



**Reproducción de estereotipos de género en la figura del líder:  
Un análisis comparativo de las características otorgadas por los ciudadanos a  
la candidata a la alcaldía de Bogotá y el candidato a la alcaldía de Medellín.**

**Ana Milena Blanco Pinzón**

Dirigido por: José Manuel Robles

Máster en Estudios Avanzados en Comunicación Política

Departamento de Sociología VI

Facultad de Ciencias de la Información

Universidad Complutense de Madrid

Curso 2020/2021

Septiembre 2021

Número de palabras: 14.909

## Contenido

	Pág.
<b>Introducción .....</b>	<b>5</b>
<b>1. Marco Teórico .....</b>	<b>12</b>
1.1. Liderazgo y líderes .....	12
1.1.1. Aspectos del liderazgo .....	12
1.1.2. Aproximaciones teóricas sobre el liderazgo.....	17
1.1.3. Liderazgo carismático. ....	18
1.2. Género .....	20
1.2.1. Estereotipos de género. ....	21
1.2.2. Teoría del Rol Social.....	23
1.3. El liderazgo en función del género.....	24
1.3.1. Estereotipos de género en el líder.....	25
1.3.2. Liderazgo Masculino y Femenino.....	27
<b>2. Caso de Estudio .....</b>	<b>31</b>
2.1. Lucha por los derechos políticos.....	31
2.2. Representación de la mujer en espacios políticos .....	34
2.3. Elecciones locales 2019 .....	37
2.4. Objeto de Estudio .....	39
<b>3. Metodología .....</b>	<b>40</b>
3.1. Ficha técnica.....	40
3.2. Categorías de análisis .....	41
<b>4. Análisis .....</b>	<b>45</b>
4.1. Análisis descriptivo .....	45
4.2. Análisis de casos .....	48
4.2.1 Dominación carismática y la personalización. ....	48
4.2.2. La predominancia de lo masculino.....	49
4.2.3. Dobles estándares.....	51

4.2.4. <i>La relevancia del género en los candidatos</i> .....	53
4.2.5. <i>Fuera de la elite y la “representación selfie”</i> .....	54
4.2.6. <i>Las características femeninas como positivas en un líder político y las diferencias en el liderazgo.</i> .....	56
<b>5. Conclusiones</b> .....	<b>58</b>
<b>Bibliografía</b> .....	<b>61</b>
<b>Anexos</b> .....	<b>73</b>
<b>Tablas</b> .....	<b>92</b>

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> Características masculinas y femeninas .....	42
<b>Tabla 2</b> Tuits analizados .....	76
<b>Tabla 3</b> Frecuencia y porcentajes en los cuales se usaron las características estereotípicamente masculinas y femeninas para describir a la candidata Claudia López .....	93
<b>Tabla 4</b> Frecuencia y porcentajes en los cuales se usaron las características estereotípicamente masculinas y femeninas para describir al candidato Daniel Quintero .....	96

## Introducción

Hace más de medio siglo el ex presidente de los Estados Unidos, Richard Nixon, dijo: “No creo que una mujer deba estar en ningún puesto de Gobierno... Principalmente porque son erráticas y emocionales. Los hombres son erráticos y emocionales también, pero el punto es que una mujer es más probable que lo sea” (Nixon, citado en Domingo, 2018).

Años después, en 1995, durante la campaña por la segunda vuelta a la presidencia de Chile, el partido contrario a la candidata Michelle Bachelet trató de convencer a los electores que Bachelet no sería buena líder. Todo bajo el argumento que una mujer no tendría la misma calidad que un presidente varón a la hora de liderar la nación. Bachelet respondió en un spot en el que les hablaba a aquellos que no la habían votado por ser mujer y les decía: “Traigo un liderazgo diferente, con la sensibilidad de quien mira las cosas desde otro ángulo” (Bachelet, citada en García Beaudoux, 2014).

El comentario de Nixon y el argumento de la oposición a Bachelet son apenas una muestra de cómo el liderazgo y en especial el liderazgo político, ha estado ligado a lo masculino. Son casos dados en momentos y lugares diferentes, pero que muestran cómo los estereotipos de género se encuentran presentes a la hora de pensar en un líder.

De hecho, la reproducción de estereotipos de género es uno de los factores a los que se atribuye la segregación de las mujeres en la esfera política. Así lo planteó una de las preocupaciones expuestas por la Asamblea General de la Organización Naciones Unidas en 2011, cuando presentaron la resolución sobre *La participación de la mujer en la política*. Dicho

documento exhorta a los países a buscar medidas que eliminen los estereotipos asociados al género, y así, aspirar a la paridad en la esfera política mundial.

Pero, ¿qué tienen que ver los estereotipos asociados al género con esta falta de representación de las mujeres en la esfera política? Algunos autores como Horwitz et al. (2018), o Eagly y Karou (2002), afirman que las mujeres son percibidas como más sensitivas, solícitas y complacientes que los hombres, cualidades que van en contra de la idea generalizada que los líderes deben tener rasgos más masculinos como el ser duros, decisivos y agresivos. Lo anterior hace que los estereotipos de género jueguen un rol significativo dentro de los escenarios políticos, lo que por lo general favorece a los hombres (Meeks y Domke, 2016; Schneider y Bos, 2014).

Ahora bien, los estereotipos en sí mismos componen una herramienta que le permite a los individuos entender al mundo y moverse en él:

Los estereotipos constituyen una imagen ordenada y más o menos coherente del mundo, a la que nuestros hábitos, gustos, capacidades, consuelos y esperanzas se han adaptado por sí mismos. Puede que no formen una imagen completa, pero son la imagen de un mundo posible al que nos hemos adaptado; en él, las personas y las cosas ocupan un lugar inequívoco y su comportamiento responde a lo que esperamos de ellos (Lippmann, 2003).

Entonces, si los estereotipos son tomados como creadores de expectativas sobre el comportamiento de individuos y objetos, no es de extrañar que estos mismos generen ideas preconcebidas sobre las diferencias entre hombres y mujeres. Es decir, lo que llamamos

*estereotipos de género* y que García Beaudoux (2015) define como construcciones sociales sobre el comportamiento y los atributos que deben guiar el actuar de ambos géneros.

Siguiendo este razonamiento, características como la dureza, ambición, racionalidad, agresividad, competitividad, entre otras, son socialmente aceptadas como típicamente masculinas; mientras que afectividad, compasión, cariño, sensibilidad, e incluso sumisión, están más ligadas a lo femenino (Morales y Cuadrado, 2011). El liderazgo, o “actuar como un líder”, es una característica que normalmente se atribuye al comportamiento masculino (Bem, 1974).

Es por todo lo anteriormente expuesto que se vuelve interesante analizar a las mujeres líderes en política, las que llegan por primera vez a cargos de elección popular y la manera en la que los ciudadanos las perciben. No solo para entender las razones de su éxito, sino para observar como algunos autores sugieren, que para llegar a puestos de poder las mujeres deben apropiarse de características masculinas.

La motivación de este trabajo es llevar a la práctica los conocimientos obtenidos en el Máster Universitario en Estudios Avanzados en Comunicación Política. Especialmente los conseguidos en las asignaturas de Partidos, ideologías y liderazgo políticos y Agendas de género y comunicación política.

Con eso en mente, esta investigación pretende tomar y comparar las características las cuales, de manera espontánea, los ciudadanos les otorgan a dos líderes políticos colombianos (un líder y una lideresa). Dichas características serán recolectadas a través de los mensajes que los ciudadanos publican en la red social Twitter y que tienen apelación directa con los rasgos de personalidad de los políticos.

La situación en Colombia respecto a paridad de género en la esfera política no es muy diferente a la que se presenta en América Latina y el mundo. El país nunca ha tenido una presidenta y apenas hasta las elecciones del 2018 una mujer fue electa para el cargo de vicepresidenta. Según datos recolectados por el diario La República, de las 1.101 alcaldías disputadas en 2019, apenas 121 fueron ganadas por mujeres. En cuanto a gobernaciones, el mismo diario muestra un descenso en el número de gobernadoras electas en 2019, donde se pasó de un 16% en 2015 a un 11,9%. Actualmente, de las 32 ciudades capitales de departamento que tiene Colombia, apenas 2 están gobernadas por mujeres: Bogotá (Claudia López) y Santa Marta (Virna Johnson).

Para los objetivos de investigación de este trabajo, la lideresa seleccionada como caso de estudio es la candidata y posterior alcaldesa de Bogotá, Claudia López. Ella es la primera mujer en ser electa como jefa de Gobierno de la capital colombiana, el segundo cargo de elección popular más importante del país. La alcaldesa obtuvo más de 1'108.000 votos, cifra que no solo le otorgó un 35% del total del sufragio, sino que también la convirtió en la persona con la mayor votación en la historia de la ciudad.

Como contraparte masculina se tomará al candidato y posterior alcalde de la ciudad de Medellín, Daniel Quintero. Él obtuvo el 36% del total escrutado durante las elecciones de 2019, lo que le concedió el puesto de jefe de Gobierno de la capital del departamento de Antioquía, la segunda ciudad más importante del país.

Estos dos líderes fueron escogidos debido a la importancia y similitud de los cargos a los que aspiraban y para los que posteriormente fueron elegidos. La investigación que se hará en torno a ellos tiene como fin responder las siguientes preguntas:

¿Cuáles son las características más otorgadas a los líderes?

De esas características ¿Cuántas de ellas están asociadas a lo masculino y cuántas a lo femenino?

¿La característica más otorgada a Claudia López pertenece a lo tradicionalmente asociado al estereotipo masculino o femenino?

¿La característica más otorgada a Daniel Quintero pertenece a lo tradicionalmente asociado al estereotipo masculino o femenino?

¿Qué tan frecuentemente se hace explícito, dentro de los mensajes, el género del candidato o candidata?

¿Qué tan frecuentemente las características femeninas son tomadas como negativas?

¿Cuál es la característica asociada al estereotipo del género femenino más común dentro del total de la muestra? ¿Y la masculina?

Partiendo de estas preguntas, se plantea comprobar las siguientes hipótesis:

**H1:** Los ciudadanos tienden a otorgar de manera más frecuente características masculinas que características femeninas a los líderes políticos, sin importar el género al que este pertenezca.

**H2:** Los mensajes donde el género del líder se vuelve relevante tienden a ser los referidos a una líder mujer.

**H3:** Si los ciudadanos otorgan a los líderes políticos características propias del estereotipo femenino, estas son usadas en clave negativa.

Para ello se realizará un análisis de contenido cuantitativo sobre los mensajes emitidos por los ciudadanos y luego retuiteados, los cuales otorguen a los líderes características asociadas al

género. La muestra seleccionada es una recolección de los tuits realizados durante la campaña de elecciones locales llevada a cabo entre el 31 de julio y el 25 de octubre de 2019.

Con el fin de desarrollar esta investigación, el presente trabajo se divide en cinco capítulos:

En *el primer capítulo* se presenta el marco teórico que sustenta este trabajo. Está dividido en tres apartados; en el primero se realiza una aproximación sobre la definición del término liderazgo y líder, haciendo énfasis en los diferentes aspectos del liderazgo y en las teorías que giran en torno a este, centrándose en el liderazgo carismático. El segundo pretende mostrar como las sociedades han construido estereotipos de género, los cuales marcan las pautas de comportamiento de las personas basándose en el género de estas. En el último apartado convergen los términos de liderazgo y estereotipos de género, para hacer una revisión literaria sobre como dichos estereotipos condicionan la apreciación de las mujeres en puestos de liderazgo, la percepción sobre estas y las diferencias entre el liderazgo masculino y femenino.

El *segundo capítulo* presenta el recuento histórico de la lucha de las mujeres en Colombia por derechos y representación política. Además, se muestran las cifras de representación que las mujeres han alcanzado. Se hace contextualización sobre las elecciones locales de 2019 y se presenta el objeto de estudio de esta investigación: Claudia López y Daniel Quintero.

El *tercer capítulo* presenta la metodología usada para el estudio, los criterios de recolección para la base de datos, la manera en que estos fueron seleccionados y las variables a considerar a la hora de realizar el análisis.

En el *cuarto capítulo* se desarrolla el análisis que pretende dar respuesta a las hipótesis y preguntas planteadas. Este se encuentra dividido en dos apartados: el primero presenta el análisis

descriptivo, donde se exhiben, de manera cuantitativa los resultados hallados en la muestra. El segundo apartado es un análisis de caso sustentado en la literatura mostrada en el marco teórico.

Por último, se plantean las conclusiones y las respuestas encontradas gracias a la investigación empírica.

Las fuentes principales usadas en este estudio fueron las cuentas de Twitter de los ciudadanos. La información recogida pertenece al mismo espacio de tiempo y se recolectó siguiendo los mismos parámetros, esto en favor de tener una muestra equitativa tanto para el alcalde como para la alcaldesa (en ese momento, candidato y candidata). Por otro lado, las fuentes secundarias como artículos de revistas académicas, informes, libros y capítulos fueron escogidas siguiendo los lineamientos de pertinencia temática y relevancia académica.

## 1. Marco Teórico

En este capítulo se presenta una revisión teórica sobre los conceptos principales de esta investigación. En primer lugar, se hace una exploración literaria sobre el liderazgo y los líderes, para luego abordar el concepto de estereotipos de género y su influencia en el condicionamiento de los roles y comportamientos que la sociedad acepta para hombres y mujeres. En el último apartado de este capítulo convergen los dos conceptos presentados con anterioridad, para presentar una revisión académica del liderazgo estudiado en función del género y cómo este puede estar condicionado por los estereotipos de género.

### 1.1. Liderazgo y líderes

El liderazgo como objeto de estudio es un tema se ha venido analizando a lo largo de las décadas por diferentes autores desde ángulos y ámbitos muy variados. Debido a esa multiplicidad de visiones sobre lo que significa el liderazgo, es muy difícil encontrar una definición que sea mundialmente aceptada. De hecho, Burns (1978) plantea que la principal razón de la crisis sobre la figura del liderazgo reside en que se encuentra mucho conocimiento sobre los líderes, pero poco sobre el liderazgo en sí, y que, aunque existen preguntas importantes alrededor del fenómeno, este es uno de los más observados y menos entendidos del mundo.

#### *1.1.1. Aspectos del liderazgo*

La *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales* establece que el liderazgo tiene tres aspectos diferentes desde los cuales puede ser estudiado: psicológicos, sociológicos y políticos

(Gibb et al, 1979, p. 589-608). Este apartado pretende hacer un recorrido por estos aspectos, haciendo una recolección sobre las diversas definiciones e ideas que existen alrededor del liderazgo.

**Aspecto psicológico.** Desde esta perspectiva, el liderazgo se entiende como la capacidad de influencia que tiene una persona sobre otra, pero “al hablar de influencia de un líder queremos sugerir que se da una contribución positiva” (Hollander y Juliean, 1964, citado en Gibb et al, 1979). Por tanto, se entiende al liderazgo o al líder, como la figura o individuo que dirige a otros, con los que comparte valores y metas. A este respecto, Burns (1978) escribió:

El liderazgo sobre los seres humanos se ejerce cuando personas con ciertos motivos y propósitos movilizan, en competencia o en conflicto con otros, recursos institucionales, políticos, psicológicos y de otro tipo para despertar, involucrar y satisfacer los motivos de sus seguidores. Esto se hace para lograr objetivos mutuamente sostenidos tanto por líderes como por seguidores, como en los llamamientos de Lenin a la paz (p. 36).

Lo anterior lleva a que varios autores (Hollander, 1978; Brower et al, 2000; Burns, 1978) establezcan al liderazgo como la constante relación entre líderes y seguidores. Desde esta perspectiva el líder ofrece beneficios a los seguidores, como la delimitación de la situación y el rumbo que se debe seguir, estos beneficios son recompensados por los seguidores con un mayor respeto y capacidad de respuesta hacia el líder (Hollander, 1992). Dicha relación o intercambios, muchas veces están ligados directamente con la confianza que los seguidores le otorgan a su líder (Brower et al, 2000).

Aun así, tanto la confianza en el líder, como la influencia de este sobre sus seguidores, pueden también entenderse como poder y autoridad. Estudios presentados por Yukl y Falbe (1991) muestran que, aunque estas nociones se pueden diferenciar y definir claramente (el primero como la capacidad de influencia, el segundo como responsabilidad que otorga determinado puesto de mando) siendo independientes uno del otro, tienden a mezclarse a la hora de hablar de un líder competente.

Además de esto, Vallespín y Martínez-Bascuñán (2017) afirman que en entornos populistas donde existe una denominación clara sobre quién es el enemigo de la sociedad, los individuos sienten que existen elites privilegiadas, la figura del líder se ve acentuada, y resulta central la forma de interacción entre el actor político y los individuos. Frente a este aspecto Rosanvallón (2015) explica que los sujetos han transitado de la representación como identificación, a una “representación selfie” donde el individuo busca verse reflejado en el líder.

**Aspecto sociológico.** Jiménez (2008) plantea que el poder de los líderes se aplica en tres funciones diferentes: fijar los fines del colectivo, crear las estructuras para alcanzar dichos fines y preservar estas estructuras. Es sobre el último de estos tres puntos que los estudios sociológicos llevan a cabo sus investigaciones, por lo que para ellos el rol del liderazgo termina centrándose en “mantener la viabilidad de la colectividad frente a las amenazas internas o externas, conservar el orden y la unidad, reducir al mínimo las disensiones y los conflictos y motivar a los miembros del colectivo e inducirlos a la aceptación” (Gibb et al, 1979, p. 589).

Ahora bien, para algunos sociólogos estas tareas son llevadas a cabo gracias a la dominación del líder sobre el colectivo. Max Weber (1996) define esa dominación no como la imposición de la voluntad de líder sobre el colectivo sino como “la probabilidad de encontrar

obediencia a un mandato de determinado contenido entre personas dadas”. De este modo, se trata que el colectivo decide obedecer sin que el líder tenga que imponerse sobre ellos.

El mismo Weber hace diferenciación entre los tipos de dominación sobre el colectivo. En primer lugar, habla de dominación *tradicional*, donde se obedece a quien siempre ha ostentado el poder. Debido a esto, la norma que rige es la de la tradición. El segundo tipo corresponde a la *racional legal*, donde el derecho de mando es regulado por una ley estipulada, que puede crearse y modificarse y determina lo que se le puede exigir o no, a la persona que ostenta el cargo. Por último, Max Weber habla de dominación *carismática*, donde el colectivo decide obedecer a un individuo que presenta dotes intelectuales, oratorios o de personalidad que sobrepasan a las del grupo. Por ello, lo que otorga al líder el poder es su magnetismo y la creencia del colectivo en las capacidades excepcionales de este. Este último tipo de dominación se desarrolla más a profundidad en el apartado *1.1.3. Liderazgo carismático*.

Lo expuesto por Weber muestra al liderazgo visto desde lo sociológico como una relación social. A este respecto Martín D’Alessandro (2006) escribe:

El gobernante más incapaz ejerce poder y recibe obediencia mientras se cree en la legitimidad de su autoridad y ello ocurre cuando los destinatarios de las normas creen que ellas se desprenden de ciertos principios de derecho éticamente obligatorios (p. 314).

Siguiendo esa misma perspectiva, Tannenbaum (1976) plantea que el liderazgo más que una característica de personalidad, es un deber social. El autor sostiene que el liderazgo debe entenderse en grados, y que este se determina por las necesidades específicas de la sociedad en un momento y lugar determinados. Por tanto, “los líderes serían entonces, fruto de un desarrollo

histórico y portadores de metas concebidas por la sociedad en su conjunto” (D’Alessandro, 2006, p. 315).

**Aspecto político.** Al llegar a la mitad del siglo XX, los cambios económicos y sociales por los que atravesaban las sociedades requirieron que los primeros ministros y presidentes pusieran en marcha procesos de innovación, lo que dio como resultado un aumento en el poder de los líderes ejecutivos (Seligman, 1970).

Seligman (1979, p. 602) también afirma que el liderazgo ejecutivo fue la solución a los excesos y a la carencia de poder político. Seligman sostiene que es un modelo de liderazgo a gran escala, que presenta las siguientes características:

1. Las redes entre líder-seguidor son indirectas, ya que las conexiones se establecen a través de personas que ostentan diferentes dentro del sistema político. Lo que da como resultado un liderazgo ejercido desde la distancia.

2. Con el fin de satisfacer las expectativas, el líder tiende a desempeñar multiplicidad de papeles dentro de su gestión.

3. A pesar que generalmente se relaciona al liderazgo ejecutivo moderno con un único líder, en realidad es un proceso que se organiza dentro de una institución. Así pues, el puesto de líder termina siendo simbólico, cuyos deberes y actividades terminan siendo desempeñadas por otros que lo representan.

4. El liderazgo ejecutivo funciona dentro de la institucionalidad. Es decir, existen normas que regulan, definen y delimitan la manera en que el líder puede ejercer su poder.

### *1.1.2. Aproximaciones teóricas sobre el liderazgo*

Si bien el liderazgo puede estudiarse desde sus principales aspectos, como se presentó en el apartado anterior, este fenómeno también puede definirse desde las aproximaciones teóricas que se han hecho sobre este.

Molina y Delgado (2001, p. 71) proponen que el fenómeno tiene cuatro perspectivas teóricas desde las cuales se puede estudiar: La conductista, donde se define al liderazgo según el comportamiento y características de los líderes. La situacional, donde se analiza en contexto en el que se enmarcan los líderes. Los modelos de contingencia, que analizan los factores situacionales que posibilitan la construcción de líderes eficaces; y por último la perspectiva transaccional y de aproximación, que se centran en los aspectos cognitivos del liderazgo

Ahora bien, dentro de las teorías que analiza el comportamiento y características de los líderes, se encuentra la Teoría del Rasgo (Stogdill, 1948), donde se plantea que existen individuos que poseen características innatas que hacen que su labor de líder sea mucho más sencilla. Los atributos mayormente otorgados a la figura del líder son la vitalidad, la capacidad resolutive, la inteligencia, la facilidad oratoria y la previsión (Molina y Delgado, 2001).

Autores como Alonso y Adell (2011) plantean que el liderazgo actual debe ir más allá de las cualidades natas, puesto que la coyuntura de esta época requiere líderes capaces de leer el contexto, planificar una visión para el futuro y "liderar con la gente".

La "Teoría de la personalización" (McAllizter, 2007) se basa en la relevancia que el líder político, como persona, ha ido tomando en las últimas décadas, sobre las ideas, posiciones y partidos políticos. McAllizter afirma que la aparición del fenómeno de la personalización se explica debido al declive de los partidos a la hora de movilizar masas y a "*the electronic media*"

(los medios de comunicación electrónicos), que reconfiguran la manera en que los gobiernos, partidos y candidatos se relacionan con los votantes.

Guillem Rico (2009) afirma que, si bien al centrarse en el líder como persona se le atribuyen características de personalidad que no son específicamente políticas, estas se vuelven políticamente relevantes “porque los votantes, los medios de comunicación y los partidos les atribuyen un significado político” (p. 138).

Por otro lado, Thomas Carlyle plantea en su obra *Lectures on Heroes and Hero-worship*, la existencia del “liderazgo de hombres” que puede ser llevado a cabo únicamente por “los que pueden cambiar el curso de la historia” (citado en Natera, 2001). Mientras que Rustow (1976) habla de “hombres innovadores” para referirse a líderes que no se quedaron en el rol de gobernar, sino que fueron más allá para crear, refundar o reinventar estados, naciones e instituciones.

Que el liderazgo se asocie a los hombres no es extraño, de hecho “actuar como líder” es una característica que comúnmente se asocia al comportamiento masculino (Bem, 1974). Con respecto a esto, Eagly y Johnson (1990) proponen que el liderazgo y sus respectivas características, puede estudiarse dependiendo del género al que pertenezca el líder. Esta última afirmación será desarrollada más a profundidad en el apartado de *Liderazgo en Función de Género* que se presenta más adelante.

### *1.1.3. Liderazgo carismático.*

Como ya se mencionó, la teoría de la personalización (McAllister, 2007) tiene su fundamento en la reconfiguración de los espacios políticos, donde la figura del líder se vuelve el centro de las discusiones. Una de las peculiaridades de la personalización es el liderazgo

carismático, cuya producción discursiva desemboca en una relación simbólica estrecha entre el líder y el colectivo (Murillo, 2010).

Weber (1996) establece en la *dominación carismática* que el tipo de líder al cual los individuos se someten presenta cualidades sobrenaturales. Una especie de don divino, debido al cual el colectivo decide de manera libre someterse a sus decisiones.

Lussier (2008) explica el carisma como la pieza central de la relación entre líder y seguidor. El autor dice:

Es una relación social distinta entre el líder y el seguidor, en la que el líder presenta una idea revolucionaria, una imagen o ideal trascendental que va más allá de lo inmediato o lo razonable; mientras que el seguidor acepta este curso de acción, no por su probabilidad racional de éxito, sino porque cree en las cualidades extraordinarias del líder. (p. 341).

A su vez, Tucker (1976) sostiene que el carisma es una cuestión de percepción y que para que un líder carismático aparezca, es preciso que la sociedad se encuentre en estado de necesidad y angustia. El autor ofrece su propia definición de líder carismático: “Es la persona en quien, por virtud de cualidades personales insólitas, parece encarnarse la promesa o esperanza de salvación” (p. 109).

De la Torre (1994) plantea que este tipo de liderazgo llega a ser ejercido en lugares donde existen crisis de representación, debido a que los ciudadanos pierden la confianza en partidos e instituciones políticas. El mismo autor expresa que debido a el contexto sociopolítico latinoamericano en la región, han surgido múltiples líderes carismáticos: Jorge Eliecer Gaitán en Colombia; Velasco Ibarra en Ecuador, los Perón en Argentina, entre otros.

## 1.2 Género

Antes de entrar de lleno en el estudio del liderazgo en función del género se hace necesario hacer una revisión sobre los conceptos de género y *estereotipos de género*, para entender como estos condicionan lo que se espera socialmente de hombres y mujeres.

Fue en la década de 1970 cuando surgen los primeros estudios que respondían a la necesidad que existía entre los investigadores de ciencias sociales, de diferenciar los conceptos de sexo y género (Bem, 1974; Unger, 1979). De esta manera el género comienza a tomarse como parte de las dimensiones psicosociales del sexo biológico. Así pues, se usa la palabra sexo para referirse a las diferencias biológicas que existen entre mujeres y hombres, mientras que el género presenta las normas culturales que caracterizan a hombres y mujeres, tanto subjetivamente como en los roles que se les ha asignado (Meler, 1994). Por tanto, se entiende que el sexo es dictado por la anatomía del individuo, mientras que el género lo dicta el contexto cultural al cual pertenece. Son conceptos diferentes que se encuentran entrelazados.

Eagly, (1987) establece que el género es una construcción social, que es aprendida y puede cambiar en el tiempo. La autora también apunta que lo que se espera del comportamiento de hombres y mujeres, la manera en cómo estos son tratados y valorados de maneras diferentes depende del género y no del sexo. Por último, Eagly indica que el significado de femenino y masculino puede cambiar dependiendo del contexto de la sociedad en la que estos términos se estudien.

Por otro lado, autores como Bem (1993) y Korabik (1999) plantean al género como un fenómeno multidimensional en el que convergen elementos como los roles de género, los estereotipos de género, los rasgos, los valores y las actitudes.

### *1.2.1. Estereotipos de género.*

Los estereotipos de género son un grupo de ideas socialmente aceptadas que se utilizan para explicar la conducta y los roles que deben seguir hombres y mujeres en los diferentes espacios de la vida cotidiana (García Beaudoux, 2015). Así pues, los estereotipos son una idea generalizada basada en suposiciones sobre lo que es o debería ser una persona, que se sustenta en rasgos como el género biológico, la orientación sexual, la identidad o expresión de género (López-Hermida, 2007). Es de resaltar que cada cultura desarrolla sus propios estereotipos de género, los cuales dependen de los roles en el marco social en el que se construyen. Sin embargo, muchos estudios han encontrado que los elementos universales son comunes.

Para Pérez y Morales (2015) los estereotipos de género se incorporan a la socialización a través del aprendizaje y no existe una justificación racional, sin embargo, influyen en las actitudes y los comportamientos. Debido a esto, se utilizan ampliamente en marketing, publicidad, cine y medios. Los autores plantean que las ideas de género estereotipadas, entre otras cosas, cumplen la función de complementar la información en relación a un determinado grupo social y se pueden clasificar en positivos, negativos y neutrales. De esta manera cualquier estereotipo, independientemente de sus características, es irracional y podría tener consecuencias negativas para los afectados. Por último, apuntan que los estereotipos de género definen el rol de una persona en función de su género y así determinan los objetivos y expectativas sociales de hombres y mujeres.

Burgess y Borgida (1999) proponen que los estereotipos de género están contruidos en dos dimensiones: descriptiva y prescriptiva. La primera se refiere a todas las características que son atribuidas a las personas, siguiendo el género al que pertenecen, mientras que por otro lado, la dimensión prescriptiva derivada de la descriptiva, establece los parámetros de

comportamiento que deben seguir hombres y mujeres de acuerdo con la descripción de su género.

Luna (2004) afirma que los estereotipos alrededor del género caracterizan la feminidad, estableciendo una limitada actividad social y política de la mujer. Es decir, la mujer se reduce a la promulgación de los valores y comportamientos en la base de la estructura social, lo que le permite desarrollar habilidades de relación cuando llega a espacios de poder.

Si bien la inclusión de las mujeres en escenarios educativos, políticos, artísticos y sociales que antes se atribuían a los hombres, se empezó a forjar desde inicios del siglo XX y ha contribuido de manera significativa a la reducción de la brecha de género. Existen cualidades que se les otorga a ellas en contextos de liderazgo que suelen tener una connotación menos valorada con respecto a las que se dan a los hombres:

El componente descriptivo del estereotipo femenino incluye las características que las mujeres son débiles, afectuosas, comprensivas, maternales, emocionales, sensibles a las necesidades de los otros y están preocupadas por el mantenimiento de la cohesión grupal (Cuadrado Guirado, 2007; Silván Ferrero, Cuadrado Guirado y López Sáez, 2009). Al estereotipo masculino que describe a los varones como racionales, se suele contraponer el femenino, el cual caracteriza a las mujeres como emocionales (García Beaudoux, 2018).

Para la autora, mientras que al hombre se le adjudican ciertas características ligadas a las ideas y competitividad, se consideran aspectos positivos para escalar en una institución y llegar a un puesto ejecutivo o con una posición de poder considerable. A las mujeres se les ve como una figura secundaria y sumisa enfocada al cuidado y a las labores sociales. Debido a esto, en caso que una mujer se salga de estas cualidades y ejerza funciones en las que ejerce

autoridad hacia sus subalternos, empieza a tener una percepción negativa y de cierto rechazo social.

Para Curiel (2013) los estereotipos no solo son comportamientos en público o que se dan por hecho, también trastoca lo jurídico, lo que ha obligado a los movimientos sociales femeninos a modificar las leyes a favor de una igualdad, lo que termina por modificar el ordenamiento social.

### *1.2.2. Teoría del Rol Social*

La Teoría del Rol Social fue desarrollada por Alice Eagly en 1987, en ella la autora expone que los individuos basan su comportamiento en los roles que la sociedad en donde habitan les asigna. Dicho rol y las expectativas sobre este, depende directamente con el género del individuo. Así pues, para Eagly el concepto central de esta teoría es el *rol de género*, que se entiende como los atributos y el papel que la sociedad espera que ambos géneros tengan.

Las expectativas sobre el rol de género también poseen aspectos descriptivos y prescriptivos. Los aspectos descriptivos de dichos roles son los estereotipos de género que surgen de la observación de personas ejerciendo el rol social típico de su sexo (Eagly, 1987) Por otro lado, el aspecto prescriptivo de los roles corresponde a la creencia social donde deben existir diferencias entre hombres y mujeres.

Esta teoría nace de la creencia de la autora donde la distribución de los roles sociales es desigual. Eagly plantea que asociar roles al género (el trabajo/el hogar) provoca que se creen expectativas sobre los atributos de personalidad y comportamiento de los grupos de individuos que se ocupan de dichos roles.

### 1.3 El liderazgo en función del género

En los apartados anteriores se ha establecido que el liderazgo se basa principalmente en la relación e intercambios entre el líder y sus seguidores, también se ha mostrado como los estereotipos de género trazan lineamientos sobre lo que se espera del comportamiento y el rol de los individuos según su género. Este apartado pretende hacer una revisión literaria sobre como los estereotipos de género también se pueden aplicar a la figura del líder y las diferencias entre los estilos de liderazgo basándose en el género de dichos líderes.

Si bien el estudio de las mujeres en puestos de liderazgo y de poder no es un tema nuevo, para algunos representa el estudio de una minoría (Núñez, 2013). Esto se debe a la poca representación y falta de acceso de las mujeres a dichos puestos de poder y liderazgo. Núñez también apunta que, si bien cada vez existen más investigaciones sobre el liderazgo de las mujeres, en lo referido a líderes de primer orden en el plano político, los estudios siguen siendo residuales.

Barrera (2000) plantea que aquellas mujeres que logran llegar a la elite política tienen un origen similar: son mujeres con abundantes recursos económicos, sociales y/o culturales, es decir, la mayoría ya pertenecían a la “élite” antes de llegar al escenario del poder político.

García de León (1991) las llama “élite discriminada” puesto que son mujeres en círculos masculinos, donde están dominadas por los mecanismos de los partidos generalmente regidos por hombres. Además de ello, se encuentran en constante enfrentamiento entre lo masculino (como se espera que se comporten los líderes) y lo femenino (como la sociedad espera que se comporten las mujeres). Por último, la autora sostiene que a las mujeres dentro de las elites políticas se les exige un nivel de cualificación profesional y personal mucho más alto que a los hombres.

Esta última afirmación la desarrolla más a profundidad en su libro *Herederas y Heridas* (2002) donde García de León expone que la presión pública sobre las mujeres líderes es mucho mayor que en los hombres. Esto se da porque además de estar sujetas a los problemas que sus puestos puedan acarrear, también deben hacer frente a la carga psicológica de adaptarse a un trabajo que típicamente se asocia a lo masculino. Aun así, a pesar de las mayores exigencias y las dificultades "los hombres siguen obteniendo mayores y mejores puestos y las mujeres siguen siendo unas élites discriminadas" (García de León, 2002, p. 38).

### *1.3.1 Estereotipos de género en el líder*

Los estereotipos de género, como se ha visto, influyen en la percepción que se tiene sobre los lugares establecidos para cada género. Con respecto a esto, Kirkwood (1984) expone que la discriminación de posiciones en la política se debe a que las mujeres han entrado a un ámbito que se le ha otorgado típicamente a los hombres. De hecho, un estudio realizado por Setzler (2019) muestra que una de cada cinco personas en Latinoamérica opina que los hombres son mejores líderes políticos que las mujeres.

En este sentido, hay un doble estándar con respecto al buen líder. Freidenberg y Muñoz-Pogossian, (2021) dicen "Cuando los hombres lucen cansados en la campaña, suele pensarse que están entregándolo todo por la elección y así se manejarán en su gestión de Gobierno. Pero cuando las mujeres candidatas se ven cansadas, se las percibe como débiles y descuidadas y así es como dirigirán el Gobierno." Lo que muestra como los estereotipos banalizan el trabajo de las mujeres y lo minimizan frente al de sus contrincantes masculinos.

Ante este tipo de connotaciones, las mujeres suelen tener mayores obstáculos a la hora de acceder a cargos públicos pues también influye una mirada social prescriptiva, tal como lo destacan Burgess y Borgida (1999). Es decir, según los autores, existe una perspectiva que tanto hombres como mujeres tienen por arraigos culturales y sociales sobre como las mujeres deberían ser y comportarse para tener un espacio en la sociedad, así su papel se considere menos relevante.

Lo anterior da como resultado que los estereotipos de género, al establecer comportamientos sobre lo femenino y lo masculino, creen la idea que existen maneras de liderar que dependen del género. Esto se ve reflejado en generalidades como que las mujeres líderes tienden a ser más emocionales, influenciables o indecisas a la hora de liderar y de relacionarse con sus subordinados (Astin y Leland, 1997).

Por otro lado, Eagly y Karau (2002) plantean en la Teoría Sobre Incongruencia de Roles, que es una extensión de la Teoría del Rol social, presentada anteriormente. En esta nueva teoría las autoras afirman que el mayor obstáculo al que se enfrentan las mujeres al intentar obtener puestos de liderazgo, es la incongruencia entre los roles que socialmente se le ha otorgado a su género y el liderazgo. Para las autoras, esto da como resultado que las mujeres tiendan a mezclar características femeninas y masculinas para ser socialmente aceptadas como líderes. La teoría citada también sostiene que, si las mujeres solo muestran rasgos o características de personalidad asociados a lo masculino, terminarán siendo percibidas como demasiado frías.

Virginia García Beaudoux (2015) establece en su escrito "*Estereotipos de género, comunicación, política y liderazgo femenino*" que, si bien los estereotipos que existen sobre lo que debe ser un líder ya están establecidos dentro de la sociedad, los medios de comunicación tienden a reforzarlos y a acomodarlos para crear una percepción específica sobre las mujeres en el poder.

En palabras de la propia autora:

Los personajes e historias repetitivos, tanto de la realidad como de la ficción, a los que los medios nos exponen desde la infancia, tienden a reforzar la idea que el liderazgo es masculino, que las mujeres que son buenas liderando es porque se comportan como varones y que las mujeres líderes que no se comportan masculinamente, carecen de inteligencia emocional dado que sus emociones las interfieren y les hacen perder racionalidad y capacidad de liderazgo (p. 8).

Por lo anterior, no es de extrañar que al nombrar los atributos de un buen líder las personas enumeren lo que normalmente se asocia a los hombres: dureza, ambición, racionalidad, agresividad y competitividad (García Beaudoux, 2014). Esta asociación directa entre la figura del líder y el comportamiento esperado del estereotipo masculino incurre en que el actuar de las mujeres que ocupan puestos de poder se vuelva más andrógino y que en algunos casos, se masculinice (Lupano y Castro, 2010; Suárez-Romero, 2017; Cuadrado, 2004; Eagly y Karau, 2002).

Las investigaciones llevadas a cabo por Schein (2001) encontraron que al describir a personas en puestos de dirección se suelen numerar características y comportamientos asociadas a los varones. Esta asociación entre el liderazgo y la masculinidad, según Schein, se repite en diversos lugares del mundo como Estados Unidos, China, India, Alemania, Reino Unido, Turquía, España, Australia y Japón.

### *1.3.2. Liderazgo Masculino y Femenino*

Las ideas sobre la relevancia que tiene el género del líder sobre el estilo de liderazgo que este ejerce, tiene sus bases en los estereotipos de género que poseen las sociedades sobre el comportamiento de hombres y mujeres. De esta manera, se cree que los hombres son más determinados y motivados a la hora de dominar su entorno (por ejemplo, más agresivos, independientes, autosuficientes, enérgicos, dominantes) mientras que se presupone que las mujeres tienden a ser más desinteresadas y se preocupan por los demás (por ejemplo, más amables, serviciales, comprensivas, cálidas) (Eagly y Johnson, 1990)

Los estilos de liderazgo se entienden como esquemas constantes en las formas de actuar de los líderes para con sus subordinados (Lupano, 2011). Gran parte de los estudios sobre mujeres en el poder sostienen que de hecho sí existe una diferencia en los estilos de liderazgo ejercidos por hombres y mujeres en posiciones de poder, aunque no se han llegado a un consenso sobre las diferencias claves de cada estilo de liderazgo. A pesar de ello, se sostiene que dichas diferencias no tienen que ver con la efectividad del líder, sino en la forma en que se gestiona el poder, la autoridad y la imagen que se da a los subordinados (Perugini y Solano, 2011).

Dentro de los estudios referidos a este tema se encuentran aquellas investigaciones que basan las diferencias de dicho liderazgo o forma de ejercer el poder, donde se determina por lo esperado para cada sexo. De esta manera los hombres tienden a ser mucho más autoritarios, analíticos y poco emocionales, en contraste con el estilo de las mujeres que mezclan la racionalidad y la emocionalidad basadas en la cooperación del grupo, por lo que su liderazgo es mucho menos autoritario y tiende a ser comprensivo y colaborativo (Loden, 1987).

En 1994, Jewell y Whicker lideraron un estudio sobre liderazgo legislativo estatal y género, donde catalogaron una muestra de 62 líderes legislativos estatales y los clasificaron según su estilo de liderazgo. Allí encontraron diferencias entre el género de los líderes y su manera de liderar. Las

20 mujeres que hacían parte de dicho estudio presentaron de manera más frecuente liderazgo regido por el consenso a la hora de coordinar, mientras que los hombres manifestaban un estilo mucho más autoritario. Es decir, los resultados apuntaron a que las mujeres son mucho menos jerárquicas, más participativas y colaborativas que los hombres.

Por otro lado, Rosenthal (1997) en su investigación *A View of Their Own: Women's Committee Leadership Styles and State Legislatures*, plantea el estudio de los estilos de liderazgo desde dos perspectivas: qué motiva a los líderes para presentarse a los cargos que ostentan y con qué frecuencia dichos líderes tiene comportamientos inclusivos en su manera de liderar. La investigación, que tenía como sujetos de estudio a 291 presidentes de comités estatales de los Estados Unidos (135 mujeres y 156 hombres), mostró que las mujeres tienden a mostrar una motivación orientada hacia las personas y al ejercicio político. También arrojó como resultado que las mujeres tienen comportamientos mucho más inclusivos a la hora de ostentar puestos de poder (comparten más responsabilidad con aquellos a quienes dirigen, preguntan más a sus asesores y están más abiertas a compartir el poder).

Rosener y Schwart (1980) hablan sobre las tendencias generales de los géneros a la hora de liderar, enfatizando sobre el hecho que, si bien no existe una exclusividad sobre estos estilos de liderazgo, sí se pueden aplicar a la mayoría de hombres y la mayoría de mujeres. Estos autores denominan el liderazgo masculino como “alfa”, mientras que al femenino se refieren como “beta”. En el “estilo alfa” predomina la búsqueda de soluciones deterministas y prefijadas a los problemas específicos, un mayor control sobre la autoridad, mucho más racional. Mientras que el “estilo beta” muestra una búsqueda de soluciones completas a problemas en conjunto, mucho más adaptativo e intuitivo.

Maier (1999) trata de condensar las diferencias interpersonales e intrapersonales del liderazgo institucional aplicado a hombres y mujeres. Las diferencias a nivel intrapersonal que subraya la autora, radican en que los hombres tienden a ser más individualistas y valoran más los logros independientes, mientras que las mujeres fomentan el trabajo en equipo, pensando siempre en el bienestar de sus subordinados. En cuanto a las diferencias a nivel interpersonal, el estilo masculino se muestra mucho más competitivo, con un mayor uso del poder para ejercer control y respaldar la autoridad. Por otro lado, el estilo femenino se determina por la colaboración, donde el poder se comparte para lograr mejores objetivos, potenciar participación y consenso.

Por tanto, se puede ver como la diferenciación entre los liderazgos masculinos y femeninos han sido estudiados ampliamente, aunque la mayoría de la literatura se centra en el liderazgo dentro de organizaciones, los mismos planteamientos teóricos han sido usados para referirse al liderazgo político (véase Rosenthal, 1997; Jewell y Whicker, 1994; Lupano, 2011; Nuñez, 2013). Por otro lado, aunque cada autor tiene una visión sobre las diferencias existentes entre el estilo de liderazgo masculino y femenino, las principales características acuñadas establecen que el estilo masculino es autoritario, competitivo y rígido, mientras que el femenino se caracteriza por la capacidad de aglutinar, de trabajar en grupo y de conseguir la autoridad a través de los propios méritos.

## **2. Caso de Estudio**

El estudio empírico que pretende presentarse en este trabajo, centra la atención sobre el liderazgo político en Colombia y tiene como objeto de estudio a Claudia López y a Daniel Quintero, siendo este último la contraparte masculina de este análisis. Ambos políticos colombianos, quienes en 2019 fueron candidatos a la alcaldía de Bogotá y Medellín respectivamente y que posteriormente fueron electos para dichos cargos en el periodo legislativo 2020-2023.

En este capítulo se presenta el panorama en el que se encuentra el liderazgo político femenino en Colombia. Para ello se encuentran cuatro apartados: en el primero se hace un recuento histórico sobre el proceso de inclusión y participación de las mujeres en los escenarios políticos en Colombia., el segundo, hace un recuento de las cifras históricas de representación femenina en el país. El tercer apartado se centra en hacer una contextualización sobre las elecciones locales de 2019 y finalmente en el cuarto apartado, se presentan los objetos de estudio de esta investigación: Claudia López y Daniel Quintero.

### **2.1. Lucha por los derechos políticos**

Para comprender la lucha de las mujeres colombianas por un espacio de participación dentro de los círculos políticos es necesario retroceder a la Constitución Política de 1886 y entender cómo esta afectó la manera en que se entendía la sociedad, la política y la ciudadanía. Dicha constitución fue la carta magna del país durante más de 100 años, revocada hasta la creación de la Constitución de 1991. En ella, la alianza Estado-Iglesia era más que evidente. El Artículo 39 del

documento reza “La Religión Católica Apostólica y Romana, es la de la Nación; los poderes públicos la protegerán y harán que sea respetada como esencial elemento del orden social”.

El Estado no solo protegía a la Iglesia, sino que además, en el concordato firmado con La Santa Sede en 1887, se le entregaba poder sobre los contenidos que impartían las escuelas a niños y niñas, controlaba la vida marital, la reproducción y demás aspectos de la vida de las mujeres que tenían que contar con previa aprobación de la institución. Este documento permanecería intacto hasta 1993.

Por otro lado, el Código Civil de la época aplicaba la *potestad matrimonial*, por medio del cual las mujeres perdían potestad sobre su patrimonio y salario en el momento del matrimonio, pues este pasaba a manos de su esposo (Velásquez, 1986). Incluso antes de casarse, para las mujeres mayores de edad, sus decisiones económicas y patrimoniales estaban sujetas a la voluntad de su padre o hermano mayor, en caso que el primero faltase.

En cuanto a la ciudadanía, la Constitución de 1886 establecía que este título solo se les otorgaría a hombres mayores de 21 años que tuviesen una profesión, o una manera de subsistencia económica.

Wills (2007) afirma que el contexto del momento, donde las mujeres apenas tenían derechos y la unión Estado-Iglesia era tan visible y arraigada, da como resultado la construcción de cierto tipo de feminidad la cual establecía el rol de la mujer dentro de lo privado, con una educación centrada en convertirlas en amas de casa.

Así pues, el siglo XX inicia en Colombia en un contexto muy parecido al de toda la región: con mujeres sin derecho al voto, ni a la participación política.

Es en la década de 1920 que comienzan a preverse cambios en la situación. La Revolución Rusa de 1917 tuvo gran influencia para el movimiento social que se extendió por toda Latinoamérica. Colombia no fue la excepción y nacieron ligas campesinas y organizaciones obreras que buscaban una opción alternativa a los partidos Liberal o Conservador que habían existido hasta el momento (Sánchez, 1990). En el país comienzan a nacer movimientos de izquierda como el Partido Socialista Revolucionario y el Partido Comunista Colombiano.

Este auge de movimientos sociales impulsa la creación de asociaciones de mujeres para luchar por derechos que hasta el momento se les habían negado (Wills, 2007). Es de allí que nacen agrupaciones como la Unión Femenina de Colombia (1944), la Agrupación Patriótica Femenina (1940), la Liga de Acción Feminista Colombiana (1945), la Alianza Femenina de Colombia (1945), entre otras.

Dichos movimientos fueron el resultado de los primeros indicios de liderazgo y participación política femenina (Wills, 2007). Los esfuerzos de estos movimientos dieron como resultado el derecho al bachillerato y a la educación superior para las mujeres, el aumento salarial en la rama de los textiles, reformas en temas maritales y demás avances en el tema de derechos de la mujer (Sánchez, 1990; Jimeno, 1980).

En 1936 como parte de la reforma constitucional que estaba llevando a cabo el presidente Alfonso López Pumarejo, las mujeres adquieren el derecho a ser elegidas en cargos públicos. A pesar de esto, seguían sin ser declaradas ciudadanas, tenían derechos civiles, pero no derechos políticos tradicionales (Wills, 2007).

En 1945 se congrega el I Congreso Internacional de Mujeres. En este espacio se reúnen mujeres de todas partes del país para hablar sobre educación, prestaciones sociales, cultura y derechos de las mujeres (Cohen, 2001). Durante el encuentro se evidenció las divisiones que

existían dentro del movimiento. Había mujeres que querían aspirar simplemente al voto y argumentaban que el lugar de las mujeres estaba dentro de los hogares, mientras que otras querían luchar para lograr igualdad de derechos frente a sus contrapartes masculinas (Luna, 2004).

Por otro lado, como describe el libro *40 años del voto de la mujer en Colombia* (1997), los partidos se mostraban escépticos frente a la posibilidad de incluir a las mujeres dentro de las esferas políticas. Según la publicación citada, algunos hombres militantes del partido Liberal, consideraban que perderían votos ya que las mujeres le harían caso a la Iglesia a la hora de acudir a las urnas. Otros hombres, tanto liberales como conservadores, afirmaban que las mujeres eran criaturas apolíticas y que aceptar que participaran de esta, chocaba con la feminidad.

Aun así, en 1954, dos décadas después de la obtención de los derechos civiles, las mujeres obtuvieron el derecho al sufragio. La autora María Emma Wills (2007) atribuye el desfase entre la obtención de los derechos civiles y la obtención de los derechos políticos a La Violencia<sup>1</sup>, que se intensificó luego del asesinato del líder populista Jorge Eliecer Gaitán en 1948. La autora argumenta que la violencia en que se sumió el país en esta época estancó varios procesos políticos y sociales, entre ellos, la lucha por los derechos políticos de las mujeres.

## **2.2. Representación de la mujer en espacios políticos**

Como se evidenció en el apartado anterior, la búsqueda por los derechos políticos de las mujeres colombianas fue un camino marcado por estereotipos de género y reticencias políticas. De hecho, el país fue uno de los últimos de la región en refrendar el sufragio femenino, solo superado

---

<sup>1</sup> La Violencia es una época histórica en Colombia que comprende entre 1946 y 1958, se denomina de esta manera porque es la suma de muchas y variadas violencias políticas, sociales, económicas y religiosas. El punto común de todas ellas es que fueron impulsadas por los gobiernos de la época (Caballero, 2016)

por Honduras, Nicaragua y Perú, que otorgaron el voto a la mujer en 1955, y Paraguay, que lo hizo en 1961(Lavrín y Sáenz, 2002).

Ahora bien, tener el derecho a elegir y ser elegidas dentro de los escenarios políticos no implica necesariamente que estas cosas sucedan. María Paula Nieto y Josefina Valencia de Hubach fueron las únicas mujeres en participar de la Asamblea Nacional Constituyente de 1956, mientras que la primera mujer en ser elegida como senadora fue Esmeralda Arboleda (1958) (Cantillo, 2017).

A pesar esta inclusión de las mujeres en los espacios políticos, entre 1958 y 1990 y según cifras de la Registraduría Nacional del Estado Civil, el porcentaje de mujeres en Cámara de Representantes y Senado oscilaba entre el 0 y el 10%. El escenario comienza a cambiar en la Cámara gracias a la reforma de descentralización de 1986 (Wills,2007) y va aumentando progresivamente hasta alcanzar en 2018 un histórico del 18,7%, según datos de la Registraduría.

En el Senado el cambio se produce a partir de la implementación de la Constitución Política de 1991, al pasar de 0,9% de representación en 1990 a 7,3% en 1991 (Wills, 2007). Según cifras de la Registraduría, este número seguiría aumentando hasta llegar a un 21,3% de representación femenina en el 2018.

El incremento en representación a partir del 91 no es extraño, ya que con el establecimiento de la Constitución Política de 1991 finalmente se realiza una apertura total a la participación de las mujeres en la política (Cantillo, 2017). Esta constitución establece por medio de los artículos 13 y 43, la igualdad de condiciones ente todas las personas, además, prohíben cualquier tipo de discriminación contra la mujer. Por otro lado, el Artículo 40 habla sobre el derecho de las personas, hombres y mujeres, a participar en actividades políticas. Así mismo, el Artículo 170 instruye que los partidos políticos deben organizarse siguiendo consignas de equidad de género.

Es decir, “Esta Constitución no solo reconoció la igualdad entre hombres y mujeres, sino también la obligación de garantizar la adecuada y efectiva participación de la mujer en la administración pública” (Cantillo, 2017, p. 174).

Por otro lado, entre finales de la década del 80 e inicios de los 90's, los cargos de alcalde y gobernador pasaron de ser títulos designados a puestos de elección popular. Dichos cambios fueron ejecutados por el Acto Legislativo 01 de 1986, en el caso de las alcaldías, y la Constitución de 1991, para las gobernaciones. En 1993, de las 1091 alcaldías existentes en Colombia, el 5,5% tenían una mujer como alcaldesa, mientras que, de las 32 gobernaciones del país, apenas 1 tenía una mujer como dirigente (Corte Constitucional, Sentencia C-371, 2000). Para el periodo de gobierno local 2016-2019, las cifras de mujeres en puestos de gobierno de elección popular fueron de 12% para las alcaldías y 5 de 32 gobernaciones (Registraduría Nacional del Estado Civil y ONU Mujeres, 2019).

En cuanto al puesto de presidente y vicepresidente, desde que dichos cargos fueron creados en 1810, una mujer nunca ha ejercido como Jefa de Estado (Banco de la República, 2021). No fue sino hasta 2019 que Martha Lucia Ramírez obtuvo el cargo de vicepresidenta, siendo la primera mujer en ostentar el título. Pero la falta de mujeres en la presidencia no se debe a la falta de candidatas. En las últimas cinco décadas 5 mujeres han aspirado a la presidencia de la nación, siendo Noemí Sanín, en 1998, la que mayor porcentaje de votación ha obtenido: 26,88%, lo que le otorgó el tercer lugar en la contienda (Cantillo,2017).

Además de las reglas sobre no discriminación hacia la mujer en espacios políticos impuesta por la Constitución del 91, en Colombia también existen las llamadas “Leyes de Cuotas”. Las leyes 581 de 2000 y 1475 de 2011 establecen medidas para promover una mayor inclusión y participación de las mujeres dentro de los espacios de toma de decisiones. La primera ley instituye

un mínimo de 30% de mujeres en los cargos de designación (ministerios, viceministerios, puestos de carrera, etc.), mientras que la segunda establece la misma cuota para las candidaturas a los cargos de elección popular.

Los marcos legales anteriormente citados muestran que en Colombia se han ido tomando cada vez más incentivos para la inclusión de la mujer en los escenarios políticos. Aun así y como lo explica Cantillo (2017) la huella de los estereotipos de género sigue estando presente a la hora de incluir a la mujer en los espacios públicos, lo que hace que el género de las candidatas se vuelva un “limitante de su participación política” (p. 174).

### **2.3. Elecciones locales 2019**

En el Acto Legislativo del 2002, el Congreso de la Republica modificó el tiempo de gobernadores, diputados, alcaldes, concejales y ediles y designó un periodo de 4 años para cada uno de estos cargos. De esta manera y siguiendo las disposiciones de la Ley 163 de 1994, las elecciones locales se llevan a cabo el último domingo de octubre del último año de gobierno de los gobernadores, diputados, alcaldes, concejales y ediles.

Así pues, durante el 2019, La Registraduría Nacional del Estado Civil, siguiendo las obligaciones dictadas por la Constitución Política de 1991 y el Decreto 1010 de 2000, donde se le asigna la organización de elecciones y creación del calendario electoral, promulga la Resolución 14778 del 11 de octubre de 2018.

Dicho documento instaura fechas como el inicio de inscripción de electores y candidatos, además de establecer el 27 de octubre de 2019 como momento para los comicios. En cuanto a las fechas de inicio y fin de promulgación de propaganda electoral, la Registraduría da a candidatos,

partidos, movimientos y coaliciones, un plazo de tres meses (entre el 31 de julio y el 25 de octubre de 2019) para que den a conocer a la ciudadanía sus ideas y propuestas.

En cuanto a la participación de las mujeres como candidatas en esta elección el *Balance de gobernadoras y alcaldesas electas para el periodo 2020–2023*, (Registraduría Nacional del Estado Civil & ONU Mujeres, 2019) dice:

Las Gobernaciones, 20 candidaturas fueron de mujeres y 145 de hombres, lo que corresponde a 12,12% y 87.88%, respectivamente. Para las Alcaldías, 754 candidaturas fueron de mujeres y 4.205 de hombres, es decir 15.20% y 84.80%, respectivamente. En ninguno de los dos casos se alcanzó un porcentaje mínimo del 30% de participación de mujeres como candidatas (p. 8).

Al finalizar la campaña y una vez llevados a cabo los comicios, 132 mujeres fueron electas alcaldesas, mientras que 2 mujeres obtuvieron el cargo de gobernadoras. Estos datos representan el 6.25% del total de gobernaciones disputadas y un 12,01% de las alcaldías, lo que muestra de una disminución con respecto al periodo anterior, donde las alcaldesas representaban un 12,2% y 5 mujeres ostentaban el cargo de gobernadoras (Registraduría Nacional del Estado Civil y ONU Mujeres, 2019).

De las 132 alcaldías en las que una mujer fue electa, 2 son ciudades capitales de departamento: Santa Marta y Bogotá, con Virna L. Johnson y Claudia Nayibe López respectivamente. Esto supone una mejora no solo porque en el periodo anterior ninguna mujer era alcaldesa de una ciudad capital, sino porque Claudia López se posicionó como la primera mujer electa como alcaldesa de Bogotá.

## 2.4. Objeto de Estudio

Para analizar las características asociadas al género que los ciudadanos otorgan a los líderes se han tomado dos líderes políticos colombianos, un hombre y una mujer, que fueron candidatos a la alcaldía y ganaron la elección de sus respectivas ciudades en los comicios de 2019.

Los líderes elegidos son Claudia Nayibe López y Daniel Quintero de Bogotá y Medellín respectivamente. La elección de Claudia López como objeto de este estudio reside en que es la primera mujer en ser electa como alcaldesa de Bogotá, el segundo puesto de elección popular más importante de Colombia. Como contraparte masculina se encuentra Daniel Quintero, la elección de este político se basa en la ciudad de Medellín, donde Quintero fue candidato y posteriormente alcalde, esta ciudad es considerada la segunda más importante de Colombia, después de Bogotá.

Ahora, la similitud en sus cargos no es la única razón de su selección. La campaña de ambos candidatos pudo ser considerada personalista. Por un lado, la candidatura de Daniel Quintero fue independiente, no tuvo el respaldo de ningún movimiento o coalición política y su inscripción a los comicios se realizó después de reunir el número de firmas necesarias para avalar su candidatura.

Por otro lado, aunque la candidatura de Claudia López sí estaba respaldada por varios partidos políticos, decidieron presentar a la candidata bajo una coalición llamada “Claudia alcaldesa”. Lo que muestra que si bien existían partidos políticos tradicionales detrás de la candidata, lo verdaderamente importante durante la campaña era ella como persona.

### **3. Metodología**

El estudio que se presentará a continuación tiene como objetivo responder a las preguntas e hipótesis que se plantearon anteriormente. Se intenta explorar las características asociadas al género que los ciudadanos, de manera espontánea otorgan a los líderes políticos. Dicha exploración se ejecutó con metodología cuantitativa, se realizó un análisis de contenido siguiendo categorías generadas tanto empíricamente como derivadas de los conceptos teóricos que giran en torno a los estereotipos de género y el liderazgo.

A continuación, se presentan los datos a analizar y las categorías con las que serán analizados.

#### **3.1. Ficha técnica**

Los datos a analizar son mensajes emitidos por los ciudadanos y puestos de manera voluntaria en la red social Twitter. La selección de los mensajes se llevó a cabo siguiendo los siguientes criterios:

1. Que se nombrase explícitamente a alguno de los dos líderes.
2. Que dentro del mensaje emitido el ciudadano otorgara al candidato o candidata características de personalidad típicamente asociadas al género.
3. Que fuesen mensajes emitidos por ciudadanos del común, no partidos políticos, líderes de partidos políticos o medios de comunicación.
4. Que el mensaje haya sido publicado entre el 31 de julio y el 25 de octubre de 2019, periodo de tiempo en que la Registraduría contempla la difusión de propaganda política oficial.

5. Que el mensaje en cuestión tuviese un mínimo de un retuit.

La recolección de datos se hizo de manera manual dentro de la red social. Usando los filtros de búsqueda que ofrece la plataforma, de esta manera para obtener los mensajes referidos a Claudia López se usó el filtro “Claudia López since:2019-31-07 until:2019-26-2019<sup>2</sup> min\_retweets:1”, dando un total de 259 mensajes recolectados. Para Daniel Quintero se usó el filtro “Daniel Quintero since:2019-31-07 until:2019-26-2019 min\_retweets:1”, para un total de 111 mensajes recolectados. Al finalizar esta recolección los mensajes analizados fueron aquellos que se encontraban dentro de los 60 más retuiteados durante el periodo de tiempo establecido, 30 para cada candidato.

### 3.2. Categorías de análisis

Para el análisis de contenido los datos serán examinados siguiendo tres variables: estereotipos de género, relevancia del género del candidato/candidata y carácter evaluativo sobre el candidato/candidata.

**Estereotipos de género.** Esta variable tiene como objetivo clasificar las características que los ciudadanos otorgan a los candidatos entre características femeninas y masculinas. Las características presentadas a continuación pertenecen al Inventario de Roles Sexuales (*Bem Sex Role Inventory*) (Bem, 1974) que divide las características estereotípicas de las personas siguiendo el género al que estas pertenecen. Este inventario ya ha sido usado por Lupano y Castro en su

---

<sup>2</sup> El filtro hace corte el día anterior a la fecha estipulada. De esta manera, para que aparezcan los tuits del día 25 el filtro debe ponerse en el día 26.

investigación *Análisis de características estereotípicas de género en líderes y seguidores* (2010), y por la tesis doctoral “*Liderazgo, Género y Prejuicio. Influencia de los estereotipos de género en la efectividad del liderazgo femenino y actitudes hacia las mujeres líderes*” (Lupano, 2011).

**Tabla 1**

*Características masculinas y femeninas*

<i>Características estereotípicas masculinas</i>	<i>Características estereotípicas femeninas</i>
Actúa como líder	Cariñoso/a
Agresivo	Alegre
Ambicioso	Creativo
Analítico	Compasivo
Asertivo	No usa lenguaje duro
Atlético	Deseoso de calmar los sentimientos heridos
Competitivo	Femenino
Defiende las propias creencias	Halagador
Dominante	Amable
Fuerte/Enérgico	Persuasible
Tiene habilidades de liderazgo	Ama a los niños
Independiente	Leal

Individualista	Sensible a las necesidades de los demás
Toma decisiones fácilmente	Tímido
Masculino	De voz suave
Autosuficiente	Simpático
Seguro de sí mismo	Tierno
Fuerte personalidad	Comprensivo
Dispuesto a tomar una posición	Cálido
Arriesgado	Dócil/sumiso

Fuente: Bem Sex Role Inventory (Bem, 1974) Traducción propia

**Relevancia del género del candidato/candidata.** Esta variable trata de determinar la relevancia que tiene el género del líder dentro de los mensajes seleccionados. Dicha relevancia es implícita en el momento en que los comentarios hechos por los ciudadanos hacen referencia directa a que el candidato es hombre o mujer.

**Carácter evaluativo sobre el candidato/candidata.** Los ciudadanos pueden otorgar características a los candidatos en clave negativa o positiva. El objetivo de esta variable es determinar cuáles características, ya sean masculinas o femeninas, son vistas como positivas o negativas en un líder político.

Estas categorías de análisis se codificaron siguiendo los parámetros presentados en el Libro de Codificación, construido a partir de las variables y características ya mencionadas y que

se encuentra en el anexo 1. Una vez construida la base de datos se procesó la información para responder a las preguntas de investigación y se realizaron las pruebas de hipótesis pertinentes.

## 4. Análisis

### 4.1. Análisis descriptivo

La frecuencia con la cual se utilizan las diferentes características estereotípicas de género para cada candidato puede encontrarse en el Anexo 3. Se identifica que las características estereotípicas femeninas se usaron por igual para ambos candidatos. Mientras que las masculinas fueron usadas el 60.49% de las veces para referirse a la candidata Claudia López y un 39.51% para el candidato Daniel Quintero. En 12 de los 30 tuits analizados (40%) que se referían a la candidata se pudo observar relevancia al género de ella. Para el candidato, se observó relevancia de género en 5 de los 30 tuits analizados (16%). Siendo 2.4 veces más frecuente la importancia dada al género al referirse a Claudia López (anexo 4). Además, se identificó que en 2 de los casos se utilizó un carácter evaluativo negativo para el candidato Daniel Quintero, mientras que para la candidata Claudia López se utilizó 13 veces.

Por un lado, las características estereotípicamente femeninas utilizadas para describir a la candidata Claudia López fueron: amable (n=5), cariñosa (n=1), comprensiva (n=1), creativa (n=1), sensible a las necesidades de los demás (n=4) y voluble (n=6). En el anexo 6 se presentan estas características junto al impacto (retuits y likes) de cada una. Se observa que voluble fue la característica más utilizada y la que tuvo más impacto (1440 likes, 2746 retwets). La característica menos utilizada y de menor impacto fue “amable” (36 likes, 245 retuits).

Las características estereotípicamente masculinas asociadas a la candidata fueron: actúa como líder (n=4), agresivo (n=15), ambicioso (n=2), analítico (n=7), arriesgado (n=4), autosuficiente (n=1), competitivo (n=2), defiende las propias creencias (n=9), dispuesto a tomar una posición (n=3), dominante (n=7), fuerte personalidad (n=13), fuerte/enérgico (n=12),

independiente (n=2), individualista (n=3), seguro de sí mismo (n=3), tiene habilidades de liderazgo (n=10) y toma decisiones fácilmente (n=1). La característica más utilizada fue agresivo con un impacto de 1322 likes y 3246 retuits. No obstante, la característica de mayor impacto fue fuerte personalidad, con 1535 likes y 3805 retuits (anexo 7). Es importante mencionar que fuerte personalidad fue la característica que tuvo más impacto de todo el estudio. El resumen de las características utilizadas para describir a la candidata junto a sus frecuencias y porcentajes se encuentra en la tabla 2.

Por otro lado, las características estereotípicamente femeninas asociadas al candidato Daniel Quintero fueron: alegre (n=1), amable (n=4), creativo (n=1), sensible a las necesidades de los demás (n=5), simpático (n=3) y voluble (n=1). Se encuentra que la característica más utilizada fue sensible a las necesidades de los demás, con un impacto de 48 likes y 116 retuits. Sin embargo, la característica de más impacto fue amable, con 790 likes y 158 retuits (anexo 8).

Las características estereotípicamente masculinas usadas para describir al candidato fueron: actúa como líder (n=7), agresivo (n=1), ambicioso (n=6), analítico (n=8), competitivo (n=1), defiende las propias creencias (n=4), dispuesto a tomar una posición (n=1), dominante (n=1), fuerte personalidad (n=2), fuerte/enérgico (n=4), independiente (n=10), seguro de sí mismo (n=1) y tiene habilidades de liderazgo (n=18). La característica más empleada tanto para el candidato como para el estudio fue esta última, con un impacto de 975 likes y 662 retuits (anexo 9). El resumen de las características utilizadas para describir al candidato junto a sus frecuencias y porcentajes se encuentra en la tabla 3.

Una vez descritas las frecuencias se agruparon los datos para realizar las pruebas de hipótesis. En primer lugar, se buscó comprobar si *“Los ciudadanos tienden a otorgar de manera más frecuente características masculinas que características femeninas a los líderes políticos. Sin*

*importar el género al que este pertenezca*” (H1). Con una confianza del 95% ( $\alpha=0.05$ ) se encontró que la frecuencia en la que se usan las características estereotípicamente masculinas es mayor a la usada para las características femeninas (valor- $p=0.001$ ). Es importante mencionar que la característica estereotípicamente femenina voluble no fue tomada en cuenta para llegar a esta conclusión. No obstante, si se incluye en el análisis los resultados son igualmente concluyentes (valor- $p=0.001$ ) en rechazar la hipótesis nula ( $H_0$ : Frecuencia de uso de características<sub>Femeninas</sub> = Frecuencia de uso de Características<sub>Masculinas</sub>).

En segundo lugar, se buscó comprobar si *“Los mensajes en donde el género del líder se vuelve relevante tienden a ser los referidos a una líder mujer”* (H2). Para esto se evaluó la relevancia de género en los tuits. Si bien se identificó que 18 veces el género fue irrelevante para la candidata Claudia López, para el candidato Daniel Quintero fue irrelevante 25 veces. Por lo que se probó con una confianza del 95% ( $\alpha=0.05$ ) que el género se hizo relevante en mayor medida al referirse a la candidata Claudia López que con el candidato Daniel Quintero.

En tercer lugar, se buscó probar la hipótesis de *“Si los ciudadanos otorgan a los líderes políticos características propias del estereotipo femenino, estas son usadas en clave negativa”* (H3). Con una confianza del 95% se encontró que usar características estereotípicamente femeninas no influía en el carácter evaluativo negativo en los tuits. Es posible observar que, en su mayoría, las características femeninas se usan de manera positiva para describir a los candidatos. Especialmente porque al no tener en cuenta la característica voluble ( $n=6$ ), se encuentra que las características femeninas se usaron con un carácter evaluativo positivo 23 veces (12.4%) y de manera negativa 1 vez (0.5%). Es importante mencionar que las características estereotípicamente masculinas se utilizaron de manera positiva 128 veces (68.8%) y de manera negativa 34 veces (18.3%).

## 4.2. Análisis de casos

### 4.2.1 Dominación carismática y la personalización.

Los resultados expuestos en el apartado anterior son un ejemplo de lo que Max Weber (1996) llamó dominación *carismática*. Los mensajes analizados muestran como una parte de los ciudadanos decide obedecer a su respectivo candidato en función de características de personalidad que, a su parecer, les hace merecedores de obediencia. Características como la fuerza, las habilidades analíticas e intelectuales, además de la personalidad fuerte son rasgos que los ciudadanos otorgan frecuentemente cuando hablan de lo que quieren y esperan de sus líderes.

La información recolectada también permitió observar cómo ambos candidatos cumplen con la primera función de los líderes que plantea Jiménez (2008): fijar los fines del colectivo. En los mensajes estudiados, los individuos hacen constante referencia a las habilidades de liderazgo que los candidatos, reflejadas en la visión y los planes de gobierno que tienen para sus respectivas ciudades. Mostrando de esta manera como los ciudadanos esperan que su líder sea alguien que les marque el rumbo hacia el futuro.

Tanto la obediencia de los seguidores debido al carisma, como la creencia que los líderes poseen cualidades sobresalientes de liderazgo, presentan relación con la Teoría de Personalización Política (McAllister, 2007). Al presentar el caso de estudio se expuso que ambas campañas entraban dentro del fenómeno de la personalización política, debido a que centraban la mayor parte de la propaganda en el candidato, mientras que ideas, partidos y coaliciones quedaban relegados a un segundo lugar. Sumado a este contexto, los mensajes analizados reiteran que la conexión que tiene los ciudadanos con su candidato no se encuentra ligada con ningún partido o movimiento político, puesto que su decisión de voto reside en el carácter que ven en su respectivo líder.

Por otro lado, se hace constante mención a los candidatos como “la única opción” o “la mejor opción” para el futuro y bienestar de sus ciudades. De esta manera, se puede observar cómo los seguidores ven a su respectivo líder como la representación de la esperanza en el futuro. Con frecuencia mencionan que su candidata, o candidato, son los únicos con capacidad de derrotar al enemigo que acecha a la sociedad. En el caso de Claudia López este enemigo es la corrupción y los corruptos, mientras que Daniel Quintero se enfrenta a las elites políticas de Medellín.

Este ambiente en donde los candidatos son vistos como salvadores y existe una lucha entre el “Ellos” y “Nosotros” (Ellos, los corruptos, y Nosotros, el pueblo; Ellos, las elites que siempre han gobernado y Nosotros, el pueblo) es a lo que se refieren Vallespín y Martínez-Bascuñán (2017) cuando hablan del entorno populista. Este escenario, según los mismos autores refuerza la necesidad que tienen los individuos de encontrar un líder.

Todo lo anterior muestra cómo en términos académicos, ambos candidatos entran en las concepciones de líder que tienen Max Weber (1990) y José Francisco Jiménez (2008). Los ciudadanos que los apoyan lo hacen de manera libre y bajo la certeza que las características de personalidad sobresalientes son suficientes para ostentar el poder y marcar las metas para el futuro. Además, los candidatos objetos de este estudio, son ejemplo de la personalización política que se ve reforzada por el escenario populista en el que se mueven.

#### *4.2.2. La predominancia de lo masculino*

La primera hipótesis de este estudio giraba en torno a demostrar que los ciudadanos tienden a otorgar de manera más frecuente características masculinas que características femeninas a los líderes políticos. Los resultados presentados en el estudio confirman esta hipótesis y muestran

cómo los ciudadanos siguen asociando las características del liderazgo con aquellas que tradicionalmente se han asociado a lo masculino, como la agresividad, la fuerza y el actuar como líder.

De hecho, aunque los ciudadanos otorgan características estereotípicamente femeninas a los candidatos, estas tienen mucha menor aparición que las masculinas. Los resultados van a en concordancia que los planteamientos de García Beaudoux (2014), quien como ya se mostró en el marco teórico, afirma que los seguidores tienden a asociar características masculinas con lo que se espera de un buen líder.

Ahora, al hablar específicamente de cada uno de los líderes ocurren cosas interesantes. Claudia López es definida con características masculinas y femeninas, aunque las características masculinas predominan dentro de sus resultados y las femeninas apenas tienen relevancia; esta mezcla entre lo femenino y lo masculino concuerda con lo expuesto por Lupano y Castro (2010), Suárez-Romero (2017), Cuadrado (2004), y Eagly y Karau (2002), quienes afirman que las mujeres que llegan puestos de liderazgo tienden a combinar en su personalidad características estereotípicas de ambos géneros.

Por otro lado, aunque el número de mensajes positivos que se asocian con ella es mayor que el número de mensajes negativos, la diferencia entre uno y otro es apenas perceptible. Los mensajes negativos llevan características mayormente asociadas a lo masculino, lo que genera rechazo para algunos de los ciudadanos que la describieron.

Lo anterior tiene sentido siguiendo lo propuesto por Eagly y Karou (2002) en la Teoría de Incongruencia de Roles, es decir, que Claudia López muestre tantas características estereotípicamente masculinas hace que una parte de los ciudadanos sienta rechazo hacia su

persona, pues es vista como una persona demasiado fuerte y agresiva, con la cual no se puede entablar una conversación.

Para el caso de Daniel Quintero ocurre algo diferente. Si bien el candidato es definido mayormente con características asociadas a lo masculino, las características femeninas que se le otorgan al líder son más representativas que en el caso de Claudia López. Por otro lado, los mensajes positivos son mucho más típicos que los negativos. En este caso también aplica la teoría expuesta por Eagly y Karou, puesto que, aunque los ciudadanos asocian a Quintero con algunas características femeninas, las masculinas siguen siendo las predominantes. Esto hace que para los individuos él siga estando dentro del rol masculino con el que la sociedad se siente cómoda y así su personalidad no genera tanto rechazo.

#### *4.2.3. Dobles estándares*

Freidenberg y Muñoz-Pogossian (2021) dedican una parte de su artículo *¡Las mujeres también ganan elecciones!* Para hablar del doble estándar y nivel exigencia que le exigen los ciudadanos a sus líderes, dependiendo del género al que estos pertenecen. Dentro del artículo se afirma que la misma acción puede ser calificada de manera diferente si el candidato es hombre o es mujer.

Los mensajes recolectados para este estudio ratifican la afirmación anterior. Para ejemplificarlo mejor, se toma la categoría dominante que aparece representada por ambos candidatos. Cuando este rasgo es usado para describir a Daniel Quintero se ve como una característica positiva, mientras que en Claudia López existe una relación dicotómica entre lo positivo y lo negativo. Al candidato de Medellín se le alaba que sea una persona que “domina los

debates”, mientras que a López en algunas ocasiones se le llama “tirana” y en otras se le alaba que sepa dominar los espacios. Ocurre cosas parecidas en otras categorías asociadas a lo masculino como “defiende sus propias creencias” o “tiene fuerte personalidad”.

Otro rasgo en el que aparece este doble estándar sobre los candidatos se presenta en la característica “voluble”. Esta característica no existe en dentro del Inventario de Roles Sexuales de Bem (Bem, 1974) que se usó para clasificar las características asociadas al género. Sin embargo, este rasgo es aceptado como una característica estereotípica femenina en otros listados de estereotipos de género, como el presentado en el *Análisis de los estereotipos de género actuales* (Castillo-Mayén y Montes-Berges, 2014). Durante la realización del trabajo de campo, selección de la muestra y posterior codificación, dicha característica aparecía frecuentemente en los mensajes asociados a Claudia López, por lo que se decidió tenerla en cuenta.

La característica “voluble” aparece en el 11,6% de los mensajes, siempre con asociación negativa. Cuando se usa este rasgo se habla principalmente de Claudia López, es decir, del total de las veces que el rasgo fue usado para referirse a un líder 85,7% de las veces se usó para referirse a la candidata femenina. Incluso en este rasgo existen dos maneras de usar la característica, si bien siempre se usa de manera negativa, cuando se habla de López y su personalidad voluble se le llama “loca” y “bipolar”, mientras que cuando se refieren a Quintero como una persona voluble lo hacen haciendo referencia a su facilidad para “saltar” de una ideología a otra.

Existe otro punto en el que los candidatos recibieron un tratamiento diferente por parte de los ciudadanos. Como ya se mencionó, los datos arrojaron que en comparación, Claudia tiene mayor cantidad de mensajes en clave negativa que Daniel. Esto no se debe a que a él nunca se le atacase durante la campaña, sino porque los mensajes que atacaban su candidatura se referían a su ideología y no a sus atributos de personalidad. Esto fue algo que llamó la atención durante la

extracción manual de los tuits. Dichos ataques no se encuentran dentro de los 111 mensajes recolectados sobre Daniel Quintero, debido a que no atribuían características de personalidad. Sin embargo, este apunte puede derivar en una investigación futura: La relación entre el género y los ataques que reciben los candidatos.

#### *4.2.4. La relevancia del género en los candidatos*

La hipótesis número dos, presentada en la introducción de este trabajo, también fue dada como cierta. Es decir, efectivamente el género de candidato o líder se vuelve más relevante cuando se trata de una mujer. Lo interesante de este resultado es que la gran mayoría de los mensajes en los que se hacía referencia explícita a que la candidata era una mujer son calificados como positivos.

Estos tuits no solo enumeran características estereotípicamente femeninas, sino que las mezclan con características estereotípicamente masculinas. Un ejemplo de esto se encuentra el mensaje codificado número 18, en donde quien emite el mensaje expresa “Las mujeres son guerreras, fuertes, valientes, soñadoras, persistentes, protectoras... Por eso quiero que una mujer sea la que gobierne mi ciudad y @ClaudiaLopez es la perfecta para transformar, cuidar y amar a Bogotá”.

La causa de esta reiteración del género puede deberse a la necesidad de reivindicar a las mujeres como posibles líderes. Es la manera de mostrar que una mujer puede ser fuerte, independiente y valiente, pero no por ello deja atrás sus cualidades de mujer, con las cuales la sociedad se siente cómoda. Una vez más, esta combinación entre características femeninas y masculinas para referirse a una mujer líder va en concordancia con los estudios presentados por autores como Cuadrado (2004), y Eagly y Karau (2002).

El colocar de manera explícita el género de las candidatas puede también ser una manera que los ciudadanos han encontrado para reencuadrar la figura de las lideresas. Dejando atrás la idea que existe en el imaginario colectivo sobre la necesidad de comportarse únicamente como hombre para poder liderar bien.

Este tipo de mensajes muestra que para algunos ciudadanos el buen liderazgo no es exclusivamente determinado por características masculinas, que se puede ser cariñosa y protectora y aun así llegar a ser una líder. Aunque como se vio al aceptar la hipótesis número uno, este tipo de ciudadanos aun no es estadísticamente relevante. Pero hace interesante seguir realizando investigaciones sobre el tema, en espera de un posible cambio.

#### *4.2.5. Fuera de la elite y la “representación selfie”*

Guillem Rico (2009) establece que las características de personalidad se vuelven políticas en el momento en que los ciudadanos, políticos y medios deciden que estas son políticas. De esta misma manera la biografía de una persona, quiénes son sus padres, dónde estudió y demás factores se vuelven políticos en el momento en que los ciudadanos deciden que lo son.

Si bien la biografía de los candidatos no es objeto de este estudio, mencionarla se vuelve relevante cuando los ciudadanos la usan para remarcar las características de personalidad que tiene su respectivo líder. Barrera (2000) planteó que las mujeres que llegaban a los puestos de toma de decisiones ya provenían de una elite que les había provisto con recursos económicos, sociales y culturales. Sin embargo, Claudia López es la excepción al planteamiento de Barrera.

Los mensajes que hacían referencia constante a que la candidata no provenía de una familia de élite y que se había “hecho a pulso”, lo hacían para reafirmar el argumento sobre que la

candidata era “sensible a las necesidades de los demás”, puesto que ella como parte de la clase media, conocía de primera mano los problemas de la ciudad y las necesidades de los ciudadanos.

Para una parte de los individuos, que López fuese egresada de universidad pública e hija de una madre soltera la hacía parte del “pueblo”. Esto hace que factores que en un principio no se percibían como elementos políticos se conviertan en determinantes en el momento en que los ciudadanos buscan un referente que los lidere. Es la “representación selfie” de la que habla Rosanvallon (2015) y al menos en el caso de Claudia López, abre la discusión sobre la reconfiguración del perfil de las mujeres que llegan a espacios políticos.

Por otro lado, la *representación selfie* no solo se encontró en los tuits referidos a la candidata de Bogotá. En el mensaje codificado numero 35 dice: “Es indudable que Daniel Quintero es la mejor opción para Medellín. Un hombre Joven, que creció económicamente a través del trabajo y el emprendimiento. Un empresario independiente al que nadie le regaló NADA. Un verdadero paisa<sup>3</sup> que nos representa.” Una vez más la biografía del candidato se vuelve relevante y es por medio de ella que los ciudadanos se ven reflejados en el candidato.

En ambos casos los ciudadanos otorgan a los candidatos cualidades que, a su parecer, también poseen el general de los individuos pertenecientes a la sociedad, pero que los líderes llevan a otro nivel. Es *representación selfie* mezclada con la *dominación carismática* de Weber (1996). Ambos candidatos son percibidos por sus seguidores como personas que no provienen de la élite y que han trabajado duro para llegar a donde se encuentran, por tanto son dignos de ser elegidos. No solo por la fuerza de sus características de personalidad, sino porque se ven reflejados en ellos.

---

<sup>3</sup> Paisa es el termino local colombiano para referirse a las personas y a la cultura originarias del departamento de Antioquia, Colombia, y de la región conocida como el Eje Cafetero colombiano (Colombia CO, s. f.)

4.2.6. *Las características femeninas como positivas en un líder político y las diferencias en el liderazgo.*

Por último, se rechaza la hipótesis número tres. En ella se planteaba que las características estereotípicas femeninas son vistas como negativas en los líderes. Con este rechazo de la hipótesis se puede abrir la discusión sobre nuevos liderazgos, donde lo femenino tiene más cabida y es visto como positivo.

Ya se ha mencionado que las características estereotípicas femeninas fueron menos nombradas que las masculinas, sin embargo cuando estas aparecían, en su mayoría era para nombrar rasgos del líder que los ciudadanos esperaban de su próximo alcalde o alcaldesa.

La única excepción en cuanto a las características femeninas como atributo positivo fue la categoría de “voluble”. Esto muestra que la idea que las mujeres son incapaces de gobernar debido a su carácter indeciso sigue presente en algunas partes de la sociedad. Es la huella que han dejado los estereotipos de género en Colombia y que según Cantillo (2017), limitan la participación política de las mujeres en el territorio nacional.

Aun así, no hay que olvidar que categorías como “sensible a las necesidades de los demás”, “amable” y “creativo” que pertenecen al grupo de características asociadas a lo femenino, aparecieron repetidamente en ambos líderes estudiados siempre de manera positiva. Se hace interesante cómo la característica “sensible a las necesidades de los demás” aparece mucho más en los mensajes referidos a Daniel Quintero que en los referidos a Claudia López. Pues, como se presentó en el apartado *1.3.2 Liderazgo masculino y femenino* este rasgo es más común en el liderazgo femenino que en el masculino.

De hecho, ambos candidatos muestran características pertenecientes a estilos de liderazgo opuestos. Según Loden (1987) los líderes masculinos tienden a ser mucho más autoritarios, analíticos y poco emocionales, mientras que las lideresas ostentan un poder menos autoritario y tienden a ser comprensivas y colaborativas. Como se vio con anterioridad, los resultados de Claudia López corresponden más a lo esperado del liderazgo masculino, mientras que los datos de Daniel Quintero apuntan a que el líder ostenta un liderazgo más mixto, mezclando características de ambos tipos de liderazgo.

Con base en estos resultados, se puede observar cómo las características femeninas se van abriendo espacio dentro de lo que es visto como positivo en un líder. Además, que los candidatos objetos de este estudio hayan sido electos como los líderes de sus ciudades habla de cómo la sociedad puede aceptar estilos de liderazgos diferentes a los que normalmente se asocian a su género. Es un tema que aún tiene muchas aristas y requiere constante revisión, pero que, al menos con los resultados aquí mostrados, va por buen camino.

## 5. Conclusiones

El liderazgo es un campo de la investigación que se ha trabajado de manera diversa y exhaustiva, aun así, como bien lo expone Núñez (2013) las investigaciones sobre el liderazgo político femenino siguen siendo un tema residual debido a las pocas mujeres que se encuentran en puestos de liderazgo dentro de la esfera política. Ahora bien, el contexto actual muestra que poco a poco más mujeres van ocupando espacios que antes se les habían negado, por lo que es necesario seguir haciendo investigaciones académicas sobre el tema.

El estudio empírico que sustenta esta investigación tenía como finalidad analizar el caso de una primera mujer en llegar un cargo político de elección popular y la manera en que ella era percibida por los ciudadanos. Los resultados encontrados van en concordancia con los expuestos por Lupano y Castro (2010), Suárez-Romero (2017), Cuadrado (2004), y Eagly y Karau (2002), quienes afirman que las mujeres que llegan a puestos de liderazgo y toma de decisiones tienden a mezclar en sí mismas características tanto femeninas como masculinas, aunque para el caso de Claudia López las masculinas son mucho más evidentes.

Aun así, es importante apuntar que, aunque López presente tan fuertemente características estereotípicamente masculinas, genera que algunas partes de la sociedad la rechacen. Este rechazo puede responder a la incongruencia que los individuos perciben entre el comportamiento de la lideresa y el rol de género que se le ha otorgado. Estas afirmaciones se sustentan en la Teoría de Incongruencia de Género presentada por Eagly y Karau (2002)

Otra de las pretensiones de este trabajo giraba en torno a conocer las características estereotípicas asociadas al género con los que los ciudadanos describen a los líderes políticos y las

diferencias encontradas si el líder es hombre o mujer. Los resultados mostraron que tal como expone García Beaudoux (2014), los ciudadanos siguen definiendo a sus líderes con características mayormente masculinas, al menos en el caso colombiano.

En cuanto a las características femeninas, aunque más residuales a la hora de describir a los líderes, en su mayoría fueron usadas como positivas y aparecieron tanto en el líder masculino como en la líder femenina. Puede resultar interesante para posibles investigaciones, observar cómo poco a poco las características estereotípicas femeninas se abren paso para ser consideradas positivas en un líder, con independencia al género al que este pertenezca

Pese a todo, no todas las características estereotípicamente femeninas son tomadas como positivas, se puede decir que la concepción que tenía Nixon, citado al inicio de este trabajo, sobre la incapacidad de las mujeres debido a que son erráticas y volubles sigue estando presentes en aquellos que rechazan el liderazgo de una mujer. Esto muestra que las mujeres siguen teniendo que enfrentarse a prejuicios basados en su género a la hora de intentar llegar a lugares de liderazgo.

Por otro lado, se encontró que efectivamente el género del candidato toma más relevancia para los seguidores cuando se trata de una mujer. Tienden a nombrar de manera explícita el género antes de enumerar características tanto femeninas como masculinas. La mayoría de estos mensajes evaluaban a la candidata de manera positiva.

Lo concerniente a la metodología, si bien el Índice de Roles Sexuales de Bem ha sido la herramienta utilizada por investigadores a la hora de hablar de estereotipos de género en el liderazgo (Véase Lupano y Castro, 2010; Lupano, 2011) y es práctico a la hora de hablar de estereotipos de género en liderazgo efectivo, este presenta algunos fallos a la hora de hablar de las barreras de estereotipos que aún tienen las mujeres que quieren llegar a los puestos de tomas de decisiones. Por esto se propone para futuras investigaciones sobre este tema usar la lista acuñada

por Castillo-Mayén y Montes-Berges (2014) en su trabajo *Análisis de los estereotipos de género actuales*.

Por último y teniendo en cuenta que tanto el género como los estereotipos de género son construcciones sociales que están sujetos a cambios en el tiempo (Eagly, 1987; Bem, 1993) es de esperarse que las concepciones sobre las características con las que se definen a los líderes también cambien. Como exponen Pérez y Morales (2015) y García Beaudoux (2014) los estereotipos de género son aprendidos, por lo que mostrar más líderes mujeres poderosas y líderes hombres preocupados por las necesidades de los demás a largo plazo puede reconfigurar la idea de lo que se espera de los líderes políticos.

## Bibliografía

- Acto Legislativo 01 de 1986, por el cual se reforma la Constitución Política. (1986). 9 de enero de 1986. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=9440>
- Acto Legislativo 02 de 2002, por el cual se modifica el período de los gobernadores, diputados, alcaldes, concejales y ediles. (2002). 6 de agosto de 2002.  
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=5562>
- Alonso, M. & Adell, A. (2011): *Márketingpolítico 2.0. Lo que todo candidato necesita saber para ganar las elecciones*. Gestión 2000.
- Astin, H. S., & Leland, C. (1991). *Women of influence, women of vision: A cross-generational study of leaders and social change*. Jossey-Bass.
- Banco de la República. (2021). Presidentes colombianos (1810 - actualidad). En *Enciclopedia / Banrepcultural*.  
[https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Presidentes\\_colombianos\\_\(1810\\_-\\_actualidad\)](https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Presidentes_colombianos_(1810_-_actualidad))
- Bem, S. L. (1974). The measurement of psychological androgyny. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 42(2), 155–62.
- Bem, S. L. (1993). The lenses of gender: Transforming the debate on sexual inequality.
- Brower, H. H., Schoorman, F. D., & Tan, H. H. (2000). A model of relational leadership: The integration of trust and leader–member exchange. *The Leadership Quarterly*, 11(2), 227-250.

Burgess, D., & Borgida, E. (1999). *Who women are, who women should be: Descriptive and prescriptive gender stereotyping in sex discrimination* (pp. 665–692). Psychology, Public Policy, and Law.

Burns, J. M. G. (1978). *Leadership*. Van Duuren Media.

<https://es.scribd.com/book/171091351/Leadership>

Caballero, A. (2016). La Violencia [Libro electrónico]. En Biblioteca Nacional de Colombia (Ed.), *Historia de Colombia y sus oligarquías (1498 - 2017)*. Ministerio de Cultura - Biblioteca Nacional de Colombia. <https://bibliotecanacional.gov.co/es-co/proyectos-digitales/historia-de-colombia/libro/capitulo11.html>

Cantillo, L. (2017). Mujer y participación política en Colombia. En D. C. Fernández-Matos (Ed.), *Liderazgo y participación política de las mujeres en América Latina en el Siglo XXI* (pp. 161–200). Universidad Simón Bolívar.

<https://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/2354/LiderparticipapolitmujeamerlatielsigloXXI.pdf?sequence=1&isAllowed=y#page=156>

Castillo-Mayén, R., & Montes-Berges, B. (2014). Análisis de los estereotipos de género actuales. *Anales de Psicología / Annals of Psychology*, 30(3), 1044–1060.

<https://doi.org/10.6018/analesps.30.3.138981>

Chaparro, G, Laverde Toscano, M, Arizabaleta, M, Aguilera Ardila, A., & Velásquez Toro, M. (1997). *40 años del voto de la mujer en Colombia*. [Dirección Nacional para la Equidad de las Mujeres].

Cigüenza, N., & Lorduy, J. (2019). Solo 121 mujeres ganaron las elecciones 2019 de 1.101 alcaldías locales. *La República*. <https://www.larepublica.co/especiales/elecciones-2020/solo-121-mujeres-ganaron-las-elecciones-de-1101-alcaldias-electas-2926024>

Cohen, L. (2001). *Colombianas en la vanguardia*. Universidad de Antioquia.

Colombia CO. (s. f.). *Palabras paisas que debes conocer*. Marca País Colombia.

<https://www.colombia.co/cultura-colombiana/algunas-de-las-palabras-paisas-mas-utilizadas-en-medellin-y-el-eje-cafetero/>

Concordato entre la Santa Sede y la Republica de Colombia (1887).

[https://www.cec.org.co/sites/default/files/WEB\\_CEC/Documentos/Documentos-Historicos/1973%20Concordato%201887.pdf](https://www.cec.org.co/sites/default/files/WEB_CEC/Documentos/Documentos-Historicos/1973%20Concordato%201887.pdf)

Constitución política de Colombia: [Const.] (1886).

Constitución política de Colombia: [Const.] (1991).

Corte Constitucional. Sentencia C-371 del 2000. Magistrado Ponente Dr. Carlos Gaviria Díaz.

<http://www.corteconstitucional.gov.co/RELATORIA/2000/C-371-00.htm>

Cuadrado Guirado, I. (2004). Valores y rasgos estereotípicos de género de mujeres líderes.

*Psicothema*, 16, 279-284.

Curiel, O. (2013). *La nación heterosexual. Análisis del discurso jurídico y el régimen heterosexual desde la antropología de la dominación*. Impresol.

file:///C:/Users/melib/Downloads/La%20nacion%20heterosexual.%20Ochy%20Curiel.pdf

f

D'Alessandro, M. (2006). Liderazgo político. L. Aznar y M. De Luca (coords.), *Política. Cuestiones y problemas*, 305-336.

De la Torre, C. (1994). Los significados ambiguos de los populismos latinoamericanos. *El populismo en España y América*, 39-60.

Decreto 1010 de 2000, por el cual se establece la organización interna de la Registraduría Nacional del Estado Civil y se fijan las funciones de sus dependencias; se define la naturaleza jurídica del Fondo Social de Vivienda de la Registraduría Nacional del Estado Civil; y se dictan otras disposiciones. (2000). *Diario Oficial*, 44.034, 6 de junio de 2000.

Domingo, C. (2018). *El papel de las mujeres en la política*. Santillana.

Eagly, A. H. (1987). *Sex differences in social behaviour: A social- role interpretation*. Lawrence Erlbaum.

Eagly, A. H., & Johnson, B. T. (1990). *Gender and leadership style: A meta-analysis*. *Psychological Bulletin*, 108(2), 233–256. doi:10.1037/0033-2909.108.2.233

Eagly, A. H., & Karau, S. J. (2002). Role congruity theory of prejudice toward female leaders. *Psychological Review*, 109(3), 573–598. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.109.3.573>

Freidenberg, F., & Muñoz-Pogossian, B. (2021). ¡Las mujeres también ganan elecciones! Obstáculos, desafíos y estrategias en la construcción de la democracia paritaria en América Latina. *Revista Mundo Electoral*, 14(39), 17-31.  
<https://revistamundoelectoral.com/wp-content/uploads/2021/02/RME39-web-2021.pdf>

- García Beaudoux, V (2018). Medios de comunicación, estereotipos de género y liderazgo femenino en América Latina. En *Mujeres en la política: Experiencias nacionales y subnacionales en América Latina* (pp. 119-144).
- García Beaudoux, V. (2014). Influencia de la televisión en la creación de estereotipos de género y en la percepción social del liderazgo femenino. La importancia de la táctica de reencuadre para el cambio social. *Ciencia Política*, 9(18), 20.  
<https://revistas.unal.edu.co/index.php/cienciapol/article/view/52305>
- García Beaudoux, V. (2015). Estereotipos de género, comunicación, política y liderazgo femenino: ¿Para qué sirve la táctica del reencuadre? *Más Poder Local*, 25, 3-6.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7455150>
- García De León, M. A. (1991). *Las Mujeres Políticas Españolas*. Comunidad de Madrid, Consejería de Presidencia, Dirección General de la Mujer.
- García De León, M. A. (2002). *Herederas y heridas*. Cátedra.
- Gibb, C. A., Tannenbaum, A. S. & Seligman, L. G. (1979): “Liderazgo”. En David L. SILLS (dir.) *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales*. (vol. 6, pp. 589-608). Aguilar.
- Hollander, E. P. (1978): *Leadership Dynamics*. The Free Press.
- Hollander, E. P. (1992). *Leadership, followership, self, and others*. *The Leadership Quarterly*, 3(1), 43–54. doi:10.1016/1048-9843(92)90005-z
- Horowitz, J. M., Igielnik, R., & Parker, K. (2018). *Women and Leadership 2018*. Pew Research Center’s Social & Demographic Trends Project. <https://www.pewresearch.org/social-trends/2018/09/20/women-and-leadership-2018/>

Jewell, M., & Whicker, M. L (1994). *Legislative leadership in the American states*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press

Jiménez, J. F. (2008). Enfoque sociológico para el estudio del liderazgo político. *Barataria. Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, 9, 189–203.  
<https://doi.org/10.20932/barataria.v0i9.186>

Jimeno, G. (1980). Luchas de las mujeres por sus derechos en el siglo XX en Colombia. Mimeo

Kirkwood, J. (1983). Mujer e identidad política. *Boletín Círculo Estudios de la Mujer*, 2, Cuarto Propio, Santiago

Korabik, K. (1999). Sex and gender in the new millennium. En G. N.Powell (Ed.), *Handbook of gender and work* (pp. 3–16). Sage.

Lavrín, A., & Sáenz, E. R. (2002). *Un siglo de luchas femeninas en América Latina*. Universidad de Costa Rica.

Ley 1475 de 2011, por la cual se adoptan reglas de organización y funcionamiento de los partidos y movimientos políticos, de los procesos electorales y se dictan otras disposiciones. (2011). *Diario Oficial*, 48.130, 14 de julio 2011  
[https://www.registraduria.gov.co/IMG/pdf/ley\\_1475\\_2011.pdf](https://www.registraduria.gov.co/IMG/pdf/ley_1475_2011.pdf)

Ley 161 de 1994, por la cual se organiza la Corporación Autónoma Regional del Río Grande de la Magdalena, se determinan sus fuentes de financiación y se dictan otras disposiciones. (1994). *Diario Oficial*, 41.523, 2 de septiembre 1994  
[http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0163\\_1994.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0163_1994.html)

Ley 581 de 2000, por la cual se reglamenta la adecuada y efectiva participación de la mujer en los niveles decisorios de las diferentes ramas y órganos del poder público, de

conformidad con los artículos 13, 40 y 43 de la Constitución Nacional y se dictan otras disposiciones. (2000). *Diario Oficial*, 44.026, 31 de mayo 2000.

<http://wp.presidencia.gov.co/sitios/normativa/leyes/Documents/Juridica/LEY%20581%20DE%202000.pdf>

López-Hermida (2007). *El Estereotipo de género en política. La imagen de la mujer candidata en las elecciones presidenciales chilenas 2005-2006*. Universidad de Navarra.

Luna, L. G. (2004). “*Laminidad y el sufragio en Colombia, Durante el periodo 1944- 1948*”. *Anuario Colombiano de Historia*, 1999.

Lupano, M. (2011). *Liderazgo, Género y Prejuicio. Influencia de los estereotipos de género en la efectividad del liderazgo femenino y actitudes hacia las mujeres líderes* (Doctoral dissertation, Tesis para optar al grado de Doctor, Universidad de Palermo).

[http://dspace.palermo.edu/dspace/bitstream/handle/10226/1668/Lupano%20Perugini%20Tesis\\_CC.pdf](http://dspace.palermo.edu/dspace/bitstream/handle/10226/1668/Lupano%20Perugini%20Tesis_CC.pdf)

Lupano, M. A., & Castro, A. (2010). Análisis de características estereotípicas de género en líderes y seguidores. *Summa Psicológica UST*, 7/(2), 55-66.

<https://biblat.unam.mx/hevila/SummapsicologicaUST/2010/vol7/no2/6.pdf>

Lussier, Robert (2008), *Liderazgo: teoría, aplicación, desarrollo de habilidades*, 2ª edición, México: Thomson

Maier, M. (1999). On the gendered substructure of organization: Dimensions and dilemmas of corporate masculinity. In G. N. Powell (Ed.), *Handbook of gender and work* (pp. 69–93). Sage Publications. <https://doi.org/10.4135/9781452231365.n5>

- McAllister, I. (2007). The personalization of politics. In *The Oxford handbook of political behavior*. Oxford University Press.
- Meeks, L., & Domke, D. (2016). When Politics Is a Woman's Game: Party and Gender Ownership in Woman-Versus-Woman Elections. *Communication Research*, 43(7), 895–921. <https://doi.org/10.1177/0093650215581369>
- Meler, I. (1994). Parejas de la transición: entre la psicopatología y la respuesta creativa. *Actualidad Psicológica*, 214, 7- 12.
- Molina, I. & Delgado, S. (2001): *Conceptos fundamentales de ciencia política*. Alianza
- Morales, J. F., & Cuadrado, I. (2011). Perspectivas psicológicas sobre la implicación de la mujer en política. *Psicología Política*, 42, 29-44.  
<https://www.uv.es/garzon/psicologia%20politica/N42-2.pdf>
- Murillo Ramírez, Óscar. (2010). Liderazgo personalista, dignidad simbólica y movilización social. *Goliardos. Revista estudiantil de Investigaciones Históricas*, (12). Recuperado a partir de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/gol/article/view/45165>
- Natera, A. (2001). *El liderazgo político en la sociedad democrática*. Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.  
New Haven, CT: Yale University Press.
- Norris, P. (1997). *Women, Media, and Politics*. Oxford University Press.
- Núñez, J. M. R. (2013). liderazgo político y género en el siglo XXI. *Entramado*, 9(1).  
<https://www.redalyc.org/pdf/2654/265428385009.pdf>
- ONU Mujeres. (2020). *Mujeres en la Política: 2020* [Mapa]. ONU Mujeres.  
<https://www.unwomen.org/>

</media/headquarters/attachments/sections/library/publications/2020/women-in-politics-map-2020-es.pdf?la=es&vs=828>

ONU Mujeres. (2021). *Hechos y cifras: Liderazgo y participación política de las mujeres | Qué hacemos*. <https://www.unwomen.org/es/what-we-do/leadership-and-political-participation/facts-and-figures>

Panke, L. (2015): *Campañas electorales para mujeres: retos y tendencias*. Piso 15.

Pérez, J.A. & Morales, J. F. (2015). *Factores psicosociales que inciden en el acceso de las mujeres a los puestos de dirección*. Memoria de estudio subvencionado por el Instituto de la Mujer, convocatoria 7-5-92

Perugini, M. L. L., & Solano, A. C. (2011). Teorías implícitas del liderazgo masculino y femenino según ámbito de desempeño. *Prensa Médica Latinoamericana*, 2(1).  
<http://www.scielo.edu.uy/pdf/cp/v5n2/v5n2a02.pdf>

Registraduría Nacional del Estado Civil & ONU Mujeres. (2019). *Balance de gobernadoras y alcaldesas electas para el periodo 2020–2023*. <https://www2.unwomen.org/-/media/field%20office%20colombia/documentos/noticias/dic%202019/boletn%20nec%20-%20onum.pdf?la=es&vs=1547>

Registraduría Nacional del Estado Civil (s.f). *La mujer y su participación en la política colombiana*. <http://www.registraduria.gov.co/La-mujer-y-suparticipacion-en-la.html>

Registraduría Nacional del Estado Civil. (2018). *El camino hacia la paridad en el Congreso Colombiano*. <https://www.registraduria.gov.co/IMG/pdf/CIFRAS.pdf>

Resolución 14778 de 2018, por la cual se establece el calendario electoral para las elecciones de autoridades Locales (Gobernadores, alcaldes, diputados, concejales y ediles o Miembros

- de la Juntas Administradoras Locales) que se realizarán el 27 de octubre de 2019. (2018).  
11 de octubre de 2018 <https://www.registraduria.gov.co/IMG/pdf/RES-14778-11-OCT-2018-CALENDARIO-ELECTORAL-AUTORIDADES-LOCALES.pdf>
- Resolución 66/130 de la Asamblea General “La participación de la mujer en la política”  
A/RES/66/130 (19 de diciembre de 2012). undocs.org/es/A/RES/66/130.
- Rico, G. (2009). *Líderes políticos, opinión pública y comportamiento electoral en España*.  
(Colección Monografías, 270). CIS - Centro de Investigaciones Sociológicas.  
<https://elibro.net/es/ereader/universidadcomplutense/52031?page=143>
- Rosanvallón, P. (2015). *El buen gobierno*. Manantial.
- Rosener, L. & Schwart, P. (1980). Women leadership and the 1980's: What kind of leaders do we need. In: *The report: round table on new leadership in the public interest*. NOW Legal Defense and Education Fund.
- Rosenthal, C. S. (1997). A View of Their Own: Women's Committee Leadership Styles and State Legislatures. *Policy Studies Journal*, 25(4), 585–600.  
doi:10.1111/j.15410072.1997.tb00043.x
- Rustow, D.A. (1976) «El estudio del liderismo». En Rustow, D.A. (Ed.). *Filósofos y estadistas. Estudios sobre el liderismo*. Fondo de Cultura Económica (pp. 9-48).
- Sánchez, G. (1990). El imaginario político de los colombianos. *Magazín Dominical del Espectador*, 359, 17–20.
- Schein, V. E. (2001). A Global Look to Psychological Barriers to Women's Progress in Management. *Journal of Social Issues*, 57, 675-688.

- Schneider, M., & Bos, A. (2014). Measuring Stereotypes of Female Politicians. *Political Psychology*, 35(2), 245-266. Retrieved August 2, 2021, from <http://www.jstor.org/stable/43785849>
- Seligman, L. G. (1979): “Liderazgo: Aspectos políticos”. En Sills, D. (dir.) *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales*. Aguilar. (vol. 6).
- Seligman, L.G. (1970), “The Study of Political Leadership”. En Kessel, J. H.; Cole, G. F. y Seddig, R. G., *Micropolitics. Individual and Group Level Concepts*, Holt, Rinehart and Winston
- Setzler, M. (2019). Adversity, Gender Stereotyping, and Appraisals of Female Political Leadership: Evidence from Latin America. *The Latin Americanist* 63(2), 189-219. <https://www.muse.jhu.edu/article/726705>
- Stogdill, R. M. (1948). Personal Factors Associated with Leadership: A Survey of the Literature. *The Journal of Psychology*, 25(1), 35–71. doi:10.1080/00223980.1948.9917362
- Suárez-Romero, M. (2017). Mujer, política y estereotipos: Un liderazgo condicionado. En P. Panarese, J. Valero Vilchis, L. A. Guadarrama Rico, & J. C. Suarez Villegas (Eds.), *La desigualdad de género invisibilizada en la comunicación. Aportaciones al III Congreso Internacional de Comunicación y Género y al I Congreso Internacional de Micromachismo en la comunicación* (pp. 115-123). Dykinson. <https://elibro.net/es/ereader/universidadcomplutense/58803?prev=bf&page=115>
- Tannenbaum, A. S. (1979): “Liderazgo: Aspectos Sociológicos”, en Sills, D. (dir.) *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales*. Aguilar. (vol. 6).

- Tucker, R. (1976). La teoría del liderazgo carismático. En D.A. Rustow, (Ed) *Filósofos y Estadistas*. Fondo de Cultura Económica.
- Unger, R. K. (1979). Toward a redefinition of sex and gender. *American Psychologist*, 34, 1085–1094. doi:10.1037/0003-066X.34.11.1085
- Vallespín, F., & Martínez-Bascuñán, M. (2017). *Populismos*. Alianza.
- Velásquez, M. (1986). Aspectos históricos de la condición sexual de la mujer en Colombia. En M. C. Laverde & L. H. Sánchez (Eds.), *Voces Insurgentes*. Fundación Universidad Central. (pp. 181–201).
- Weber, M. (1996), *Economía y sociedad*. FCE.
- Wills, M. E. (2007). *Inclusión sin representación: La irrupción política de las mujeres en Colombia (1970-2000)*. Grupo Editorial Norma.
- Yukl, G., & Falbe, C. M. (1991). *Importance of different power sources in downward and lateral relations*. *Journal of Applied Psychology*, 76, 416-423.4

## **Anexos**

### **Anexo. 1. Libro de codificación.**

#### **- Candidato/a:**

1-Claudia López

2-Daniel Quintero

#### **- Características Estereotípicas del género masculino:**

1-Actúa como líder.

2-Agresivo

3-Ambicioso

4-Analítico

5-Asertivo

6-Atlético

7-Competitivo

8-Defiende las propias creencias

9- Dominante

10-Fuerte/Enérgico/a

11-Tiene habilidades de liderazgo

12-Independiente

13-Individualista

14-Toma decisiones fácilmente

15-Masculino

16-Autosuficiente

17-Seguro de sí mismo

18-Fuerte personalidad

19-Dispuesto a tomar una posición

20-Arriesgado

**- Características Estereotípicas del género femenino:**

21-Cariñoso/a

22-Alegre

23-Creativo

24-Compasivo

25-No usa lenguaje duro

26-Deseoso de calmar los sentimientos heridos

27-Femenino

28-Halagador

29-Amable

30-Persuasible

31-Ama a los niños

32-Leal

33-Sensible a las necesidades de los demás

34-Tímido

35-De voz suave

36-Simpático

37-Tierno

38-Comprensivo

39-Cálido

40-Docil

41-Voluble

**- Relevancia del género en el mensaje**

0- Irrelevante: no se hace referencia a que el líder es hombre o mujer

1- Relevante: no se hace referencia a que el líder es hombre o mujer

**- Carácter evaluativo del mensaje:**

1- Positivo: Las características otorgadas se dan en clave positiva.

2- Negativo: Las características otorgadas se dan en clave negativa.

## Anexo 2: Tuits analizados

Código	Fecha	link	Mensaje	Rt	Likes	Candidato/a
1	Sep 7, 2019	<a href="https://twitter.com/nacpc92/status/1170332020964319234?s=20">https://twitter.com/nacpc92/status/1170332020964319234?s=20</a>	Al decir que Claudia López representa lo peor de la sociedad me refiero a q es: Grosera Heavy check mark AltaneraHeavy check mark ArrabaleraHeavy check mark IndecenteHeavy check mark MediocreHeavy check mark IgnoranteHeavy check mark Mentirosa Heavy check mark OportunistaHeavy check mark Populista Heavy check mark OrgullosaHeavy check mark ConvenienteHeavy check mark Agresiva Heavy check mark EgolatraHeavy check mark Neuroticista e intransigenteHeavy check mark	461	881	Claudia
2	Oct 12, 2019	<a href="https://twitter.com/bettycriticonaa/status/1183160441754804226">https://twitter.com/bettycriticonaa/status/1183160441754804226</a>	EL MEJOR ✓👑 MIGUEL URIBE TURBAY Favor difundir • Claudia López caótica, incoherente, inexperta y farsante • Galán codicioso, engañoso, un mandadero de Sanños y Vargas Lleras • Hollman Morris marioneta de Petro, maltratador de mujeres y destructor.	456	614	Claudia
3	Oct 22, 2019	<a href="https://twitter.com/clarasandoval/status/1186790610717630464">https://twitter.com/clarasandoval/status/1186790610717630464</a>	¿Cuántas miles de mujeres no nos sentimos representadas por Claudia López, ni nos sentiríamos orgullosas de tener una mujer alcalde que no conoce Bogotá, no sabe administrar, miente, grita, se contradice y se retracta, es grosera con otras mujeres y desprecia a los creyentes?	419	930	Claudia

4	Oct 19, 2019	<a href="https://twitter.com/Brigittelgb/status/1185482957038985216">https://twitter.com/Brigittelgb/status/1185482957038985216</a>	Como mujer independiente, sin sectarismo y sin creer en caudillos ni promoverles, votaré con conciencia crítica y afecto por una gran mujer @ClaudiaLopez y al concejo @AndreaFeoM @PartidoVerdeCoL aunque @NancyCely88 me seduce también...	393	1,8k	Claudia
5	Oct 7, 2019	<a href="https://twitter.com/CVderoux/status/1181282511717949441?s=20">https://twitter.com/CVderoux/status/1181282511717949441?s=20</a>	1. Claudia López no solo es honrada sino que aborrece la corrupción. Tiene perspicacia para descubrirla y mucha energía y coraje para combatirla	183	607	Claudia
6	Oct 18, 2019	<a href="https://twitter.com/Tiradorsilencio/status/1185290111346532352">https://twitter.com/Tiradorsilencio/status/1185290111346532352</a>	Me acabo d dar cuenta d la descarada y desmedida inflada d porcentajes d las encuestadoras a favor d la Bipolar y resentida @ClaudiaLopez y el Trivago @CarlosFGalan . P la alcaldía d @Bogota .	157	232	Claudia
7	Jul 31, 2019	<a href="https://twitter.com/afelipejime/status/1156679302261465088?s=20">https://twitter.com/afelipejime/status/1156679302261465088?s=20</a>	Señora @ClaudiaLopez , usted no puede pedir respeto cuando solo expresa violencia! Usted es una mujer tóxica y actúa con incoherencias, usted no representa los principios, no representa la familia y mucho menos a la mujer.	135	176	Claudia
8	Sep 7, 2019	<a href="https://twitter.com/Fabianmendoza/status/1170348200974327808?s=20">https://twitter.com/Fabianmendoza/status/1170348200974327808?s=20</a>	Cada que sale en algún lado Claudia López, hace el mismo show. Altanera, grosera, atravesada, irrespetuosa, prepotente... Aaah pero el malo según ella es Peñalosa.  Pero la ciudadanía va despertando, porque aparte, ya denota su ignorancia de la ciudad.	134	189	Claudia

9	Oct 23, 2019	<a href="https://twitter.com/VLADDO/status/1186941502829793281">https://twitter.com/VLADDO/status/1186941502829793281</a>	Por eso votaré por @ClaudiaLopez , una mujer estudiosa, camelladora y honesta, que se ha preparado muy bien para enfrentar el colosal desafío de transformar esta ciudad	121	432	Claudia
10	Oct 7, 2019	<a href="https://twitter.com/CVderoux/status/1181287018736828421?s=20">https://twitter.com/CVderoux/status/1181287018736828421?s=20</a>	3. Claudia López es honrada, inteligente, estudiosa, trabajadora y valiente. Puede ser altisonante -porque aquí sobran los motivos de indignación- pero también oye, reflexiona y corrige, cuando toca, el rumbo	101	329	Claudia
11	Ago 8, 2019	<a href="https://twitter.com/gener_usuga/status/1159547965561815040?s=20">https://twitter.com/gener_usuga/status/1159547965561815040?s=20</a>	#GranDebateWPerdedora: @ClaudiaLopez, solo sabe atacar.Ganador: @HOLLMANMORRIS, único q presentó un proyecto de gobierno.Le sacó provecho: @MiguelUribeT quién demostró que López fue sancionada por mal manejo de dineros.Comprabado: q @CarlosFGalan, no es como su padre.	101	153	Claudia
12	Oct 21, 2019	<a href="https://twitter.com/mariovalencia01/status/1186240413868408833">https://twitter.com/mariovalencia01/status/1186240413868408833</a>	Votaré por Claudia López, por su rectitud, firmeza, inteligencia, su lucha contra la corrupción, porque entiende que el estímulo a la producción será la llave del trabajo.	91	240	Claudia
13	19 sept. 2019	<a href="https://twitter.com/C88Caesar/status/1174807958552743936?s=20">https://twitter.com/C88Caesar/status/1174807958552743936?s=20</a>	Claudia López representa la política de la agresión, de la calumnia, de la ligereza, de la mentira, del amarillismo. Claudia López ostenta un liderazgo negativo que divide y propaga odios. Ese liderazgo no lo necesita Bogotá, ni	78	74	Claudia

			Colombia. #MiguelUribeAlcalde @MiguelUribeT			
14	Sep 6, 2019	<a href="https://twitter.com/Klbarguen/status/1170096239360249856?s=20">https://twitter.com/Klbarguen/status/1170096239360249856?s=20</a>	En la única cosa que coincido con Felipe Zuleta es en que Claudia Claudia Nayibe es una patana, y tirana además, ella cree que puede hacer lo que se le da la gana en todas partes. Si así es como candidata, como alcaldesa la imagino al estilo de algún dictador tropical.	76	216	Claudia
15	Ago 13, 2019	<a href="https://twitter.com/maferojas/status/1161056584526684160?s=20">https://twitter.com/maferojas/status/1161056584526684160?s=20</a>	#MeGustaClaudiaLopez Conozco a @ClaudiaLopez hace años y siempre he admirado su voluntad y determinación para defender a Bogotá.	57	231	Claudia
16	19 sept. 2019	<a href="https://twitter.com/clarasandoval/status/1174708446240919553?s=20">https://twitter.com/clarasandoval/status/1174708446240919553?s=20</a>	Claudia López la reina de la arrogancia y la agresividad, dice que Miguel es arrogante y agresivo. Esa señora es aterradora.	51	132	Claudia
17	Ago 21, 2019	<a href="https://twitter.com/CarlosCarriilloA/status/1164313763769704448?s=20">https://twitter.com/CarlosCarriilloA/status/1164313763769704448?s=20</a>	Claudia López no tienen un pelo de uribista, eso es evidente, ha sido una mujer valiente que ha enfrentado a esas mafias. El problema es la ambigüedad, si algo no ha tenido en esta campaña es claridad, quiere quedar bien con la derecha y doblegar a la izquierda.	45	201	Claudia
18	Sep 3, 2019	<a href="https://twitter.com/Juanleon/status/1168940730481553408?s=20">https://twitter.com/Juanleon/status/1168940730481553408?s=20</a>	Las mujeres son guerreras, fuertes, valientes, soñadoras, persistentes, protectoras... Por eso quiero que una mujer sea la que gobierne mi ciudad y @ClaudiaLopez es la perfecta para transformar, cuidar y amar a Bogotá Corazón verde	38	234	Claudia

19	Ago 13, 2019	<a href="https://twitter.com/La_Goye/status/1161011093323571204?s=20">https://twitter.com/La_Goye/status/1161011093323571204?s=20</a>	#MeGustaClaudiaLopez porque es una mujer berraca, hecha a pulso y preparada para gobernar la ciudad . @ClaudiaLopez es una mujer que dice la verdad y a la que no le tiembla la voz para denunciar las arbitrariedades y la corrupción vengan de donde vengan. #88GoyenecheTeusaquillo	38	194	Claudia
20	Oct 9, 2019	<a href="https://twitter.com/ElsaFariet/status/1182099790055776257?s=20">https://twitter.com/ElsaFariet/status/1182099790055776257?s=20</a>	Yo voy con Claudia López por que es una mujer berraca, capaz de sacar a Bogota del retraso que tenemos, además por que es una mujer muy inteligente, respetuosa de la naturaleza y para ella los recursos son sagrados, viva la educación gratuita. Claudia Alcaldesa #yovoyconclaudia	36	245	Claudia
21	Sep 5, 2019	<a href="https://twitter.com/Amirsajim/status/1169646325891239936?s=20">https://twitter.com/Amirsajim/status/1169646325891239936?s=20</a>	Muy al estilo de Santos, Claudia López es capaz de todo por alcanzar sus ambiciones personales, es una mujer sin escrúpulos, con un talante rastrero, es un gran peligro para Bogotá y Colombia, debemos unirnos,	35	25	Claudia
22	12 sept. 2019	<a href="https://twitter.com/luchogarzon/status/1172180794154135553?s=20">https://twitter.com/luchogarzon/status/1172180794154135553?s=20</a>	#SiUnaMujerGobernara, Bogotá ganaría confianza y certezas. @ClaudiaLopez, además de ser mujer, tiene el liderazgo, la honestidad, el carácter y, sobre todo, la valentía para enfrentar situaciones difíciles.Pulgares hacia arriba	33	103	Claudia
23	Oct 22, 2019	<a href="https://twitter.com/andresmarquino/status/1186791767431172099">https://twitter.com/andresmarquino/status/1186791767431172099</a>	#MockusVotaClaudia porque reconoce en ella, su lucha incansable por la defensa de los recursos públicos	32	77	Claudia
24	19 sept. 2019	<a href="https://twitter.com/MauroToro/status/1174740005299900416?s=20">https://twitter.com/MauroToro/status/1174740005299900416?s=20</a>	#LoPositivoDeClaudia son demasiadas cosas: es determinada, transparente, frentera, no le tiene miedo ni a los corruptos ni a los delincuentes, estudiada, preparada y tiene una visión clara de lo que Bogotá puede llegar a ser. Con Claudia #DeUna @ClaudiaLopez	32	140	Claudia

25	Ago 13, 2019	<a href="https://twitter.com/TrajanoAndino/status/1161115484395380736?s=20">https://twitter.com/TrajanoAndino/status/1161115484395380736?s=20</a>	Dra, ya que es tan vehemente, exíjale a Peñalosa, en compañía de @petrogustavo y del Polo, que suspenda la licitación hasta que se poseione el nuevo alcalde. Estoy seguro que ellos la acompañan en eso. @GNavasTalero  @CarlosCarrilloA  @esantosmolano  @JERobledo  @MMMaldonadoC	31	94	Claudia
26	Ago, 2 2019	<a href="https://twitter.com/ElBloise/status/1156958950371340290?s=20">https://twitter.com/ElBloise/status/1156958950371340290?s=20</a>	Las reacciones de <b>Claudia López</b> , no son de una mujer brava o "verraca" son las de una persona megalómana, incapaz de controlar sus impulsos y sin modales de ningún tipo.	31	76	Claudia
27	Ago 19, 2019	<a href="https://twitter.com/Wilsonfanabria/status/1179952204108750848?s=20">https://twitter.com/Wilsonfanabria/status/1179952204108750848?s=20</a>	En la encuesta de hoy aparece Galan punteando intención de voto a la alcaldía de Bogotá. Claudia @ClaudiaLopez y se que es una mujer verraca que logra lo que propone , por eso puedo decir que desde las 5:30 Am empieza #LaRemontadaDeClaudia	26	145	Claudia
28	Ago 2, 2019	<a href="https://twitter.com/policarpa8112/status/1163441334931341312?s=20">https://twitter.com/policarpa8112/status/1163441334931341312?s=20</a>	Que miedo que @ClaudiaLopez tan populista, gritona, mentirosa, bipolar y lo peor IZQUIERDISTA vaya ser alcalde de Bogotá. "Dime con quien andas y te dire quien eres"	26	13	Claudia

29	Ago 14, 2019	<a href="https://twitter.com/JuanLuisCassCo/status/1157342320309809152?s=20">https://twitter.com/JuanLuisCassCo/status/1157342320309809152?s=20</a>	#MiCandidataEs es @ClaudiaLopez ! Una mujer más que preparada y lista para asumir el reto de liderar las transformaciones que necesita Bogotá. Es un gusto que nuestro querido @PartidoVerdeCoL tenga a Claudia de Candidata en la capital. #MiCandidatoEs	26	118	Claudia
30	Sept 29, 2019	<a href="https://twitter.com/guzmanhennessy/status/1181218783429562369?s=20">https://twitter.com/guzmanhennessy/status/1181218783429562369?s=20</a>	Voy a votar por @ClaudiaLopez porque me representa, porque está bien preparada para gobernar una ciudad compleja, porque su historia pública es intachable, porque entiende la urgencia climática que vivimos @wilcheschau @manuel_rodb @laredKLN @carlosfonzeca	18	33	Claudia
31	Sep 14, 2019	<a href="https://twitter.com/juliandezubiria/status/1173038390230638592?s=20">https://twitter.com/juliandezubiria/status/1173038390230638592?s=20</a>	Si viviera en M/Ilín, no dudaría en votar por @QuinteroCalle : inteligente, reflexivo y con el mejor programa. Viviremos en un mejor país si votamos por candidatos cívicos e independientes y no por los que digan los caudillos que tienen sumido al país en autoritarismo y corrupción.	707	1,8k	Daniel
32	Sep 28, 2019	<a href="https://twitter.com/sergiobarbosach/status/1177987438435799041?s=20">https://twitter.com/sergiobarbosach/status/1177987438435799041?s=20</a>	No soy paisa pero si lo fuera votaría por la independencia de @QuinteroCalle Me gusta su estilo!	88	535	Daniel
33	Oct 25, 2019	<a href="https://twitter.com/jairoullocade/status/1187699744572874752?s=20">https://twitter.com/jairoullocade/status/1187699744572874752?s=20</a>	Medellin se inclina por la juventud, con madures y tranquilidad del joven <b>Daniel Quintero</b> Calle, independiente, culto lleno de valores, no se deja encasillar ni manipular ante la arremetida del partido de las mentiras y la polarización el CD <a href="#">#DanielQuinteroAlcalde</a> <a href="#">#MedellinCambia</a>	56	105	Daniel

34	Oct 14, 2019	<a href="https://twitter.com/luisbernardov/status/1183771446205669376?s=20">https://twitter.com/luisbernardov/status/1183771446205669376?s=20</a>	Daniel Quintero Calle, es un hombre inspirador para muchos jóvenes, una persona que ha logrado salir adelante, él tiene la mejor propuesta para Medellín. @QuinteroCalle Ojos Leamos el artículo	41	99	Daniel
35	Sep 20, 2019	<a href="https://twitter.com/efrapotter/status/1175150271586086912?s=20">https://twitter.com/efrapotter/status/1175150271586086912?s=20</a>	Es indudable que Daniel Quintero es la mejor opción para Medellín.  Un hombre Joven, que creció económicamente a través del trabajo y el emprendimiento. Un empresario independiente al que nadie le regaló NADA. Un verdadero paisa que nos representa.	22	39	Daniel
36	Sep 6, 2019	<a href="https://twitter.com/diamaov/status/1169989191503138819?s=20">https://twitter.com/diamaov/status/1169989191503138819?s=20</a>	Sin maquinarias, sin plata, con amenazas y con las angustias familiares de atreverse a hacer y a decir lo que nadie había hecho <b>Daniel Quintero</b> es hoy la alternativa independiente con más posibilidades de lograr una Medellín independiente.	22	65	Daniel
37	Sep 12, 2019	<a href="https://twitter.com/godiedim/status/1172302737658089474?s=20">https://twitter.com/godiedim/status/1172302737658089474?s=20</a>	QuinteroCalle de @independenteco, es pura humildad, sencillez y transparencia, es la esperanza para garantizar un mejor futuro de las nuevas generaciones de Medellín. #QuinteroEsIndependiente #DebateCiudadano.G39	20	41	Daniel
38	Sep 14, 2019	<a href="https://twitter.com/LDSAlvaro/status/1172849033087475712?s=20">https://twitter.com/LDSAlvaro/status/1172849033087475712?s=20</a>	QuinteroCalle no solo es el candidato con mayor preparación académica y experiencia profesional. También tiene el mejor programa de gobierno. ..Daniel Quintero la mejor opción para mí ciudad	19	64	Daniel

39	22 ago. 2019	<a href="https://twitter.com/jcuartascardon/status/1164715929344909312?s=20">https://twitter.com/jcuartascardon/status/1164715929344909312?s=20</a>	De lejos @QuinteroCalle domina en el debate de hoy. Estructura, conocimiento, independencia. Que bueno que haya surgido esta opción alternativa	17	50	Daniel
40	Ago 15, 2019	<a href="https://twitter.com/godiedim/status/1162127271869714432?s=20">https://twitter.com/godiedim/status/1162127271869714432?s=20</a>	#MedellínEligeQuintero porque @QuinteroCalle es un candidato con liderazgo, que representa a una generación que desea que hayan cambios trascendentales en nuestra ciudad, que regrese la primavera. #MedellínElige.	16	25	Daniel
41	Oct 24, 2019	<a href="https://twitter.com/MaryoryJaramil1/status/1187543335948509184?s=20">https://twitter.com/MaryoryJaramil1/status/1187543335948509184?s=20</a>	<b>Daniel Quintero, es ofensivo e irrespetuoso, está siempre a la defensiva y cree que así se va a ganar la ciudadanía.... Por favor!, definitivamente no me canso de repetir, yo quiero que Santiago Gómez sea mi próximo Alcalde, #YovotoporSantiago #SantiagoAlcalde #SantiagoElDeFico</b>	15	18	Daniel
42	Oct 2, 2019	<a href="https://twitter.com/gonace/status/1179584040472649728?s=20">https://twitter.com/gonace/status/1179584040472649728?s=20</a>	#VoyConQuinteroAlcalde voto por Daniel Quintero porque sabe la importancia de lo social y lo cultural en una sociedad como Medellín. #LaHoraDelDebate	13	36	Daniel
43	Ago 6, 2019	<a href="https://twitter.com/ekamiak/status/1162163588435496961?s=20">https://twitter.com/ekamiak/status/1162163588435496961?s=20</a>	Daniel Quintero conoce de cerca al Pueblo, y está listo para ser el mejor Alcalde de la historia de la ciudad #MedellínEligeQuintero	12	25	Daniel
44	Oct 20, 2019	<a href="https://twitter.com/jucja18/status/1185983393164660736?s=20">https://twitter.com/jucja18/status/1185983393164660736?s=20</a>	<b>Mi voto el próximo 27 de Octubre será por Daniel Quintero el candidato de la gente, el de la política limpia. #NoMásCampañaSucia</b>	11	36	Daniel

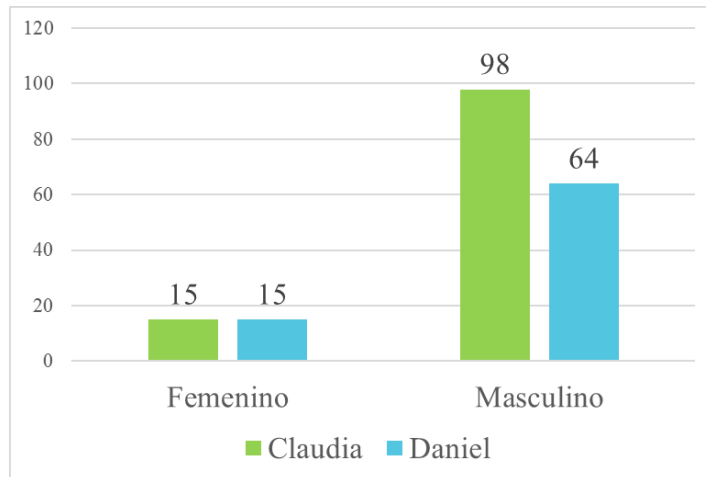
45	Oct 25, 2019	<a href="https://twitter.com/oscarcpalacios/status/1187697498732879872?s=20">https://twitter.com/oscarcpalacios/status/1187697498732879872?s=20</a>	<b>Daniel Quintero</b> Calle; ahí lo pueden ver, es sin duda, el mejor, el que no alberga odios en su corazón, el que más sabe de Medellín. Es un lujo de candidato. No te equivoques Medellín; <b>Daniel Quintero</b> es el hombre.	10	43	Daniel
46	Sep 25, 2019	<a href="https://twitter.com/godiedim/status/1177034755919007744?s=20">https://twitter.com/godiedim/status/1177034755919007744?s=20</a>	QuinteroCalle de @independenteco es un candidato integral, sus propuestas de ciudad son visionarias y ambiciosas. #MedellínEligeQuintero.	9	11	Daniel
47	Sep 8, 2019	<a href="https://twitter.com/godiedim/status/1170720544980946944?s=20">https://twitter.com/godiedim/status/1170720544980946944?s=20</a>	Gracias por recordarnos que @QuinteroCalle de @independenteco es el candidato que los desvela. Daniel Quintero Calle con su carisma y liderazgo se sigue ganando el corazón de la gente y será el próximo Alcalde de Medellín Rocket.	9	54	Daniel
48	Oct 24, 2019	<a href="https://twitter.com/gonace_/status/1187541232618233857?s=20">https://twitter.com/gonace_/status/1187541232618233857?s=20</a>	<b>#GranDebateFinal demuestra que Daniel Quintero es la mejor opción para gobernar Medellín. #YoVotoQuintero porque es la única opción que tenemos contra el Urbismo. #DanielQuinteroAlcalde Cohete</b>	8	12	Daniel
49	Sep 23, 2019	<a href="https://twitter.com/godiedim/status/1176110826190790657?s=20">https://twitter.com/godiedim/status/1176110826190790657?s=20</a>	Daniel Quintero Calle, un joven forjado a pulso, con visión de futuro. Tiene conocimiento, experiencia, carácter, liderazgo y carisma. Posee el perfil para ser el próximo Alcalde de Medellín.	8	28	Daniel
50	18 oct. 2019	<a href="https://twitter.com/juanduquega/status/1185401745255653376?s=20">https://twitter.com/juanduquega/status/1185401745255653376?s=20</a>	Digan lo que digan, pero siempre lo he dicho @QuinteroCalle es una persona sorpréndete, humilde y sobre todo empática, nos demostró que luchando contra todo se pueden cumplir los sueños, todo un gran ser humano. Para ud, siempre cariño, respeto y admiración.	8	30	Daniel

51	Oct 23, 2019	<a href="https://twitter.com/AlejoSalda1/status/1187073789370228742?s=20">https://twitter.com/AlejoSalda1/status/1187073789370228742?s=20</a>	<b>Hay campañas nerviosas y tibias. Muy contrario, la campaña de Daniel Quint movimiento @independienteco es ale entusiasta.</b>	7	27	Daniel
52	Oct 20, 2019	<a href="https://twitter.com/ESTEFANI A0717/status/1185989646859296769?s=20">https://twitter.com/ESTEFANI A0717/status/1185989646859296769?s=20</a>	Daniel es el reflejo de la política honesta que necesita mi hermosa Medellín. La esperanza, la solidaridad y el respeto lo representan, por eso mi voto es por <b>Daniel Quintero</b>	7	12	Daniel
53	Sep 16, 2019	<a href="https://twitter.com/HerranJairo/status/1173506947334754304?s=20">https://twitter.com/HerranJairo/status/1173506947334754304?s=20</a>	<b>Daniel Quintero</b> ha sido uribista santista, fajardista, petrista, de Humberto de la calle, independista y otros. Salta más que la rana rene. Será que alguien con ese trasegar político es idóneo para desempeñar el primer Cargo en la ciudad de Medellín?	7	7	Daniel
54	22 ago. 2019	<a href="https://twitter.com/AlejoSalda1/status/1164713393351249920?s=20">https://twitter.com/AlejoSalda1/status/1164713393351249920?s=20</a>	Ciudadanía debe tener en cuenta quién da la cara a la ciudadanía y quién se esconde. @QuinteroCalle no solo va de cara a la ciudadanía sino que demuestra Independencia, seriedad e ideas claras. Yo voto por un hombre que no se esconde. #DebateAlParque #MedellinEligeQuintero	7	17	Daniel
55	Sep 12, 2019	<a href="https://twitter.com/TatiTabaresS/status/1172311785635860480?s=20">https://twitter.com/TatiTabaresS/status/1172311785635860480?s=20</a>	Medellín necesita un alcalde como @QuinteroCalle visionario, con propuestas claras, con experiencia y academia, sin jefes políticos. Un alcalde @independienteco #QuinteroEsIndependiente	6	18	Daniel

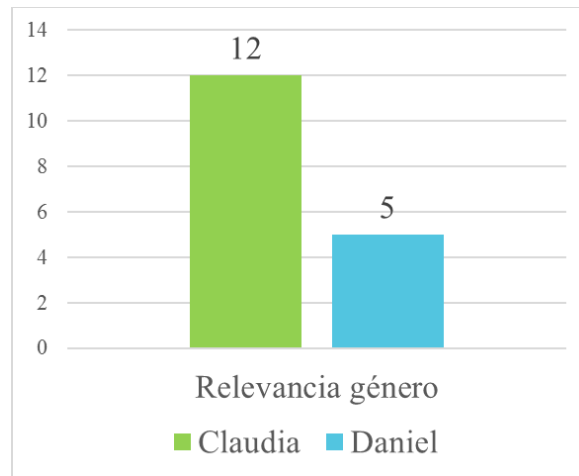
56	Oct 24, 2019	<a href="https://twitter.com/efrapotter/status/1187430686845816832?s=20">https://twitter.com/efrapotter/status/1187430686845816832?s=20</a>	<p><b>No crea en encuestas Nany. En Medellín VAMOS A ELEGIR A DANIEL QUINTERO ALCALDE, hombre trabajador, emprendedor, empresario, líder.</b></p> <p><b>No queremos hijos de políticos q solo son unos vagos buenos para NADA.</b></p> <p><b>Mira la última encuesta en Medellín hace 4 años, siempre inflan al uribista</b></p>	6	13	Daniel
57	23 oct. 2019	<a href="https://twitter.com/Sachaka7/status/1186991950983041024?s=20">https://twitter.com/Sachaka7/status/1186991950983041024?s=20</a>	<p>Claro que me encantan los nuevos liderazgos. Si estuviera en Medellín votaría por @QuinteroCalle si fuera candidato votaría por @CamiloRomero y espero que más y más gente aparezca con ideas de cambio que unan más gente en ideales comunes. No creo en caudillos, creo en causas.</p>	6	4	Daniel
58	11 oct. 2019	<a href="https://twitter.com/CarlosMarianoMont/status/1182736833949687810?s=20">https://twitter.com/CarlosMarianoMont/status/1182736833949687810?s=20</a>	<p>Algunos sin conocerlo lo critican, pero somos muchos los que por conocerlo lo defendemos y apoyamos. Es un excelente profesional, insuperable funcionario público, creativo, inteligente y gran señor. iii Y será el alcalde de Medellín!!! @QuinteroCalle</p>	6	7	Daniel
59	Oct 25, 2019	<a href="https://twitter.com/jairoulloacade/status/1187706951528042496?s=20">https://twitter.com/jairoulloacade/status/1187706951528042496?s=20</a>	<p><b>En Medellín de la eterna primavera se impone juventud, honesta, transparente de Daniel Calle, un alternativo independiente que no casillas, que trabajará por el desarrollo con social, recuperar la empleabilidad la seguridad ciudad #BienMedellin</b></p>	5	7	Daniel

60	Oct 24, 2019	<a href="https://twitter.com/asliqui/status/1187562206403219456?s=20">https://twitter.com/asliqui/status/1187562206403219456?s=20</a>	<p><b>#YoVotoQuintero</b> porque en esta campaña ha sido víctima de mentiras, de prácticas desleales, y él con toda la elegancia ha seguido adelante soportando todo eso.</p> <p><b>#GranDebateFinal</b> votemos por él, es el mejor candidato</p>	5	4	Daniel
----	--------------	---	--	---	---	--------

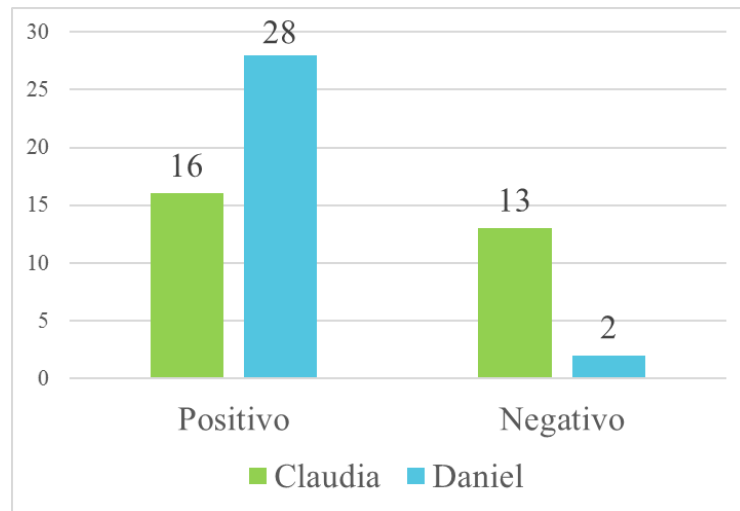
**Anexo 3.** Frecuencia de las características estereotípicas de género usadas en los tuits analizados para los candidatos Claudia López y Daniel Quintero.



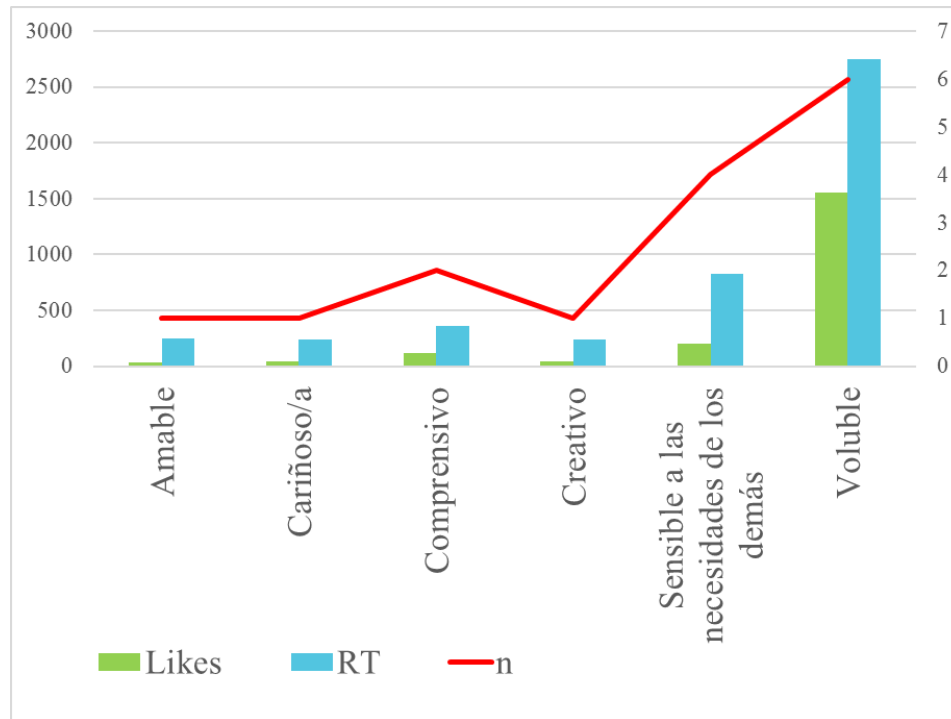
**Anexo 4.** Frecuencia en la que se le dio relevancia al género en los tuits analizados.



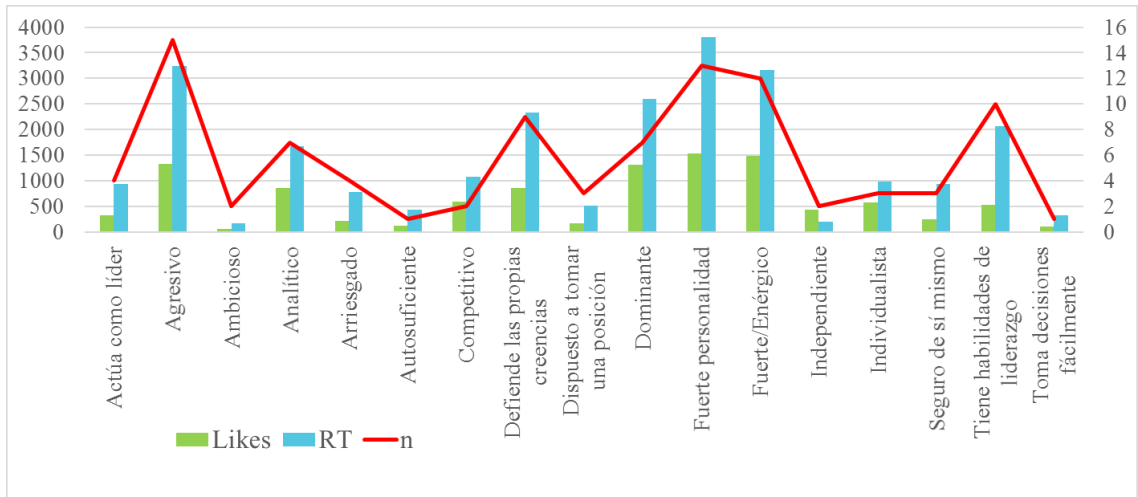
**Anexo 5.** Frecuencia en la que se usó carácter evaluativo para evaluar a los candidatos.



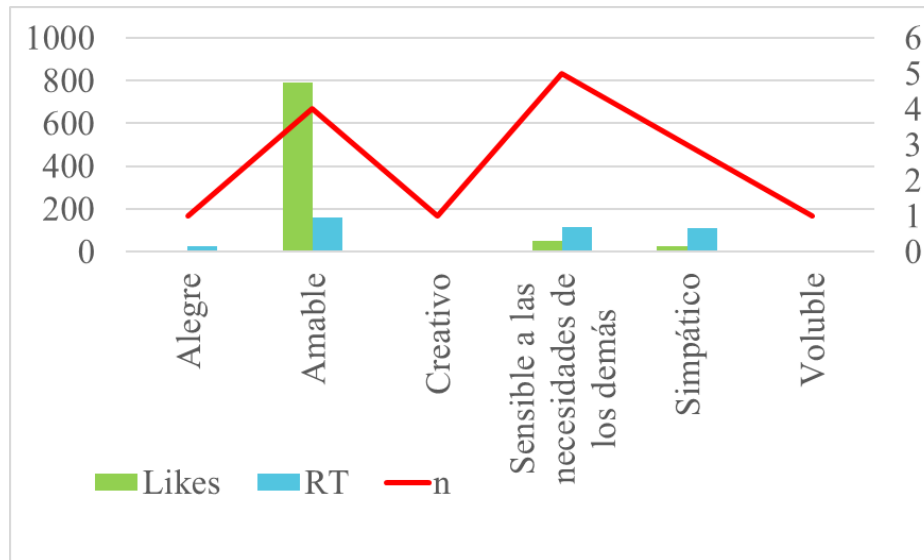
**Anexo 6.** Características estereotípicamente femeninas asociadas a la candidata Claudia López y su impacto en retuits y likes. El eje vertical secundario muestra el número de veces que utilizó las características y el primario el impacto.



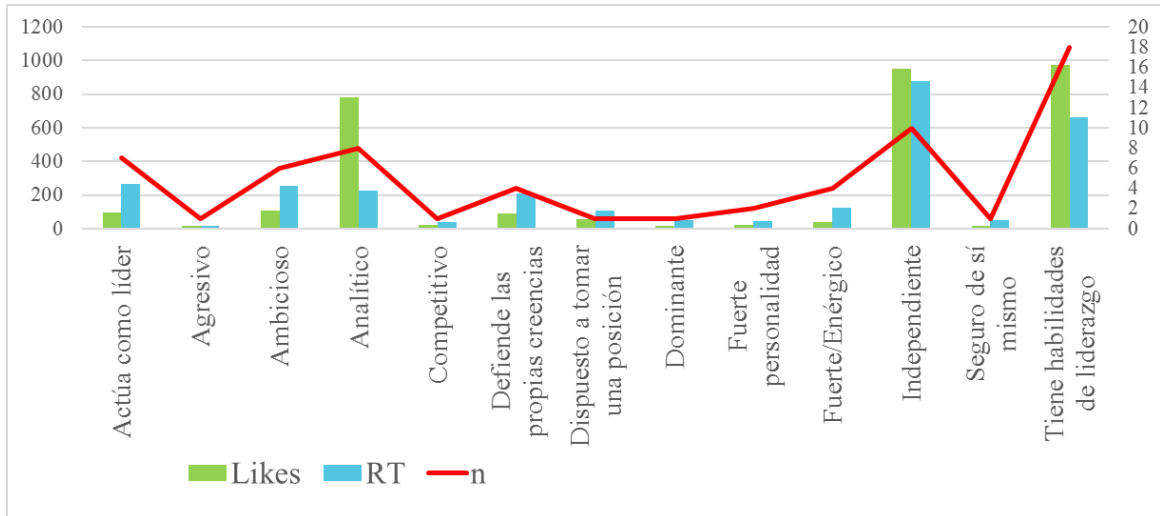
**Anexo 7.** Características estereotípicamente masculinas asociadas a la candidata Claudia López. El eje vertical secundario muestra el número de veces que utilizó las características y el primario el impacto.



**Anexo 9.** Características estereótipicamente femeninas asociadas al candidato Daniel Quintero. El eje vertical secundario muestra el número de veces que utilizó las características y el primario el impacto.



**Anexo 9.** Características estereotípicamente masculinas asociadas al candidato Daniel Quintero. El eje horizontal secundario muestra el número de veces que utilizó las características y el primario el impacto.



### Tablas

**Tabla 2.** Frecuencia y porcentajes en los cuales se usaron las características estereotípicamente masculinas y femeninas para describir a la candidata Claudia López. Se muestra el porcentaje respecto al total general de características para ambos candidatos, el total para el género estudiado y la proporción en la cual se usaron estas características para describir a Claudia López.

<b>ID</b>	<b>Característica estereotípica</b>	<b>Género CE</b>	<b>Candidato</b>	<b>n</b>	<b>RT</b>	<b>Likes</b>	<b>% (Total general)</b>	<b>% (Género)</b>	<b>% (Candidato)</b>
1	Actúa como líder	Masculino	Claudia	4	938	333	2,08%	4,08%	2,45%
2	Agresivo	Masculino	Claudia	15	3246	1322	7,81%	15,31%	9,20%
3	Ambicioso	Masculino	Claudia	2	170	61	1,04%	2,04%	1,23%
4	Analítico	Masculino	Claudia	7	1679	862	3,65%	7,14%	4,29%
5	Asertivo	Masculino	Claudia	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
6	Atlético	Masculino	Claudia	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
7	Competitivo	Masculino	Claudia	2	1070	595	1,04%	2,04%	1,23%
8	Defiende las propias creencias	Masculino	Claudia	9	2325	858	4,69%	9,18%	5,52%
9	Dominante	Masculino	Claudia	7	2600	1307	3,65%	7,14%	4,29%
10	Fuerte/Energico	Masculino	Claudia	12	3166	1484	6,25%	12,24%	7,36%
11	Tiene habilidades de liderazgo	Masculino	Claudia	10	2068	534	5,21%	10,20%	6,13%
12	Independiente	Masculino	Claudia	2	194	431	1,04%	2,04%	1,23%
13	Individualista	Masculino	Claudia	3	980	574	1,56%	3,06%	1,84%
14	Toma decisiones fácilmente	Masculino	Claudia	1	329	101	0,52%	1,02%	0,61%
15	Masculino	Masculino	Claudia	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%

<b>ID</b>	<b>Característica estereotípica</b>	<b>Género CE</b>	<b>Candidato</b>	<b>n</b>	<b>RT</b>	<b>Like s</b>	<b>% (Total general)</b>	<b>% (Género)</b>	<b>% (Candidato)</b>
16	Autosuficiente	Masculino	Claudia	1	432	121	0,52%	1,02%	0,61%
17	Seguro de sí mismo	Masculino	Claudia	3	941	253	1,56%	3,06%	1,84%
18	Fuerte personalidad	Masculino	Claudia	13	3805	1535	6,77%	13,27%	7,98%
19	Dispuesto a tomar una posición	Masculino	Claudia	3	509	166	1,56%	3,06%	1,84%
20	Arriesgado	Masculino	Claudia	4	773	211	2,08%	4,08%	2,45%
21	Cariñoso/a	Femenino	Claudia	1	234	38	0,52%	1,06%	0,61%
22	Alegre	Femenino	Claudia	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
23	Creativo	Femenino	Claudia	1	234	38	0,52%	1,06%	0,61%
24	Compasivo	Femenino	Claudia	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
25	No usa lenguaje duro	Femenino	Claudia	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
26	Deseoso de calmar los sentimientos heridos	Femenino	Claudia	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
27	Femenino	Femenino	Claudia	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
28	Halagador	Femenino	Claudia	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
29	Amable	Femenino	Claudia	1	245	36	0,52%	1,06%	0,61%
30	Persuasible	Femenino	Claudia	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
31	Ama a los niños	Femenino	Claudia	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%

<b>ID</b>	<b>Característica estereotípica</b>	<b>Género CE</b>	<b>Candidato</b>	<b>n</b>	<b>RT</b>	<b>Like s</b>	<b>% (Total general)</b>	<b>% (Género)</b>	<b>% (Candidato)</b>
32	Leal	Femenino	Claudia	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
33	Sensible a las necesidades de los demás	Femenino	Claudia	4	828	201	2,08%	4,26%	2,45%
34	Tímido	Femenino	Claudia	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
35	De voz suave	Femenino	Claudia	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
36	Simpático	Femenino	Claudia	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
37	Tierno	Femenino	Claudia	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
38	Comprensivo	Femenino	Claudia	2	362	119	1,04%	2,13%	1,23%
39	Cálido	Femenino	Claudia	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
40	Dócil/sumiso	Femenino	Claudia	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
41	Voluble	Femenino	Claudia	6	2746	1550	3,13%	6,38%	3,68%

**Tabla 3.** Frecuencia y porcentajes en los cuales se usaron las características estereotípicamente masculinas y femeninas para describir al candidato Daniel Quintero. Se muestra el porcentaje respecto al total general de características para ambos candidatos, el total para el género estudiado y la proporción en la cual se usaron estas características para describir a Daniel Quintero.

ID	Característica estereotípica	Género CE	Candidato	n	RT	Likes	% (Total general)	% (Género)	% (Candidato)
1	Actúa como líder	Masculino	Daniel	7	266	96	3,65%	7,14%	24,14%
2	Agresivo	Masculino	Daniel	1	18	15	0,52%	1,02%	3,45%
3	Ambicioso	Masculino	Daniel	6	257	108	3,13%	6,12%	20,69%
4	Analítico	Masculino	Daniel	8	227	780	4,17%	8,16%	27,59%
5	Asertivo	Masculino	Daniel	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
6	Atlético	Masculino	Daniel	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
7	Competitivo	Masculino	Daniel	1	39	22	0,52%	1,02%	3,45%
8	Defiende las propias creencias	Masculino	Daniel	4	207	91	2,08%	4,08%	13,79%
9	Dominante	Masculino	Daniel	1	50	17	0,52%	1,02%	3,45%
10	Fuerte/Energico	Masculino	Daniel	4	124	42	2,08%	4,08%	13,79%
11	Tiene habilidades de liderazgo	Masculino	Daniel	18	662	975	9,38%	18,37%	62,07%
12	Independiente	Masculino	Daniel	10	877	950	5,21%	10,20%	34,48%
13	Individualista	Masculino	Daniel	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
14	Toma decisiones fácilmente	Masculino	Daniel	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
15	Masculino	Masculino	Daniel	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
16	Autosuficiente	Masculino	Daniel	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
17	Seguro de sí mismo	Masculino	Daniel	1	50	17	0,52%	1,02%	3,45%
18	Fuerte personalidad	Masculino	Daniel	2	46	23	1,04%	2,04%	6,90%
19	Dispuesto a tomar una posición	Masculino	Daniel	1	105	56	0,52%	1,02%	3,45%
20	Arriesgado	Masculino	Daniel	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
21	Cariñoso/a	Femenino	Daniel	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
22	Alegre	Femenino	Daniel	1	27	7	0,52%	1,06%	3,45%
23	Creativo	Femenino	Daniel	1	7	6	0,52%	1,06%	3,45%
24	Compasivo	Femenino	Daniel	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%

ID	Característica estereotípica	Género CE	Candidato	n	RT	Likes	% (Total general)	% (Género)	% (Candidato)
25	No usa lenguaje duro	Femenino	Daniel	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
26	Deseoso de calmar los sentimientos heridos	Femenino	Daniel	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
27	Femenino	Femenino	Daniel	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
28	Halagador	Femenino	Daniel	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
29	Amable	Femenino	Daniel	4	158	790	2,08%	4,26%	13,79%
30	Persuasible	Femenino	Daniel	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
31	Ama a los niños	Femenino	Daniel	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
32	Leal	Femenino	Daniel	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
33	Sensible a las necesidades de los demás	Femenino	Daniel	5	116	48	2,60%	5,32%	17,24%
34	Tímido	Femenino	Daniel	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
35	De voz suave	Femenino	Daniel	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
36	Simpático	Femenino	Daniel	3	112	25	1,56%	3,19%	10,34%
37	Tierno	Femenino	Daniel	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
38	Comprensivo	Femenino	Daniel	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
39	Cálido	Femenino	Daniel	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
40	Dócil/sumiso	Femenino	Daniel	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%
41	Voluble	Femenino	Daniel	1	7	7	0,52%	1,06%	3,45%