

Estereotipos de género y evaluación de candidatos en Estados Unidos: evidencia de una encuesta-experimento

Gender stereotypes and candidate evaluation in the United States: evidence from a survey-experiment

Estereotipos de genero e evaluacao de candidatos nos Estados Unidos: evidencia de uma enquete-experimento

Christopher A. Martínez
Universidad Católica de Temuco, Chile

Autor referente: christopher.martinez@uct.cl

Historia Editorial:
Recibido: 26/02/2017
Aceptado: 03/04/2018

RESUMEN

Este artículo utiliza un diseño experimental para poner a prueba los efectos de estereotipos de género sobre la evaluación de candidatos. Aleatoriamente, le solicitamos a 826 residentes de EE.UU. leer la descripción de un candidato ficticio: 391 participantes recibieron la descripción de una candidata, mientras 435 leyeron la misma descripción pero de un hombre. Nuestros resultados muestran que los participantes se mostraron más proclives a votar por la

mujer, creer que ella comparte sus preocupaciones y creer que ella estaba más capacitada para manejar asuntos como la educación y salud que el hombre. También encontramos que la afinidad partidaria es consistentemente el predictor más importante de la evaluación de candidatos. Interesantemente, los efectos de los estereotipos de género se debilitan solo parcialmente cuando se incluye la variable afinidad partidaria en el análisis.

Palabras clave: Candidatas; Método experimental; Estereotipos de género; Actitudes

ABSTRACT

In this article, we use an experimental design to test the effects of gender stereotypes on candidate evaluation. We randomly assign 826 U.S. residents the task of reading a description of a fictional candidate: 391 participants received the script of a female candidate, whereas 435 read the same script but of a male candidate. Our results show that respondents are more

likely to vote for the woman, to believe that she shares their concerns and to see her as more competent to deal with education and health care issues than the man. We also find that party affinity is consistently the strongest predictor of candidate evaluation. Interestingly, the effects of gender stereotypes partially weaken when partisanship is controlled for.

Keywords: Women candidates, Experimental method; Gender stereotypes; Attitudes

RESUMO

Este artigo utiliza um desenho experimental para colocar a prova os efeitos de estereótipos de gênero sobre a avaliação de candidatos. Aleatoriamente, solicitamos a 826 residentes dos EUA ler a descrição de um candidato fictício: 391 participantes receberam a descrição de uma candidata, enquanto 435 leram a mesma descrição só que de um homem. Nossos resultados mostram que os participantes se mostraram mais inclinados a votar pela mulher,

acreditar que ela compartilha suas preocupações e acreditar que ela estava mais capacitada para atender assuntos como a educação e saúde que o homem. Também encontramos que a afinidade partidária é consistentemente o previsor mais importante da avaliação de candidatos. Interessantemente, os efeitos dos estereótipos de gênero se debilitam apenas parcialmente quando se inclui a variável afinidade partidária no análise.

Palavras chave: Candidatas; Método experimental; Estereótipos de gênero; Atitudes

Introducción

Aunque las mujeres componen la mitad de la población y más de la mitad de los electores, históricamente, las mujeres han estado seriamente subrepresentadas en el Congreso de Estados Unidos. Si bien la representación legislativa de las mujeres ha crecido regularmente en los últimos 30 años, el porcentaje de mujeres en el Congreso es aún bajo: 19,3% en la Casa de Representantes y 20% en el Senado (Center for American Women and Politics, 2018). De acuerdo a la Inter-Parliamentary Union (2016), comparado con los promedios regionales, el porcentaje de mujeres en el legislativo estadounidense más bajo que en los países

Europeos/OSCE (25,8%), las Américas (27,7%) e incluso que en la África Subsahariana (23%).

Ciertamente, la ausencia de ciertos arreglos institucionales como un sistema de representación proporcional o el uso de cuotas, los cuales han sido identificados como los mecanismos más efectivos para impulsar la representación política femenina (Paxton, 1997; Matland, 1998; Kenworthy y Malami, 1999; Tripp y Kang, 2008; Schwindt-Bayer, 2009; Krook, 2009; Kittilson y Schwindt-Bayer, 2012), pueden ayudar a explicar el insuficiente número de mujeres congresistas en Estados Unidos. Sin embargo, la baja proporción de mujeres en política es aun desconcertante considerando que EE.UU. registra altos niveles en varias áreas que afectan positivamente el número de mujeres en el Congreso tales como participación femenina en el mercado del trabajo (Iversen y Rosenbluth, 2008), nivel educativo (Burns, Schlozman y Verba, 2001), desarrollo económico del país (Matland, 1998), y nivel de democracia (McDonagh, 2002).

Considerando que estas variables a nivel agregado parecen no ser responsables de la baja representación política de las mujeres en Estados Unidos, este estudio busca determinar –a nivel individual– si los electores evalúan de manera diferente a mujeres y hombres que postulan a cargos de elección popular. Es posible que los votantes usen estereotipos de género para evaluar a los candidatos, lo que potencialmente podría dificultar que las mujeres lleguen al Congreso. Estamos también interesados en determinar si los votantes infieren competencias en ciertas áreas de política basándose para ello en el sexo del candidato. En consecuencia, la principal contribución de este estudio es poner a prueba la utilización de estereotipos de género tanto al evaluar el potencial electoral del candidato o candidata y sus inferidas competencias en áreas de política pública. Estas hipótesis son testeadas controlando por el impacto que pudieran tener las etiquetas partidarias, un fuerte determinante de

la evaluación de candidatos, y así establecer si los efectos de los estereotipos de género desaparecen cuando la identificación política de los votantes y de los candidatos es incluida en el análisis.

Este estudio está contextualizado en las elecciones generales de 2012. Lo anterior añade elementos importantes al análisis pues en dicha elección se registró un alto número de candidatas al Congreso, una cifra récord (Wheaton, 2012). Más importante aún, los positivos resultados alcanzados por las candidatas se tradujeron en que el 113º Congreso (2013-2015) tuviera los porcentajes más altos alcanzados de mujeres tanto en la Cámara de Representantes como en el Senado (ver figura 1).

Bien puede argumentarse que el número de candidatas en la elección legislativa pondría más de manifiesto los temas femeninos, racionales y simbólicos (Kittilson y Schwindt-Bayer, 2012), tales como aborto y anticoncepción, lo que a su vez podría favorecer la evaluación de mujeres candidatas sobre sus pares masculinos. Sin embargo, la concurrencia de la elección presidencial, que enfrentaba a Barack Obama (Demócrata) y Mitt Romney (Republicano), con la legislativa también juega un rol importante en los temas que logran dominar las campañas electorales. Las elecciones presidenciales tienden a aumentar la importancia de la pertenencia partidaria entre los electores, haciendo que el partido se convierta en el principal dispositivo heurístico para evaluar y votar por un determinado candidato o candidata. Es decir, los efectos de la pertenencia partidaria, los más potentes a la hora de evaluar candidatos según diversos estudios, podrían debilitar sustancialmente el género de los candidatos como un factor a considerar en la elección, incluso en una elección en que los temas femeninos, simbólicos o racionales, estuvieran presentes en la discusión pública.

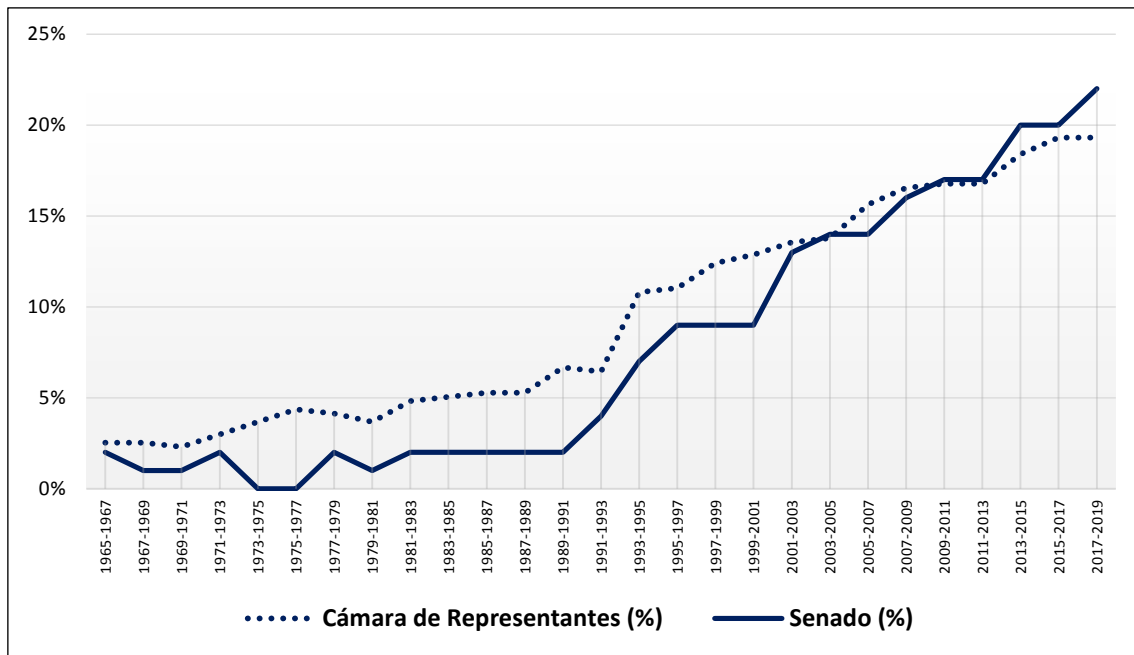


Figura 1. Porcentaje de mujeres en el Congreso de Estados Unidos (1965-2019). Elaborado por el autor en base a datos del *Center for American Women and Politics* (2018).

En las páginas siguientes, primero, discutimos los diferentes enfoques teóricos de la psicología sobre el funcionamiento de los estereotipos, en general, y cómo los estereotipos de género se relacionan con la evaluación de candidatos, en particular. La sección subsiguiente describe la muestra de este estudio y presenta nuestro diseño experimental mediante el cual manipulamos dos variables independientes: el género del candidato y su identificación partidaria. Luego, discutimos los datos obtenidos a través del análisis estadístico. Finalmente, concluimos resumiendo las principales contribuciones del trabajo.

1. Enfoques teóricos sobre los estereotipos de género

Los estereotipos funcionan como “atajos” de información o dispositivos de “ahorro de energía” a través de los cuales las personas intentan comprender el mundo que los rodea (Macrae, Milne y Bodenhausen, 1994). Hilton y Hippel (1996, p. 239) señalan

que los estereotipos simplifican la información entrante y, por lo tanto, hacen que sea menos costoso para el “percibidor” social inferir atributos de otros individuos basados en las cualidades exhibidas por la población mayor o grupos objetivo (*target group*). El modelo de “prototipo” de representación estereotipada (*“prototype” model of stereotypical representation*) sugiere que las personas usualmente sostienen una visión más bien difusa sobre los atributos y cualidades que, según ellas, serían representativos de ciertos grupos (Hilton y Hippel, 1996, p. 241). Según este modelo, los percibidores asignarían las cualidades y características típicas del *target group* a aquellos individuos considerados sus miembros (Hilton y Hippel, 1996, p. 241). Los estereotipos entonces funcionarían como dispositivos heurísticos que pueden ser usados casi instantáneamente y requiriendo un procesamiento cognitivo mínimo.

Similarmente, el modelo continuo de formación de impresiones (*continuum model of impression formation*) de Fiske y Neuberg (1990) y el modelo de doble procesamiento (*dual-processing model*) de Brewer y Feinstein (1999) sugieren que las personas categorizan individuos como miembros de *target groups* y entonces usan el grupo para deducir sus características y atributos. Estos modelos establecen que cuando está suficientemente motivado, el percibidor puede buscar más información individualizante, la que le permitiría observar al individuo con características propias y únicas (Fiske y Neuberg, 1990; Brewer y Feinstein, 1999). Estos modelos son llamados “seriales” porque los percibidores sociales primero categorizarían a otras personas basándose en las características del *target group*, y luego entonces procederían a evaluar de manera individual al sujeto de interés.

Alternativamente, Kunda y Thagard (1996) desafían los modelos “seriales” argumentando que las personas pueden usar paralelamente información individualizante y estereotipos cuando evalúan a otros (*“parallel-constraint-satisfaction” model*). Kunda y Thagard (1996) sostienen que incluso cuando hay abundante

información disponible sobre un sujeto, los percibidores recurrirían al uso de estereotipos para estimar atributos de la persona sobre los que no poseen información suficiente. En palabras simples, los percibidores pueden usar simultáneamente tanto información basada en el grupo objetivo (*target group*) como en el individuo para construir impresiones sobre los demás.

a. Estereotipos de rasgos (*trait stereotypes*)

Dado que los estereotipos son simplificaciones de la realidad construidos en base a las visiones dominantes sobre ciertos grupos sociales, los electores tienden a inferir un conjunto de rasgos de las mujeres y hombres en política (Alexander y Andersen, 1993). Basándose en su sexo, los candidatos proyectarían diferentes rasgos de su personalidad. Estos rasgos han sido identificados como expresivos e instrumentales, los que están asociados con mujeres y hombres, respectivamente (Huddy y Capelos, 2002, p. 31). Las mujeres en política tienden a ser consideradas más cálidas, amables, pasivas, confiables, compasivas, sensibles, emocionales, honestas y con un mayor sentido moral que los hombres; quienes por su parte son vistos como más agresivos, duros, asertivos, resolutos, inteligentes y con mayor liderazgo que las mujeres (Rosenwasser y Seale, 1988; Leeper, 1991; Kahn, 1992; Alexander y Andersen, 1993; Huddy y Terkildsen, 1993; Huddy y Capelos, 2002; Lawless, 2004; Palmer y Simon, 2006; Hayes, 2011). Sin embargo, algunos estudios han encontrado que tanto candidatas como candidatos no son evaluados de manera, dramáticamente, diferente en términos de su personalidad (Brooks, 2013).

b. Estereotipos de creencias

De manera similar a los estereotipos de rasgos (*trait stereotypes*), los electores usan el género de los candidatos para inferir sus posiciones ideológicas. Un estudio de Huddy y Terkildsen (1993) mostró que los encuestados efectivamente deducen las creencias políticas de los candidatos basándose en su género, lo que los investigadores

llamaron “estereotipos de creencias” (*belief stereotypes*) asociados al sexo de los candidatos. Dicha investigación indica que las candidatas son vistas como fuertes seguidoras del partido Demócrata, más liberales y feministas que sus contrapartes masculinos (Huddy y Terkildsen, 1993; McDermott, 1997 y 1998; Koch, 2000). No obstante, si bien los estereotipos de género son fuentes de información “baratas”, pueden no ser muy certeros. Koch (1999 y 2000) sostiene que los estereotipos de género pueden conducir a la gente a “sobrepercibir” las orientaciones políticas de las candidatas, ya que el electorado tiende a ver a las mujeres como más liberales de lo que realmente son. Adicionalmente, cómo estos estereotipos de creencia son aplicados a los candidatos puede depender de las orientaciones políticas de los propios encuestados. El experimento de King y Matland (2003, p. 606) nos muestra que cuando los encuestados son consultados para evaluar cuán conservador es un candidato Republicano ficticio, la versión femenina del candidato es vista significativamente menos conservador (42,7%) que su versión masculina (56,7%), mientras que aquellos identificados como independientes o partidarios Demócratas ven a la candidata más conservadora que la versión masculina. Ambos Demócratas e independientes consideran a la candidata como más conservadora que el candidato, sin embargo, la diferencia no resulta estadísticamente significativa (King y Matland 2003, p. 606). Así y todo, este resultado ha sido puesto en duda por el estudio de Dolan (2004), que encuentra que aunque las candidatas del partido Demócrata son percibidas como más liberales que los candidatos del mismo partido, dichas diferencia no aparece al comparar candidatas y candidatos Republicanos (Dolan, 2004, pp. 210-212).

c. Estereotipos de género y expertise política

La literatura recién discutida nos indica que las personas realmente infieren rasgos e ideologías de los candidatos a partir del género de los mismos. Similarmente, usando

esquemas de género, los votantes pueden distinguir competencias y habilidades –el nivel de expertise de los candidatos– en áreas de política (e.g., educación, salud, defensa, delincuencia, etc.). De acuerdo a Huddy y Terkildsen (1993, p. 140), las capacidades deducidas de hombres y mujeres en áreas de política son primordialmente derivadas de estereotipos de rasgos asociados con cada género más que derivadas de estereotipos de creencias. Varios estudios han indicado que dado que las personas tienden a ver a las mujeres como sensibles y cálidas, ellos asumen que las mujeres en cargos políticos son más competentes para manejar temas “compasivos” (*compassion issues*) tales como educación, salud y derechos civiles; mientras los hombres son considerados más agresivos y asertivos, por lo tanto, más capacitados para encargarse de asuntos relacionados con la economía, delincuencia, política exterior, defensa, y fuerzas armadas (Rosenwasser y Seale, 1988; Leeper, 1991; Alexander y Andersen 1993; Huddy y Terkildsen, 1993; Matland, 1994; Huddy y Capelos, 2002; Sanbonmatsu, 2002; Chang y Hitchon, 2004).

Los rasgos instrumentales (o masculinos) más que los expresivos (o femeninos) han sido identificados como atributos que mejoran los prospectos electorales de los candidatos (Huddy y Terkildsen, 1993; Huddy y Capelos, 2002; Lawless, 2004). Los rasgos estereotipados como femeninos supuestamente ser tornarían menos importantes al competir por cargos más importantes. Además, los votantes tenderían a recompensar a aquellos candidatos que exhiban rasgos o atributos más instrumentales, es decir, más masculinos (Fox y Oxley, 2003, p. 833). Es más, entre las características más importantes relacionadas con la oficina presidencial –liderazgo, competencia, empatía e integridad (Kinder, 1986), el rasgo más “femenino”, empatía, es el menos relevante en la evaluación presidencial (Huddy y Capelos, 2002, p. 33). Rosenwasser y Seale (1988, p. 597) incluso sugirieron que las mujeres postulando a altos cargos de elección popular tendrían mejores probabilidades de ganar si el

electorado viera rasgos masculinos en ellas. Lo anterior, denominado como estereotipo del “buen político”, estaría entonces asociado más a características masculinas que femeninas.

Sin embargo, las mujeres no siempre están en desventaja al competir en elecciones. Dolan (2004) sostiene que no hay ningún prejuicio evidente en contra de las mujeres en política. Kahn (1992) argumenta que mujeres incumbentes pueden mejorar, al menos en el corto plazo, sus prospectos electorales al enfocarse en aquellos rasgos y habilidades estereotipadas como femeninas, y así ser positivamente evaluadas por el electorado a la hora de votar. Similarmente, el trabajo de Herrnson, Lay y Stokes (2003) muestra que aquellas candidatas que hacen campaña en base a temas femeninos y que apuntan a ciertos grupos sociales (e.g., religiosos, grupos de mujeres, entre otros) tienen más posibilidades de ganar. Brooks (2013) encontró que cuando el público tiene que evaluar a candidatos con poca experiencia política, las mujeres son percibidas más favorablemente que los hombres tanto en rasgos de personalidad y expertise en áreas de política. Finalmente, Dolan (2014, p. 63) nos muestra que los encuestados no observarían ninguna diferencia entre candidatas y candidatos para lidiar con la mayoría de los asuntos de política con la excepción del aborto y cuidado de niños, en los cuales las mujeres son percibidas como más capaces que los hombres.

d. Estereotipos de género e identificación partidaria

En adición a los estereotipos de género, la evaluación de candidatos está fuertemente influenciada por las etiquetas de partido. Poseer información sobre el partido de los candidatos ejercer una influencia en la percepción que las personas formen sobre los mismos, lo que podría debilitar substancialmente o incluso anular los efectos de información no-partidaria como el género de los candidatos (Huddy y Capelos, 2002). Aunque los ciudadanos usan tanto las etiquetas partidarias como estereotipos de

género, las personas tienden a ver a los candidatos, primero, como miembros de un respectivo partido y, luego, de acuerdo a las características asociadas a su género (Huddy y Capelos, 2002; King y Matland, 2003).

De todos modos, se ha encontrado que los votantes utilizan estereotipos de género para inferir tanto las capacidades en asuntos de política e ideología de los candidatos incluso cuando información sobre la pertenencia partidaria de los mismos ha sido previamente entregada (Sanbonmatsu y Dolan, 2009). De lo anterior se desprende que las personas pueden paralelamente utilizar complementariamente más de un set de estereotipos para inferir características de los sujetos a evaluar, similar a lo explicado por el modelo de procesamiento paralelo de Kunda y Thagard (1996).

Dolan (2004) ofrecen una interpretación más matizada sobre el impacto de estereotipos de género e identificación partidaria. Su estudio sugiere que información sobre la afiliación partidaria de los candidatos prevalecería sobre las inferencias de su orientación ideológica y expertise política basadas en su género cuando se trata de candidatos Republicanos, ya sean hombres o mujeres, pero no cuando los candidatos son Demócratas (Dolan, 2004, p. 214). Sin embargo, la mayoría de los autores sostienen que cuando se comparan los efectos de la identificación partidaria y de los estereotipos de género, la información sobre el partido de los candidatos tiene un impacto mucho mayor que el género en su evaluación (King y Matland, 2003; Dolan 2004; Hayes, 2011).

e. Hipótesis de trabajo

El elemento en común que tienen los modelos presentados anteriormente es el uso de “*default processing*”, esto es, la utilización de imágenes o estructuras mentales sobre sujetos en base a información que las personas ya poseen (Chang y Hitchon, 2004). El *default processing* se emplea especialmente cuando la información de sujetos

específicos es poco clara o inexistente, y sobre el cual existe evidencia empírica del uso de estereotipos de género al analizar candidatos y candidatas.

Tabla 1

Resumen de preguntas de investigación e hipótesis

<i>Preguntas de Investigación</i>	<i>Hipótesis</i>
a) ¿El género del candidato afecta su evaluación como político?	<p>H1_{Nula}: El género del candidato/a no afecta la evaluación del mismo hecha por los votantes.</p> <p>H1_A: Los hombres serían evaluados más favorablemente que las mujeres (estereotipo del “buen político”).</p> <p>H1_B: Las mujeres serían evaluadas más positivamente que los hombres.</p>
b) ¿Evalúan los votantes a mujeres y hombres de manera diferente en áreas de política?	<p>H2_{Nula}: Los votantes no hacen diferencia entre candidatos y candidatas al estimar su nivel de competencia para lidiar con áreas específicas de política.</p> <p>H2: Mujeres y hombres son evaluados de manera distinta sobre su competencia para lidiar con áreas específicas de política.</p>
c) ¿Los efectos de los estereotipos de género se debilitan cuando se incluye la variable identificación partidaria en el análisis?	<p>H3_{Nula}: Los efectos de los estereotipos de género en la evaluación de candidatos no dependen de la presencia de información sobre identificación partidaria.</p> <p>H3: Información partidaria debilitaría los efectos de los estereotipos de género en la evaluación de candidatos.</p>
d) ¿Los efectos de los estereotipos de género se debilitan cuando se controlan los efectos de la variable afinidad partidaria?	<p>H4_{Nula}: La afinidad partidaria no afectaría los efectos de los estereotipos de género sobre la evaluación de candidatos.</p> <p>H4: La afinidad partidaria debilitaría los efectos de los estereotipos de género en la evaluación de candidatos.</p>

En consecuencia, este estudio busca determinar si las personas en realidad usan estereotipos de género al evaluar candidatos. Específicamente, basándonos en el estereotipo del “buen político”, (a) pondremos a prueba si las candidatas enfrentan desventajas que los hombres no al competir en elecciones, dado que los rasgos instrumentales (o masculinos) serían considerados como más deseables en los candidatos. Adicionalmente, ya que los ciudadanos usan estereotipos de género para deducir las habilidades y expertise en áreas de política de los candidatos, (b) intentaremos establecer si los votantes evalúan a hombres y mujeres de manera distinta en cinco áreas de política: educación, salud, economía, militar y delincuencia. De acuerdo a estudios previos que indican una fuerte influencia de la identificación partidaria en la evaluación de candidatos, (c) estimaremos si los efectos de los estereotipos de género se debilitan cuando información partidaria es incluida en el análisis, y si la (d) afinidad partidaria tiene un impacto mayor en la evaluación de candidatos que los estereotipos de género.

2. Diseño de Investigación

En este estudio empleamos un diseño experimental para investigar si los estereotipos de género afectan la evaluación de candidatos. Los experimentos facilitan la creación de grupos comparables vía asignación aleatoria y la manipulación deliberada de las variables independientes (el género y partido del candidato), lo que en su conjunto nos permite controlar los efectos de otros factores. Es decir, podemos aislar los efectos de otras variables para enfocarnos exclusivamente en determinar los efectos de los estereotipos de género en la evaluación de candidatos.

Adicionalmente, el uso de un diseño experimental nos faculta para determinar cómo los votantes realmente ven a las candidatas vis-a-vis candidatos. Preguntar directamente a las personas si creen que las mujeres tienen el mismo potencial

electoral que los hombres –por ejemplo, a través de una encuesta– podría hacer que los encuestados den una respuesta que ellos consideren “apropiada”. Semejante sesgo de respuesta puede llevar a sobre-reportar actitudes y conductas socialmente deseables (Paulhus, 1991). Por tanto, sería probable que las personas públicamente apoyen normas socialmente aceptadas pero internamente aun sostener actitudes que contradigan o choquen con las opiniones y valores declarados (Gerber, Green y Larimer, 2008). Los experimentos están muy bien equipados precisamente para abordar este tipo de problemas.

A través de *Mechanical Turk* (MTurk) de Amazon, reclutamos 826 residentes de los 49 estados y del Distrito Federal (no hubo participantes de Dakota del Norte) en Estados Unidos, quienes fueron encuestados entre el 13 y 17 de abril de 2012. La muestra está compuesta por 390 mujeres, 430 hombres, y seis personas que decidieron no declarar su género, exhibiendo un ligero sesgo hacia el partido Demócrata: 45,3% se identifican como Demócratas, 34,2% como independientes, y solo 16,7% apoya al partido Republicano. Cabe consignar, que de acuerdo Gallup News (2017), en abril de 2012 el electorado estadounidense estaba formado por 29% de republicanos, 29% de demócratas y 41% de independientes. Además, la muestra es en promedio relativamente más joven (32,6 años de edad) que el promedio de la población estadounidense (37,3 años, según el U.S. Census Bureau, 2015).

Aunque la asignación aleatoria controla los efectos de estas dos características de la muestra en los resultados del experimento (validez interna), estos deben interpretarse con cierta cautela a la hora de hacer generalizaciones sobre la población de Estados Unidos (validez externa). Esto es, especialmente, cierto al considerar que el MTurk provee una muestra de conveniencia cuyos participantes voluntariamente se registran en su base de datos mediante internet, los que luego son seleccionados de acuerdo a los parámetros solicitados en esta investigación. Así y todo, el análisis de Buhrmester,

Kwang y Goslin (2011) indica que MTurk tiene ventajas sobre otros tipos de reclutamiento de participantes vía internet y el uso de muestras con estudiantes universitarios, y que la calidad de los datos e información obtenida puede llegar a ser igual que la utilizada por mecanismos más tradicionales.

Please read carefully the following statement of a candidate that want to run in the next representative's election. After this, you will answer a set of questions asking you to evaluate the candidate.

"[Andrea/Andrew] Peterson is a [Democratic/Republican/NONE] candidate running for the House of Representatives this year. [She/he] has never run for office before, but has been active in working for the community since high school. [Andrea/Andrew] Peterson is a lawyer who graduated from Columbia University. [She/he] is running because [she/he] says that "American politics need more energy and new blood." As a [Democratic/Republican/NONE] [Congresswoman/Congressman], [she/he] says [she/he] will devote [her/his] attention to people's daily needs and will work hard to reduce crime and create more jobs."

Figura 2: Tratamientos de Género y Partido.

Los participantes fueron aleatoriamente asignados para leer la descripción de un candidato ficticio, la que contiene información básica como, por ejemplo, antecedentes académicos, experiencia laboral, y por qué compite en la elección (figura 2). Del total, 391 participantes recibieron la descripción de la versión femenina del candidato (Andrea Peterson), mientras 435 recibieron la versión masculina (Andrew Peterson). A objeto de testear la hipótesis #3, también se entregó información sobre el partido de la candidata/candidato al 70% de la muestra, mientras el 30% restante recibió información sobre su partido (tabla 2). A los encuestados finalmente se les pidió evaluar la fortaleza electoral del candidato/candidata y su nivel de competencia en cinco áreas de política (tabla 2).

Tabla 2

Número de participantes recibiendo los tratamientos de género y partido

Candidato	<i>Demócrata</i>	<i>Sin Tratamiento de Partido</i>		Total
			<i>Republicano</i>	
<i>Andrew Peterson</i>	154	134	147	435
<i>Andrea Peterson</i>	136	113	142	391
Total	290	247	289	826

La evaluación del candidato se dividía en dos áreas. La primera de ellas apuntaba a recolectar información para poder determinar cuán atractivo es percibido el candidato por los encuestados. Los participantes respondieron preguntas acerca de la probabilidad de votar por el candidato/candidata, si creen que ella o él comparte sus preocupaciones y si piensan que sería buen líder. Para medir cuán atractivo resulta el candidato/candidata, creamos el “Índice de Fortaleza Electoral” que representa las puntuaciones en las tres sub-áreas recién mencionadas, el cual varía de 0 (evaluación muy desfavorable) a 1 (evaluación muy favorable).

En segundo lugar, los participantes estimaron el nivel de competencia de la candidata/candidato en las siguientes cinco áreas de política: educación, salud, economía, militar y delincuencia. Estas cinco áreas son evaluadas separadamente, y todas ellas varían desde 0 (no competente en lo absoluto) a 1 (muy competente). La codificación para el tratamiento de género del candidato es 0 cuando es la versión masculina (Andrew Peterson) y 1 cuando se trata de la versión femenina (Andrea Peterson). El tratamiento del partido es codificado como -1 cuando el candidato/candidata era Demócrata, +1 cuando era Republicano y 0 cuando no se informó la afiliación partidaria del candidato/candidata. La autoidentificación partidaria

de los participantes fue operacionalizada de la siguiente manera: -3 (Demócrata fuerte), -2 (Demócrata débil), -1 (con inclinación al partido Demócrata), 0 (independiente), +1 (con inclinación al partido Republicano), +2 (Republicano débil) y +3 (Republicano fuerte).

Tabla 3

Resumen de las variables del estudio

Variabes Independientes	Variable Dependiente*
<i>Candidatos:</i>	<i>Evaluación del candidato/candidata:</i>
Tratamiento de género: hombre (0), mujer (1).	Índice de Fortaleza Electoral
Partido del candidato: Demócrata (-1), Republicano (+1), y sin información (0).	Probabilidad de votar por él/ella
	Comparte mis preocupaciones
	Es competente como líder
<i>Participantes:</i>	
Partido del participante: Demócrata fuerte (-3) a Republicano fuerte (+3).	Competencia en áreas de política:
	Educación
	Salud
<i>Interacción:</i>	Economía
Afinidad partidaria: partido del participante *	Militar
partido del candidato/candidata.	Delincuencia

La variable dependiente varía de 0 a 1.

3. Análisis y Discusión de los Resultados

La figura 3 muestra las puntuaciones promedio recibidas por nuestros candidatos ficticios. Contrario a la expectativa de que los votantes poseen estereotipos de género que dañarían la evaluación de mujeres que compitan en elecciones (H1_A), nuestra

candidata es vista de manera más favorable que nuestro candidato. Los encuestados están más inclinados a votar por Andrea Peterson, a creer que ella comparte sus preocupaciones y a verla como una líder más competente que Andrew Peterson. Aunque a los participantes se les pidió evaluar candidatos virtualmente idénticos, este primer análisis sugiere que ser una mujer no perjudicaría electoralmente a las candidatas, sino que incluso lo opuesto.

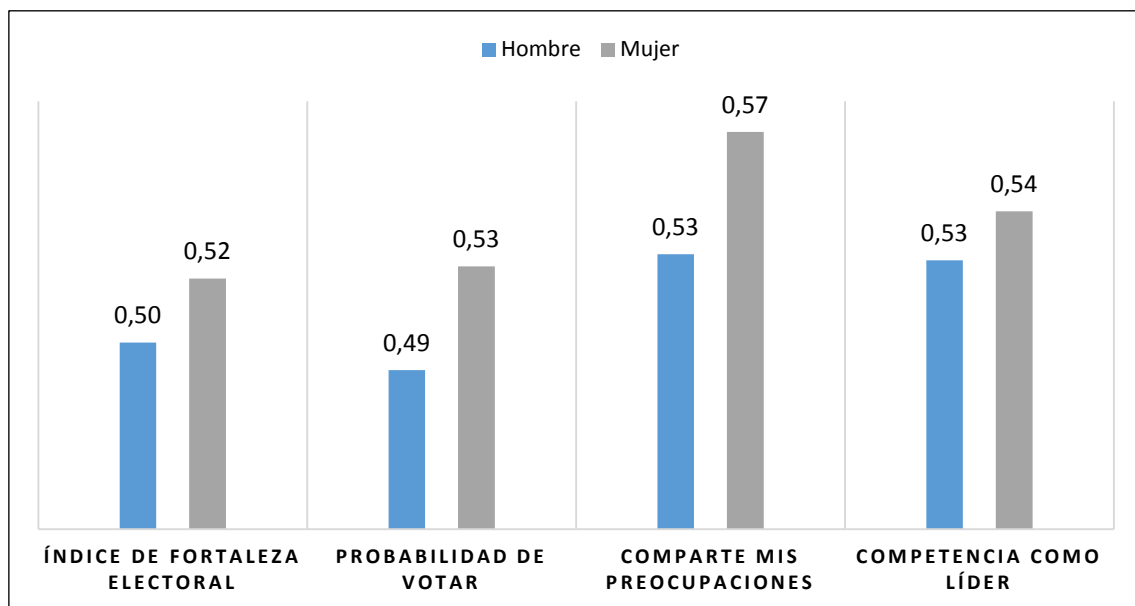


Figura 3: Fortaleza Inferida del Candidato/Candidata (promedios).

Del mismo modo, al evaluar a los candidatos en las cinco áreas de política, la candidata es considerada ser tan competente como su versión masculina, e incluso mejor (figura 4). Como se esperaba de acuerdo a lo revisado en la literatura, Andrea Peterson supera al candidato en las áreas de educación y salud (*compassion issues*). En cambio, Andrew Peterson es claramente percibido ser más competente para manejar temas militares, aunque ambos son considerados igualmente aptos para lidiar con temas relativos a la economía y delincuencia. Este análisis inicial insinúa que los electores efectivamente emplean estereotipos de género como dispositivos heurísticos para estimar la fortaleza electoral y la expertise en áreas de política de hombres y mujeres que compiten en elecciones. En la sección siguiente, intentamos

determinar si estas diferencias son estadísticamente significativas cuando controlamos los efectos de otras variables independientes en nuestro análisis.

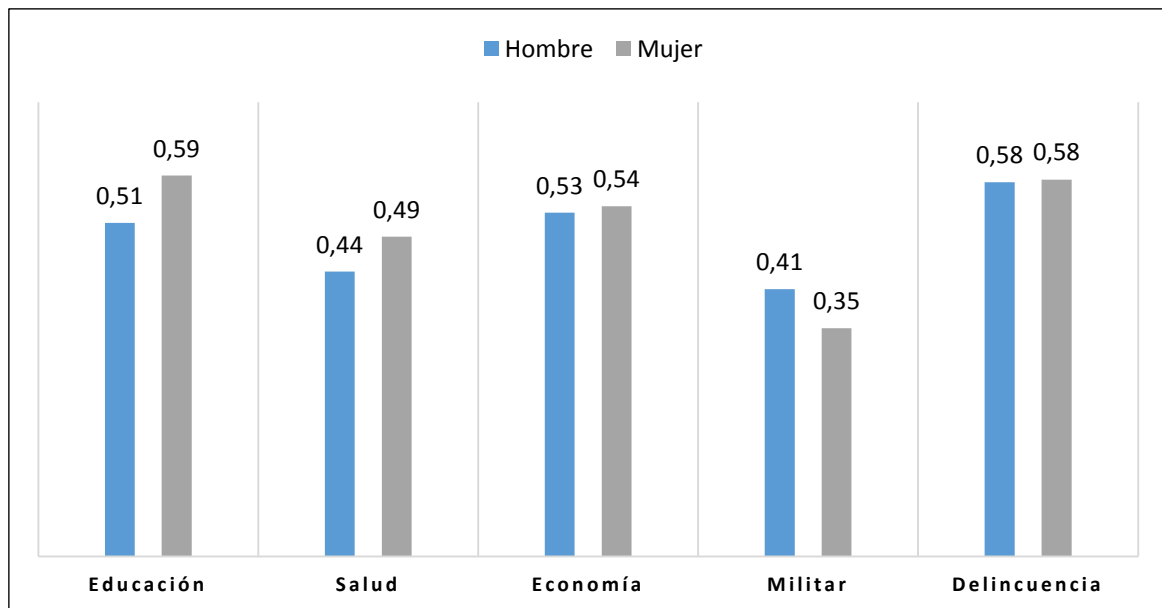


Figura 4: Competencia Inferidas en áreas de política (promedios).

a. Estimación del impacto de estereotipos de género en la evaluación de candidatos

Utilizamos regresiones múltiples (mínimos cuadrados ordinarios, MCO) para testear nuestras hipótesis. Comenzamos analizando si los hombres tienen una ventaja por sobre las mujeres al competir en elecciones (estereotipo del “buen político”, H1_A), y si los electores infieren la competencia de una candidata/candidato basándose en su género (H2). En la tabla 4, observamos efectivamente que no hay evidencia significativa indicando que ser mujer daña el potencial electoral al competir por un cargo público, incluso lo contrario. De acuerdo al Índice de Fortaleza Electoral, la candidata poseería una ventaja electoral frente al candidato, ayudando a confirmar H1_B. Específicamente, se corrobora que los participantes creen que Andrea Peterson comparte sus preocupaciones de mejor manera que Andrew Peterson, y que es más probable que voten por ella que por él. En cinco de los ocho modelos estadísticos, la candidata es evaluada más positivamente que el candidato (incluso el coeficiente del

modelo 3 muestra una tendencia fuerte de significancia estadística: 0,053). Es más, los “no-resultados” en los modelos 7 y 8, los cuales ponen a prueba cuán competente como líder es la candidata/candidato es interesante. Si bien se ha considerado que el liderazgo es el rasgo de personalidad más cercanamente asociado con los hombres en política, nuestros resultados no muestran evidencia estadística significativa para apoyar esa afirmación. Como conclusión preliminar podemos decir que las mujeres serían electoralmente más competitivas que los hombres.

Al evaluar las competencias inferidas en las cinco áreas de política (H2), la tabla 5 confirma nuestros resultados anteriores. La candidata es vista como más calificada para lidiar con asuntos en educación y salud que el candidato (modelos 9, 19, 11 y 12), quien por su parte es percibido como más capaz para manejar temas militares (modelos 15 y 16). No se encontraron diferencias estadísticamente significativas respecto del manejo de la economía y la delincuencia (modelos 13, 14, 17 y 18). Interesantemente, si el candidato/candidata es presentado como miembro del partido Republicano es considerado más competente para abordar temas militares que si es descrito como Demócrata. Este hallazgo, sin embargo, no es del todo sorprendente pues los Republicanos comúnmente tienden a tomar una posición más fuerte y son vistos como *hard-liners* en dicho tema (Flanigan, Theiss-More y Zingale, 2015). Por otro lado, se observa una ventaja para los Demócratas en asuntos de compasión (*compassion issues*) tales como educación y salud (modelos 10 y 12).

Tabla 4

Efectos de los estereotipos de género y partido sobre la evaluación de candidatas

Variables Independientes	Índice de Fortaleza Electoral		Probabilidad de votar por el candidato		El candidato/a comparte mis preocupaciones		Candidato/a es competente como líder	
	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4	Modelo 5	Modelo 6	Modelo 7	Modelo 8
	Género del candidato/a <i>(hombre=0; mujer=1)</i>	0.03* (0.01)	0.03* (0.01)	0.03 (0.02)	0.04* (0.02)	0.04* (0.02)	0.04* (0.02)	0.02 (0.02)
Partido del candidato <i>(Dem = -1 / Sin info. = 0 / Rep. = 1)</i>		-0.03*** (0.01)		-0.04*** (0.01)		-0.03** (0.01)		-0.02 (0.01)
Constante	0.52*** (0.01)	0.52*** (0.01)	0.49*** (0.01)	0.49*** (0.01)	0.53*** (0.01)	0.53*** (0.01)	0.53*** (0.01)	0.53*** (0.01)
Obs.	793	793	799	799	801	801	797	797

Resultados de regresiones (MCO). Errores estándar en paréntesis. * $p \leq .05$; ** $p \leq .01$; *** $p \leq .001$ (*two-tailed tests*).

Tabla 5

Efectos de los estereotipos de género y partido sobre la evaluación de candidatos en áreas de política

Variables	Educación		Salud		Economía		Militar		Delincuencia	
	Modelo	Modelo	Modelo	Modelo	Modelo	Modelo	Modelo	Modelo	Modelo	Modelo
Independientes	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Género del										
candidato/a	0.29***	0.29***	0.22***	0.22***	0.04	0.04	-0.24***	-0.24***	0.02	0.02
<i>(hombre=0; mujer=1)</i>	(0.07)	(0.07)	(0.07)	(0.07)	(0.07)	(0.07)	(0.07)	(0.07)	(0.07)	(0.07)
Partido del candidato		-0.11**		-0.12**		-0.04		0.11**		-0.01
<i>(Dem = -1 / Sin info. = 0 / Rep. = 1)</i>		(0.04)		(0.04)		(0.04)		(0.04)		(0.04)
Constante	3.06***	3.05***	2.76***	2.75***	3.12***	3.12***	2.65***	2.65***	3.31***	3.31***
	(0.05)	(0.05)	(0.05)	(0.05)	(0.05)	(0.05)	(0.05)	(0.04)	(0.05)	(0.05)
Obs.	801	801	800	800	799	799	795	795	798	798

Resultados de regresiones (MCO). Errores estándar en paréntesis. * $p \leq .05$; ** $p \leq .01$; *** $p \leq .001$ (*two-tailed tests*).

b. Los efectos de la identificación partidaria

Los modelos 2, 4 y 6 (tabla 4) nos indican que los participantes evaluaron de manera menos favorable al candidato Republicano en comparación con el Demócrata, independiente del sexo del candidato. Estos tres modelos estadísticos también demuestran que los efectos del tratamiento de género mantienen su significancia estadística y no se debilitan aun cuando se controla la variable identificación partidaria. Esto nos lleva a aceptar la hipótesis H_{3nula} pues los efectos de los estereotipos de género no desaparecieron al tomar en consideración el partido del candidato. Aunque esto sería interesante, este resultado podría ser explicado por el hecho de que el verdadero efecto de la etiqueta de partidos se origina por la “afinidad” partidaria entre el votante y el candidato más que por la sola identificación del candidato/candidata con un partido político en particular.

c. Afinidad partidaria

En la tabla 6 se presenta el impacto de los tratamientos de género y partido, y de dos variables adicionales –la identificación partidista de los encuestados y afinidad partidaria (grado de coincidencia entre el partido del elector y del candidato)– en el Índice de Fortaleza Electoral y la evaluación del candidato en las cinco áreas de política. Se confirman los resultados encontrados previamente. En general, las personas efectivamente utilizan estereotipos de género como “atajos” de información para deducir los atributos de los candidatos incluso cuando se consideran los efectos de la afinidad partidaria. Ser mujer en lugar de hombre sería una ventaja electoral pues los encuestados se muestran ligeramente más dispuestos a votar por ella que por el candidato, lo que nos llevaría a confirmar H_{1B} . Además, las mujeres siguen siendo vistas como más competentes para manejar asuntos en las áreas de la educación y salud, mientras los hombres serían mejores lidiando con temas militares (H_2).

En segundo lugar, únicamente considerando el partido del candidato/candidata, los participantes creen que el candidato Republicano se encargaría de mejor manera de asuntos militares y delincuencia que el candidato Demócrata. Como se explicó anteriormente, los estereotipos de partido asocian a los Republicanos como más interesados en apoyar a las fuerzas armadas y la policía que los Demócratas, lo que puede acentuar la percepción de un supuesto mejor desempeño en dichas áreas. En su estudio, Huddy y Capelos (2002, p. 45), de hecho, identificaron que el candidato Republicano fue mejor evaluado que el Demócrata en las áreas militares y delincuencia, no obstante, esta relación no era estadísticamente significativa.

Tercero, encontramos que la afinidad partidaria es la variable más consistente y el predictor más importante de la evaluación de los candidatos. Los coeficientes beta de esta variable fueron los más altos en cada modelo presentado en la tabla 6. Tal como se esperaba, la afinidad partidaria es la principal razón por la que los encuestados votarían por el candidato. Cabe mencionar que esta variable presenta sus efectos más débiles, pero aun estadísticamente significativos, al evaluar la capacidad del candidato para manejar asuntos militares, evaluación que también es afectada por el género del candidato y su partido. Esto significa que los participantes utilizaron diversas piezas de información para estimar la habilidad del candidato ficticio para desempeñarse en esta área de política, dado que recurrieron a estereotipos de género y partido, así como también a la afinidad partidaria con el candidato.

Cuarto, la variable afinidad partidaria efectivamente debilita el impacto de los estereotipos de género sobre la evaluación de candidatos. No obstante, este debilitamiento se observa, primordialmente, en la competencia de Andrew y Andrea para desempeñarse en las cinco áreas de política, mientras que su fortaleza electoral no sufre cambios al incluir la variable afinidad partidaria. Estos resultados nos llevarían a aceptar parcialmente H4.

Tabla 6

Efectos de los estereotipos de género y afinidad partidaria sobre la evaluación de candidatos

Variables Independientes	Variable Dependiente							
	Índice de Fortaleza Electoral		Probabilidad de votar por el candidato		El candidato/a comparte mis preocupaciones		Candidato/a es competente como líder	
	Coef.	Beta	Coef.	Beta	Coef.	Beta	Coef.	Beta
Género del candidato/a <i>(hombre=0; mujer=1)</i>	0.03** (0.01)	0.09	0.04* (0.02)	0.08	0.04** (0.02)	0.09	0.02 (0.01)	0.04
Partido del participante <i>(Demócrata fuerte = -3 / Republicano fuerte = 3)</i>	0.00 (0.00)	0.04	0.00 (0.00)	0.03	0.01 (0.00)	0.04	0.00 (0.00)	0.01
Partido del candidato/a <i>(Dem = -1 / Sin info. = 0 / Rep. = 1)</i>	0.00 (0.01)	0.02	0.00 (0.01)	0.01	-0.00 (0.01)	-0.00	0.01 (0.01)	0.02
Afinidad partidaria <i>Partido del participante * Partido del candidato/a</i>	0.04*** (0.00)	0.37	0.06*** (0.01)	0.41	0.04*** (0.01)	0.26	0.03*** (0.00)	0.22
Constante	0.52*** (0.01)		0.49*** (0.01)		0.53*** (0.01)		0.53*** (0.01)	
Obs.	792		798		800		796	

Resultados de regresiones (MCO). Errores estándar en paréntesis. * $p \leq .05$; ** $p \leq .01$; *** $p \leq .001$ (*two-tailed tests*).

Tabla 6

Continuación

Variables Independientes	Variable Dependiente									
	Educación		Salud		Economía		Militar		Delincuencia	
	Coef.	Beta	Coef.	Beta	Coef.	Beta	Coef.	Beta	Coef.	Beta
Género del candidato/a (<i>hombre=0; mujer=1</i>)	0.08*** (0.02)	0.16	0.07*** (0.02)	0.12	0.01 (0.02)	0.02	-0.06*** (0.02)	-0.13	0.01 (0.02)	0.01
Partido del participante (<i>Demócrata fuerte = -3 / Republicano fuerte = 3</i>)	0.00 (0.00)	0.01	0.01 (0.00)	0.05	0.00 (0.00)	0.03	0.00 (0.00)	0.03	0.00 (0.00)	0.03
Partido del candidato/a (<i>Dem = -1 / Sin info. = 0 / Rep. = 1</i>)	-0.00 (0.01)	-0.00	-0.01 (0.01)	-0.03	0.02 (0.01)	0.07	0.04*** (0.01)	0.16	0.03** (0.01)	0.10
Afinidad partidaria <i>Partido del participante *</i> <i>Partido del candidato/a</i>	0.03*** (0.01)	0.24	0.03*** (0.01)	0.20	0.04*** (0.01)	0.26	0.02*** (0.01)	0.15	0.04*** (0.01)	0.27
Constante	0.51*** (0.01)		0.44*** (0.01)		0.53*** (0.01)		0.41 (0.01)		0.58 (0.01)	
Obs.	800		799		798		794		797	

Resultados de regresiones (MCO). Errores estándar en paréntesis. * $p \leq .05$; ** $p \leq .01$; *** $p \leq .001$ (*two-tailed tests*).

Finalmente, se puede observar que los estereotipos de género tienen el impacto más fuerte al evaluar la capacidad del candidato en las áreas de educación, salud y asuntos militares. Esto es, el sexo del candidato/candidata es virtualmente responsable del 8%, 7% y 6%, respectivamente, de la evaluación que reciba en estas tres áreas de política. Este resultado sugiere que las personas aún consideran a las mujeres más competentes para encargarse de temas “compasivos” (*compassion issues*) pero menos capaces que los hombres en asuntos militares.

Conclusiones

Claramente, los votantes recurren al uso de estereotipos para evaluar candidatos. Los participantes fueron capaces (y tuvieron la disposición) de utilizar los estereotipos de género y partido para llenar los vacíos de información que poseían sobre los candidatos al momento de evaluarlos. No solo las personas pueden decidir si apoyan electoralmente a un candidato solamente basándose en su género y partido sino que también pueden inferir si estos son competentes para manejar asuntos de política. Específicamente, nuestros resultados muestran que los votantes se basan en gran medida en información partidista para informar sus decisiones. El partido (o la identificación con uno de ellos) es un vínculo fundamental que une a votantes y candidatos en Estados Unidos. La afinidad partidaria aparece como el dispositivo heurístico más influyente y consistente mediante el cual el electorado evalúa candidatos. Por ello, no es sorprendente que los encuestados califiquen al candidato/candidata de su partido más favorablemente en cada uno de los ítems sometidos a su evaluación (tabla 6).

A pesar del poderoso impacto de la identificación partidista, encontramos que el género del candidato es aun importante. Los encuestados calificaron más positivamente a Andrea Peterson y consideraron que ella tendría un mejor desempeño en temas de educación y salud que su contraparte masculina. Andrew Peterson

obtuvo una mejor evaluación en el área militar. Un resultado importante de este estudio es que confirma que aunque los votantes efectivamente utilizan estereotipos de género, estos no dañan las chances electorales de las mujeres que compiten por cargos públicos (Kahn, 1992; Herrnson, Lay y Stokes, 2003; Dolan, 2004; Brooks, 2013). Nuestra evidencia estadística indica que la candidata fue mejor evaluada que el candidato en cuatro de los ocho ítems a calificar por los encuestados (probabilidad de votar, si el candidato/candidata comparte las preocupaciones del votante, educación y salud), en tres áreas ambos candidatos tuvieron puntajes virtualmente iguales (liderazgo, economía y delincuencia), y en solo uno tema (militar) Andrew obtuvo una mejor evaluación que Andrea. Estos resultados ofrecen optimismo para las mujeres en política. Las razones, por tanto, de la baja representación de las mujeres en la política estadounidense no tendrían que ver con preferencias de los electores. El bajo porcentaje de mujeres en el Congreso bien podría ser consecuencia de factores institucionales tales como el sistema electoral (mayoritario y sin cuotas de género), o, más probable aun, por las dificultades que las mujeres pueden encontrar para ocupar cargos de importancia en las estructuras de sus propios partidos y ser nominadas como candidatas.

Una limitación de esta investigación es la generalización de sus resultados. Es difícil podemos concluir que la utilización de estereotipos de género no dañaría a las candidatas en otro tipo de elecciones. Otros estudios han encontrado que las mujeres suelen obtener más apoyo electoral cuando compiten por cargos de elección popular a nivel estatal y para la Cámara de Representantes que para el Senado o la presidencia. Dado que en este experimento ambos candidatos ficticios competirían en una elección para llegar a la cámara baja, una explicación alternativa (y razonable) del por qué Andrea obtuvo mejores calificaciones que Andrew sería que este tipo de elecciones podría favorecer a las mujeres por sobre los hombres.

Referencias

- Alexander, D., y Andersen, K. (1993). Gender as a factor in the attribution of leadership traits. *Political Research Quarterly*, 46(3), 527.
- Brewer, M. B., y Feinstein, A. S. H. (1999). Dual processes in the cognitive representation of persons and social categories. En S. Chaiken y Y. Trope (Eds.), *Dual-process theories in social psychology* (pp. 255-270). New York, NY: Guilford Press.
- Brooks, D. J. (2013). *He runs, she runs: Why gender stereotypes do not harm women candidates*. Princeton, New Jersey; Oxford: Princeton University Press.
- Buhrmester, M. Kwang T. y Goslin, S.D. (2011). Amazon's Mechanical Turk: A new source of inexpensive, yet high-quality, data? *Perspectives on Psychological Science*, 6(1), 3-5.
- Burns, N., Schlozman, K. L., y Verba, S. (2001). *The private roots of public action: Gender, equality, and political participation*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Center for American Women and Politics. (2018). History of women in the U.S. Congress. *Center for American Women and Politics*. Recuperado de <http://www.cawp.rutgers.edu/history-women-us-congress>
- Chang, C. y Hitchon, J.C.B. (2004). When does gender count? Further insights into gender schematic processing of female candidates' political advertisements. *Sex Roles*, 51, 197-208.
- Dolan, K. (2004). The impact of candidate sex on evaluations of candidates for the U.S. House of Representatives. *Social Science Quarterly*, 85(1), 206-217.
- Dolan, K. (2014). *When does gender matter?: Women candidates and gender stereotypes in American elections*. New York: Oxford University Press.
- Fiske, S. T., y Neuberg, S. L. (1990). A continuum of impression formation, from category-based to individuating processes: Influences of Information and

- motivation on attention and interpretation. En M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (pp. 1-74). New York, NY: Academic Press.
- Flanigan, W. H., Theiss-Morse, E., y Zingale, N. H. (2015). *Political behavior of the American electorate*. Los Angeles; London: Sage, CQ Press.
- Fox, R. L., y Oxley, Z. M. (2003). Gender stereotyping in state executive elections: Candidate selection and success. *Journal of Politics*, 65(3), 833-850.
- Gallup News. (2017). Party affiliation. Recuperado de <http://news.gallup.com/poll/15370/party-affiliation.aspx>
- Gerber, A. S., Green, D. P., y Larimer, C. W. (2008). Social pressure and voter turnout: Evidence from a large-scale field experiment. *American Political Science Review*, 102(1), 33-48.
- Hayes, D. (2011). When gender and party collide: Stereotyping in candidate trait attribution. *Politics and Gender*, 7(2), 133-165.
- Herrnson, P. S., Lay, J. C., y Stokes, A. K. (2003). Women running "as women": Candidate gender, campaign issues, and voter-targeting strategies. *Journal of Politics*, 65(1), 244-255.
- Hilton, J. L., y von Hippel, W. (1996). Stereotypes. *Annual Review of Psychology*, 47(1), 237-271.
- Huddy, L., y Capelos, T. (2002). Gender stereotypes and candidate evaluation: Good news and bad news for women politicians. En V. C. Ottati, R. S. Tindale, J. Edwards, F. B. Bryant, L. Health, D. C. O'Connell, Y. Suarez-Balzacar, y E. J. Posavac (Eds.), *The social psychology of politics. Social psychological application to social issues* (pp. 29-53). New York, NY: Kluwer Academic-Plenum Publishers.
- Huddy, L., y Terkildsen, N. (1993). Gender stereotypes and the perception of male and female candidates. *American Journal of Political Science*, 37(1), 119-147.

- Inter-Parliamentary Union. (2016). *Women in national parliaments*. Recuperado de: <http://www.ipu.org/wmn-e/classif.htm>
- Iversen, T., y Rosenbluth, F. M. (2008). Work and power: The connection between female labor force participation and female political representation. *Annual Review of Political Science*, 11, 479-495.
- Kahn, K. F. (1992). Does being male help? An investigation of the effects of candidate gender and campaign coverage on evaluations of U.S. Senate candidates. *Journal of Politics*, 54(2), 497-517.
- Kenworthy, L., y Malami, M. (1999). Gender inequality in political representation: A worldwide comparative analysis. *Social Forces*, 78(1), 235-268.
- Kinder, D.R. (1986). Presidential character revisited. En R.R. Lau and D.O. Sears (Eds.) *Political cognition* (pp. 233-255). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- King, D. C., y Matland, R. E. (2003). Sex and the Grand Old Party: An experimental investigation of the effect of candidate sex on support for a Republican candidate. *American Politics Research*, 31(6), 595-612.
- Kittilson, M.C. y Schwindt-Bayer, L.A. (2012). *The gendered effects of electoral institutions: Political engagement and participation*. Oxford: Oxford University Press.
- Koch, J. W. (1999). Candidate gender and assessments of senate candidates. *Social Science Quarterly*, 80(1), 84-96.
- Koch, J. W. (2000). Do citizens apply gender stereotypes to infer candidates' ideological orientations? *Journal of Politics*, 62(2), 414-429.
- Krook, M.L. (2009). *Quotas for Women in Politics: Gender and candidate selection reform worldwide*. New York: Oxford University Press.
- Kunda, Z., y Thagard, P. (1996). Forming impressions from stereotypes, traits, and behaviors: A parallel-constraint-satisfaction theory. *Psychological Review*, 103(2), 284-308.

- Lawless, J. L. (2004). Women, war, and winning elections: Gender stereotyping in the post-September 11th era. *Political Research Quarterly*, 57(3), 479-490.
- Leeper, M. S. (1991). The impact of prejudice on female candidates: An experimental look at voter inference. *American Politics Research*, 19(2), 248-261.
- Macrae, C. N., Milne, A. B., y Bodenhausen, G. V. (1994). Stereotypes as energy-saving devices: A peek inside the cognitive toolbox. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66(1), 37-47.
- Matland, R. E. (1994). Putting Scandinavian equality to the test: An experimental evaluation of gender stereotyping of political candidates in a sample of Norwegian voters. *British Journal of Political Science*, 24(2), 273-292.
- Matland, R. E. (1998). Women's representation in national legislatures: Developed and developing countries. *Legislative Studies Quarterly*, 23(1), 109-125.
- McDermott, M. L. (1997). Voting cues in low-information elections: Candidate gender as a social information variable in contemporary United States elections. *American Journal of Political Science*, 41(1), 270-283.
- McDermott, M. L. (1998). Race and gender cues in low-information elections. *Political Research Quarterly*, 51(4), 895-918.
- McDonagh, E. (2002). Political citizenship and democratization: The Gender paradox. *American Political Science Review*, 96(3), 535-552.
- Palmer, B. y Simon, D. (2006). *Breaking the political glass ceiling: Women and congressional elections*. New York: Routledge.
- Paulhus, D. L. (1991). Measurement and control of response biases. En J. P. Robinson, P. R. Shaver, y L. S. Wrightsman (Eds.), *Measures of personality and social psychological attitudes* (pp. 17-59). San Diego, CA: Academic Press.
- Paxton, P. (1997). Women in national legislatures: A cross-national analysis. *Social Science Research*, 26(4), 442-464.
- Rosenwasser, S. M., y Seale, J. (1988). Attitudes toward a hypothetical male or female

- presidential candidate: A research note. *Political Psychology*, 9(4), 591-598.
- Sanbonmatsu, K. (2002). Gender stereotypes and vote choice. *American Journal of Political Science*, 46(1), 20-34.
- Sanbonmatsu, K., y Dolan, K. (2009). Do gender stereotypes transcend party? *Political Research Quarterly*, 62(3), 485-494.
- Schwindt-Bayer, L.A. (2009), Making quotas work: The effect of gender quota laws on the election of women. *Legislative Studies Quarterly*, 34(1), 5-28.
- Tripp, A. M., y Kang, A. (2008). The global impact of quotas: On the fast track to increased female legislative representation. *Comparative Political Studies*, 41(3), 338-361.
- U.S. Census Bureau. (2015). *2009-2013 5-year American community survey*.
Recuperado de: <http://factfinder.census.gov>
- Wheaton, S. (2012). Women running for congress in record numbers. *The New York Times*.
Recuperado de <https://thecaucus.blogs.nytimes.com/2012/09/14/women-running-for-congress-in-record-numbers/>

Anexo 1

Características demográficas de la muestra

Variables	Obs.	Media	Desv. Estd.	Mín	Máx
Edad	828	32.58	12.05	18	83
Género del encuestado ^a	820	0.48	0.50	0	1
Educación ^b	827	3.96	1.29	1	6
Ingreso familiar anual ^c	826	7.48	3.84	1	15
Identificación partidaria ^d	820	-0.81	1.87	-3	3
Ideología ^e	823	2.58	0.97	1	5

Notas:

- a) Hombre = 0; Mujer = 1.
- b) Educación secundaria incompleta (1), con educación secundaria completa (2), educación superior sin obtención de grado (3), educación superior con obtención de grado en programa de dos años (4), educación superior con obtención de grado en programa de cuatro años (5), con posgrado finalizado (6).
- c) Menos de \$10.000 (1), \$10.000-\$14.999 (2), \$15.000-\$19.999 (3), \$20.000-\$24.999 (4), \$25.000-\$29.999 (5), \$30.000-\$39.999 (6), \$40.000-\$49.999 (7), \$50.000-\$59.999 (8), \$60.000-\$69.999 (9), \$70.000-\$79.999 (10), \$80.000-\$99.999 (11), \$100.000-\$119.999 (12), \$120.000-\$149.999 (13), \$150.000 o más (14), prefiere no decir (15).
- d) Demócrata fuerte (-3); Independiente (0); Republicano fuerte (+3).
- e) Muy liberal (1), moderado (3), muy conservador (5).

Anexo 2

Resumen de la evaluación de candidatos

Variables	Obs.		Media		Desv. Estd.		Mínimo		Máximo	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
<i>Índice de Fortaleza Electoral:</i>	413	372	0.501	0.522	0.176	0.175	0	0	1	1
Probabilidad de votar	419	380	0.492	0.526	0.249	0.245	0	0	1	1
Comparte mis preocupaciones	421	380	0.530	0.570	0.233	0.226	0	0	1	1
Competencia como líder	420	377	0.528	0.544	0.216	0.210	0	0	1	1
<i>Competencia en área de política:</i>										
Educación	420	381	0.514	0.587	0.227	0.247	0	0	1	1
Salud	421	379	0.439	0.493	0.224	0.243	0	0	1	1
Economía	419	380	0.530	0.540	0.235	0.259	0	0	1	1
Militar	417	378	0.412	0.352	0.228	0.233	0	0	1	1
Delincuencia	420	378	0.577	0.581	0.245	0.255	0	0	1	1

Formato de citación

Martínez, C. (2018). Estereotipos de género y evaluación de candidatos en Estados Unidos: evidencia de una encuesta-experimento. *Psicología, Conocimiento y Sociedad*, 8(1), 36-71. doi: <http://dx.doi.org/10.26864/PCS.v8.n1.3>
