

# El género como nuevo objeto de estudio en el comportamiento del voto: el caso Argentina 2023

## *Gender as a new object of study in voting behavior: the case of Argentina 2023*

Ana Paola Zuban

*Magíster en Comunicación Política. Politóloga. Directora de Zuban Córdoba y Asociados. Investigadora. Miembro de la Red de Politólogos. pzuban@gmail.com - linkedin.com/in/ana-paola-zuban*

Recepción: 28/5/2024 | Aprobación: 12/6/2024

### Resumen

Históricamente, desde los estudios de opinión pública, los comportamientos y actitudes sobre cuestiones políticas se consideraron bastante homogéneos entre los géneros. En las últimas dos décadas, las actitudes políticas de las mujeres han cambiado en relación con los hombres a nivel mundial e impactan decisivamente en los resultados electorales en muchos países.

Este trabajo pretende una primera aproximación a un tema escasamente abordado en Argentina. A través de un análisis descriptivo que permite indagar en las opiniones y el comportamiento electoral, se exploró la conducta de voto de hombres y mujeres y cómo esta influyó en la elección presidencial de Argentina en 2023, al tiempo que se analizó si se reforzaba una brecha de género ideológica en nuestro país.

**Palabras clave:** opinión pública; voto; género; brecha de género; elecciones.

### Abstract

*Historically, from the perspective of public opinion studies, behaviors and attitudes on political issues were considered quite homogeneous between genders. In the last two decades, women's political attitudes have changed globally in relation to men and they decisively impact on electoral results in many countries.*

*This work aims to provide a first approach to a topic that is rarely addressed in Argentina. Through a descriptive analysis that allows us to investigate electoral opinions and conduct, the voting behavior of men and women was explored, taking into account how it influenced the Argentine presidential election in 2023, while exploring whether a gender ideology gap is reinforced in our country.*

**Keywords:** *public opinion; vote; gender; gender gap; elections.*

## Introducción

El avance de las agendas de género a nivel mundial, especialmente desde la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer en Pekín (1995), representó una bisagra en muchos aspectos; impulsó un abanico de iniciativas que facultaron a los Estados a llevar adelante, por un lado, acciones afirmativas para favorecer el acceso de mujeres a cargos electivos y, por otro, a la transversalización de género en todas las políticas públicas (*gender mainstreaming*) para fomentar la promoción de la equidad a través de un enfoque de género.

Los efectos en el impulso de las carreras políticas de las mujeres, pero principalmente las transformaciones en patrones socioculturales de hombres y mujeres promovidas por una nueva ola de movimientos feministas, puso también en evidencia la necesidad de explorar el género como tema relevante en las investigaciones de opinión pública. Los impactos que los movimientos como #MeToo o #NiUnaMenos, solo por citar algunos, han producido en las agendas públicas y políticas se han trasladado también a las sociedades y han sido poco explorados, aun por la academia en nuestro país.

Históricamente, los comportamientos y actitudes sobre cuestiones políticas se consideraron bastante homogéneos entre los géneros. Aunque la manera de pensar varía con el tiempo, el contexto, etc., en las últimas dos décadas, las actitudes políticas de las mujeres han cambiado con relación a los hombres. La investigación en ciencia política y, particularmente los estudios acerca de la opinión pública en lo que refiere al voto y las posiciones sobre políticas públicas, sobre todo en la biblioteca anglosajona, así lo acreditan.

En los últimos años, se observan diferencias significativas en las preferencias políticas entre géneros a nivel mundial que impactan decisivamente en los resultados electorales en muchos países. ¿Están cambiando los modelos de representación que relacionan a la sociedad con las identidades políticas clásicas? ¿Es el género un nuevo objeto de estudio que sirve para analizar los comportamientos políticos? ¿Qué nos dice el enfoque de género al analizar los comportamientos políticos? ¿Surgen nuevas identidades políticas afirmadas en perspectivas feministas o masculinistas?

Este trabajo pretende una primera aproximación a un tema escasamente abordado por los estudios de opinión pública y género en Argentina. A través de un análisis descriptivo que permite indagar en las opiniones y en el comportamiento electoral, se exploró la

conducta de voto de hombres y mujeres y cómo esta influyó en la elección presidencial de Argentina en 2023, a la vez que se analizó si se reforzaba una brecha de género ideológica en nuestro país.

Se presentan a continuación algunas reflexiones derivadas del análisis de datos de encuestas de opinión, que, por ahora, revelan una tendencia nítida: las mujeres de la generación más joven se desplazan hacia posiciones políticas más progresistas, mientras que los varones de la misma generación lo hacen hacia posiciones más conservadoras. En un primer apartado, se exploran los antecedentes sobre estudios de opinión pública con relación al género. En el segundo apartado, se abordan algunos hallazgos recientes en elecciones nacionales en distintos países a nivel mundial para contrastarlos. En un tercer apartado, se tratan las elecciones a presidente en Argentina en 2023. Por último, se concluye con algunas conjeturas explicativas y posibles caminos de investigación futura.

## 1. Opinión pública y género: más que la suma de las partes

La opinión pública es «un objeto de estudio enigmático» (Pettracci, 2013, p. 1). El interés recurrente entre los estudiosos indica la relevancia que el tema importa en las ciencias sociales. Los distintos enfoques históricos y teóricos de su estudio abarcan un amplio espectro; desde Platón hasta Jürgen Habermas —perteneciente a la corriente crítica de la escuela de Frankfurt—, Hanna Arendt y su concepto de la esfera social, el funcionalismo sistémico de Niklas Luhmann o la espiral del silencio de Elisabeth Noelle-Neumann, han contribuido a ríos de tinta en los estudios sobre opinión pública.

¿Pero cómo han abordado estos saberes su relación con el estudio de género? La literatura sobre opinión pública y género «aún no es más que la suma de sus partes» (Burns y Gallagher, 2010, p. 426). Si bien el género ha estado presente como variable explicativa en los estudios de opinión pública (Gilas y Patiño Hernández, 2021), la mayoría de ellos no han sido sobre género y opinión pública específicamente, sino sobre cómo el género influye, desde distintos enfoques, en la opinión pública sin mayor diálogo entre teorías y autores.

Los estudios de Lipset y Rokkan (1967) sobre opinión pública y comportamiento electoral advertían que las mujeres se mostraban más conservadoras en sus preferencias electorales, atribuyendo esto a su marcada religiosidad. En tanto, ya en la década del ochenta, otros autores como Erikson, Luttborg y Tedin (1981) no encontraron influencia significativa en opiniones o actitudes políticas con respecto al género de las personas. Otros como Boulding (1984) afirmaban que las diferentes opiniones vinculadas al género solo se evidenciaban en algunos asuntos relacionados con temas de relevancia pública, tales como seguridad, militarización, etc. (Gilas y Patiño Hernández, 2021).

En el umbral de los noventa, una parte de la literatura comenzó a analizar las percepciones de las mujeres y el liderazgo femenino en relación con las candidaturas de mujeres (Sears y Huddy, 1986; Tolleson-Rinehart y Stanley, 1994; Burrell, 2001; Sulfaro, 2007), en tanto que otros estudios se concentraron en los apoyos de la opinión pública a políticas de género (Luker, 1984; Conover, 1988; Jackman, 1994; Alvarez y Brehm, 1995; Sapiro y Conover, 2001) o sobre los apoyos sociales al feminismo o a roles igualitarios para hombres y mujeres (Kluegel y Smith 1984; Schnittker *et al.*, 2003; Peltola *et al.*, 2004; Jennings, 2006; Bolzendahl y Myers, 2004). Son discusiones teóricas y epistemológicas necesarias, pues, ciertamente, la opinión pública agrupa un amplio abanico de fenómenos sociales; y es desde los estudios de opinión pública que se pueden descubrir, analizar y estudiar fenómenos sociales emergentes.

Una parte de la crítica teórico-epistemológica ha planteado reservas conceptuales a la visión instrumental que utiliza encuestas para medir las opiniones, argumentando que su propagación ha contribuido a que, en las actuales democracias, los políticos las consideren una opinión pública legitimada para tomar medidas populistas. (Portillo, 2004). No es propósito de este trabajo una discusión metodológica sobre las herramientas para el estudio de la opinión pública; baste señalar que el uso que se haga de los datos no anula su probada validez. Será, en todo caso, una discusión de índole ética. Los datos proporcionados por las investigaciones cuantitativas son los que nos permiten acceder al conocimiento de una tendencia que, de mantenerse en el tiempo, podría ser considerada un fenómeno digno de estudios más profundos. Por ahora, nos asomamos a una exploración inicial.

## **2. El voto de género en elecciones presidenciales: ¿una tendencia mundial?**

Hasta ahora los resultados de los estudios que vincularon la opinión pública y el género han sido contradictorios, o por lo menos han variado de acuerdo a los países, contextos políticos, sociales, culturales, etc. No es de extrañar, puesto que los factores que pueden influir en las semejanzas o diferencias en las opiniones sostenidas por mujeres y hombres sobre distintos asuntos políticos van mutando.

El estudio de Inglehart y Norris (2003) fue pionero en identificar y formular una teoría sobre la brecha de género, la cual revelaba que, en Estados Unidos, a partir de la década del ochenta, las mujeres comenzaron a mostrar una tendencia más progresista, apoyando más al Partido Demócrata, y los hombres, más conservadora, mostrando su lealtad al Partido Republicano. Acuñaron, así, el concepto de «brecha de género moderna» y pusieron el foco en el comportamiento de voto en los rangos etarios más jóvenes.

Una serie de encuestas sociales (1998-2021) publicadas por Gallup (Service Center on American Life, 2022), evidencia que en las últimas dos décadas los hombres y mujeres han tenido perfiles políticos que han comenzado a diferenciarse con mayor distancia en

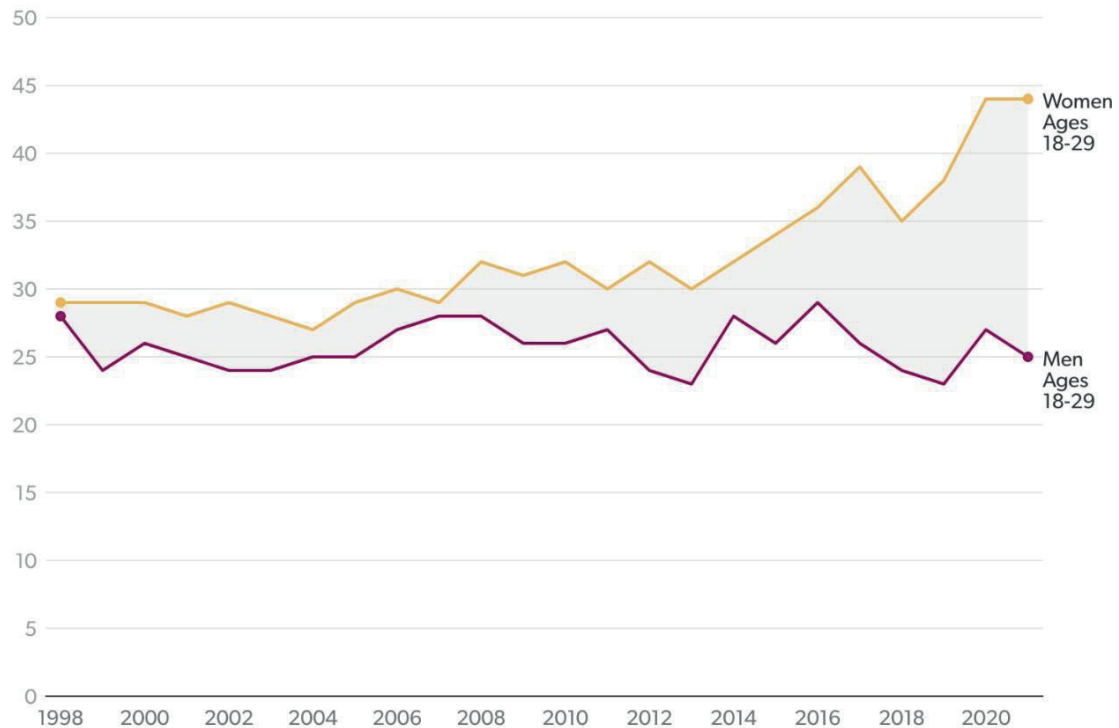
los últimos años en EE. UU. Actualmente, la brecha ha llegado a ser de un 30 % más de mujeres jóvenes más liberales que los varones del mismo rango etario. Y esto ha sucedido en tan solo seis años.

Figura 1

Perfiles políticos de hombres y mujeres en Estados Unidos

### Young Women are Much More Liberal than Young Men

Percentage of men and women between ages 18 to 29 who identify as liberal



Source: Gallup Poll Social Series, 1998-2021

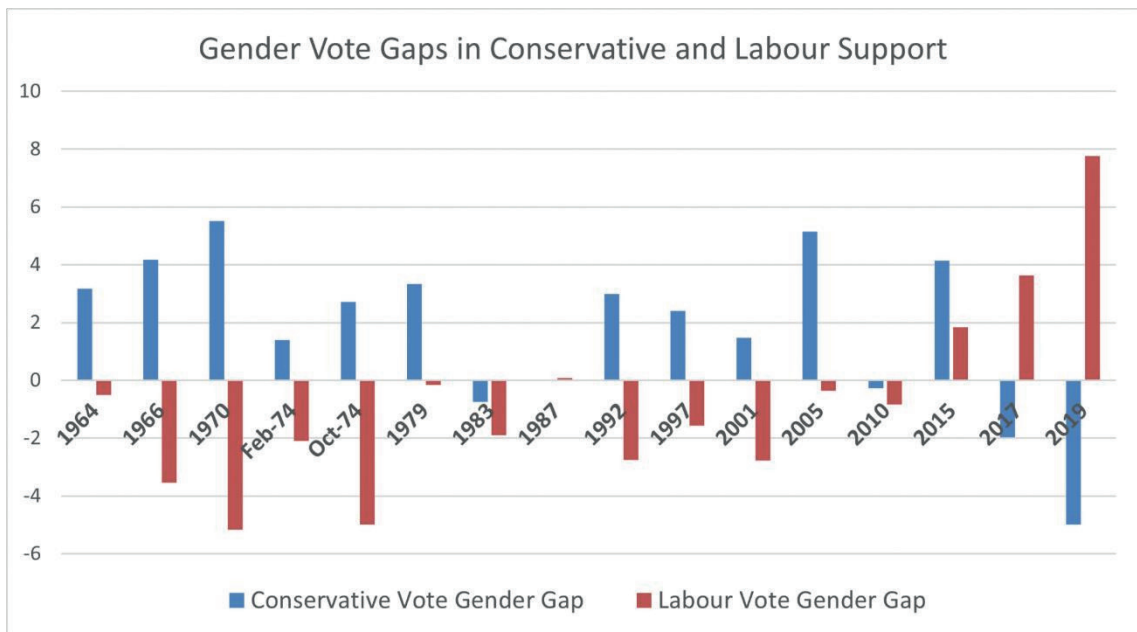
Fuente: *Young women are much more liberal than young men*, de Gallup, citado por Survey Center on American Life (2022). Recuperado de: [https://www.americansurveycenter.org/featured\\_data/the-growing-political-divide-between-young-men-and-women/](https://www.americansurveycenter.org/featured_data/the-growing-political-divide-between-young-men-and-women/)

En Europa, sucede algo similar. Un artículo publicado en enero de 2024 (*The Financial Times*, 2024) sostiene que, en la mayoría de los países, las mujeres se desplazan ideológicamente hacia la izquierda, mientras que los hombres jóvenes se están corriendo hacia la derecha. Allí, Burn-Murdoch aporta datos sobre Alemania, donde destaca una brecha de 30 puntos entre hombres jóvenes cada vez más conservadores y mujeres más progresistas. Similares resultados destacan en Polonia, donde la mitad de los hombres de entre 18 y 21 años adhieren al partido de extrema derecha Confederación, comparado con solo el 16 % de las mujeres de esas edades.

En Gran Bretaña, la brecha de género se ha profundizado a lo largo del tiempo. Hasta 2010, las diferencias de género eran escasas, pero, en general, las mujeres apoyaban más a conservadores, y los hombres, más a los laboristas. En 2010, la diferencia por género fue exigua; no obstante, a partir de 2015, esa tendencia se ha revertido. En las elecciones generales de 2019, la brecha de género se amplió y, según el Estudio Electoral Británico (2019), las mujeres han apoyado más al Partido Laborista (37 %) que los hombres (29 %); mientras que, para el Partido Conservador, el 42 % de los votantes fueron mujeres, y el 47 %, varones. La diferencia entre votantes del Partido Conservador y el Laborista fue del 18 % en hombres y del 5 % entre las mujeres. Aunque esta brecha no es homogénea en todas las edades, se amplía más entre votantes jóvenes menores de 35 años, pues las mujeres apoyan más a partidos de izquierda (Shorrocks, 2018).

Figura 2

Encuestas cara a cara poselectorales del Estudio Electoral Británico, 1964-2019

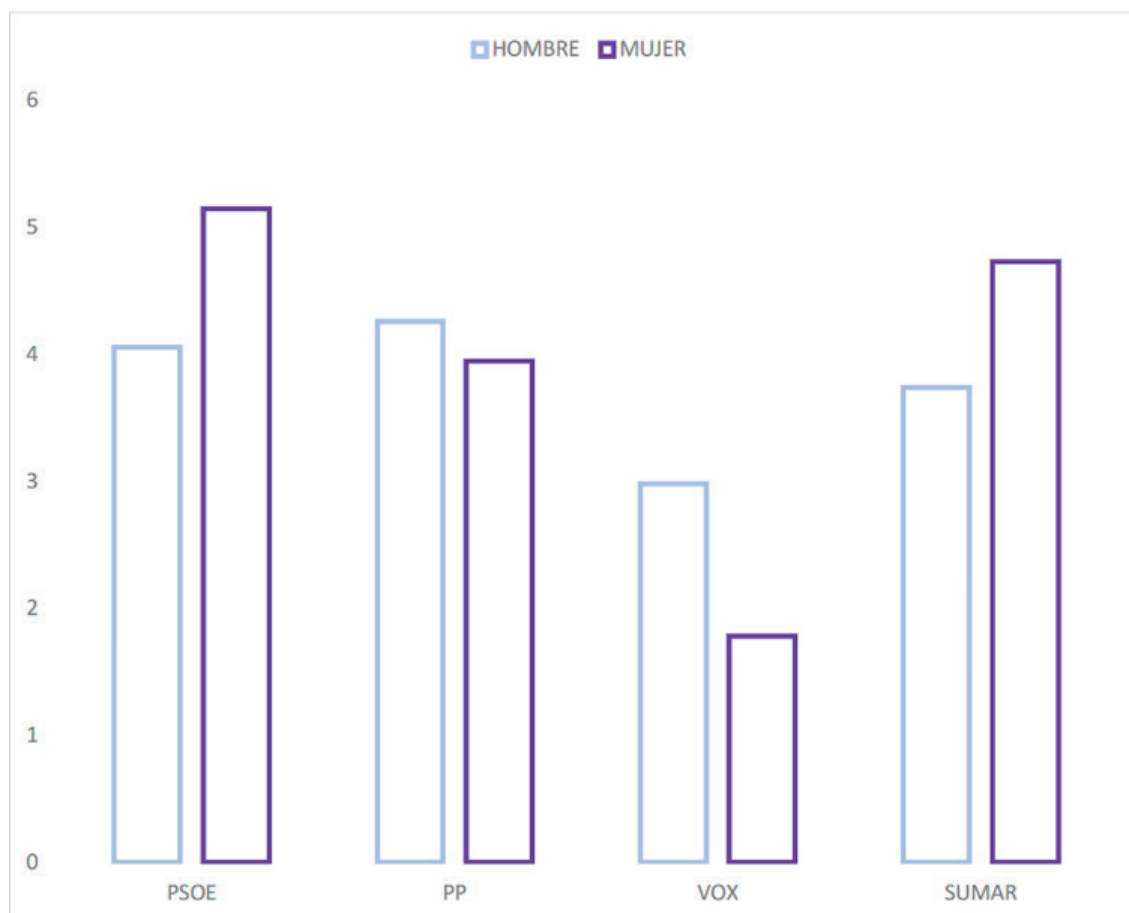


Fuente: Estudio Electoral Británico, 2019. Recuperado de: <https://www.britishelectionstudy.com/2019-general-election/the-bes-post-election-random-probability-survey-v-1-0-0-release-note/#.YCa7B2j7SUk>

En España, tal como indica el Barómetro Postelectoral del CIS (2023), en las últimas elecciones generales de julio de 2023 se registró una diferencia ideológica entre hombres y mujeres en el voto: el 66 % de votantes de Vox fueron hombres y el 56,1 % de votantes de PSOE fueron mujeres. En el resto de los partidos, la distribución fue más homogénea.

Figura 3

Composición de hombres y mujeres en el recuento de voto a los principales partidos políticos nacionales (23J)



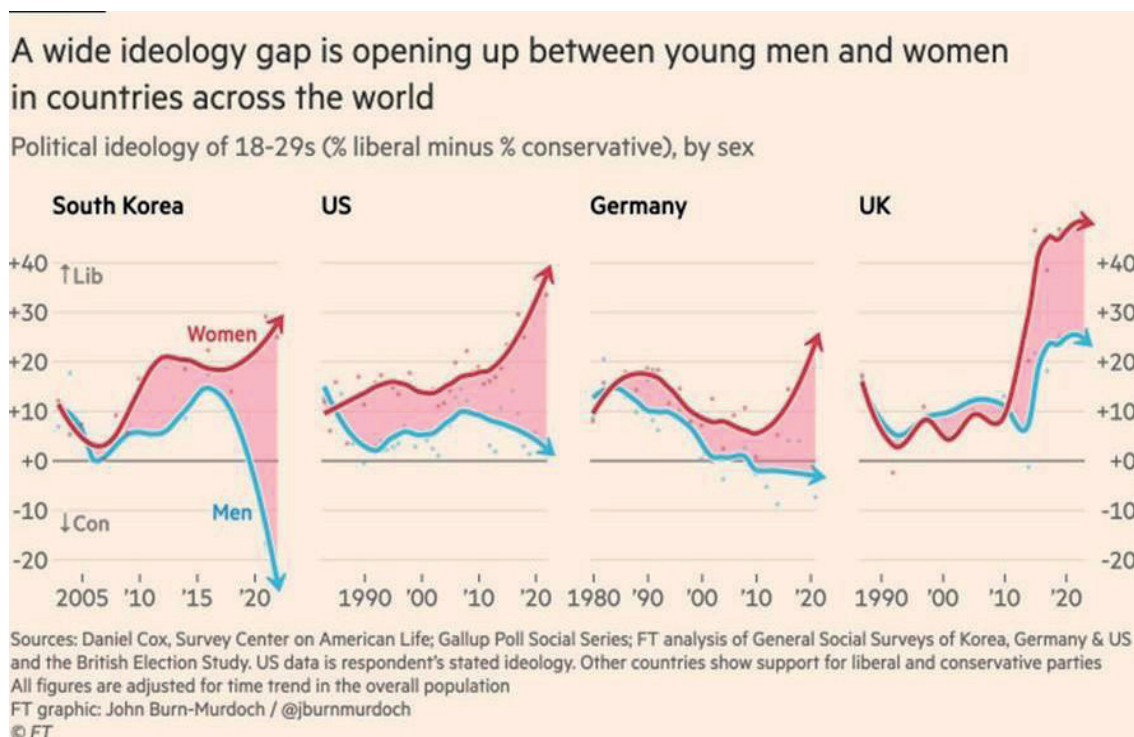
Fuente: Estudio 3420 del CIS (2023). <https://www.cis.es/es/detalle-ficha-estudio?idEstudio=14752>

El voto del PSOE está cada vez más feminizado, frente a un voto del Vox claramente masculinizado. El informe de la III Encuesta Nacional de Polarización Política (2023) de la Universidad de Murcia sostiene que las mujeres tienen más simpatía por Pedro Sánchez (30,9 %) y, a mayor distancia, se sitúa el líder del Vox, Santiago Abascal (4 %). Los hombres, sin embargo, muestran mayores apoyos hacia el líder conservador, Alberto Núñez Feijóo (27,9 %), seguido de Pedro Sánchez (23,6 %) y Yolanda Díaz (15,6 %), y muestran mayor adhesión hacia Santiago Abascal (10,5 %) que las mujeres.

En el mundo no occidental, China, Corea del Sur y Túnez, la tendencia es dramáticamente similar (Burn-Murdoch, 2024). La constante es que esta brecha de género es casi exclusiva de la generación más joven, o al menos es más acentuada entre hombres y mujeres menores de 30 años.

Figura 4

Brecha ideológica entre hombres y mujeres



Fuente: Burn-Murdoch (2024). <https://www.ft.com/content/29fd9b5c-2f35-41bf-9d4c-994db4e12998>

### 3. Elecciones presidenciales en Argentina 2023, con brecha de género

Los escasos estudios sobre diferencias de género vinculadas al comportamiento de voto en nuestro país han apuntado a la magnitud de la participación política, pero sin profundizar en las características del voto femenino.

Hasta el 2011, las mesas de votación estaban separadas por sexo. Es posible que existan datos sobre voto femenino y masculino previos a ese año, pero no están publicados por la Dirección Nacional Electoral, ni se encuentran registros privados o de observatorios electorales por género, por lo que no se disponen de series de tiempo. Por ello, resultan útiles los datos proporcionados por encuestas de opinión pública pre- y poselectorales.

En las elecciones presidenciales de 2023, el cronograma electoral incluyó la realización de elecciones primarias, abiertas, simultáneas y obligatorias (PASO), que se llevaron a cabo el 13 de agosto; en tanto, las elecciones generales tuvieron lugar el 22 de octubre. De acuerdo a la Ley Nacional Electoral, como ninguno de los candidatos presidenciales



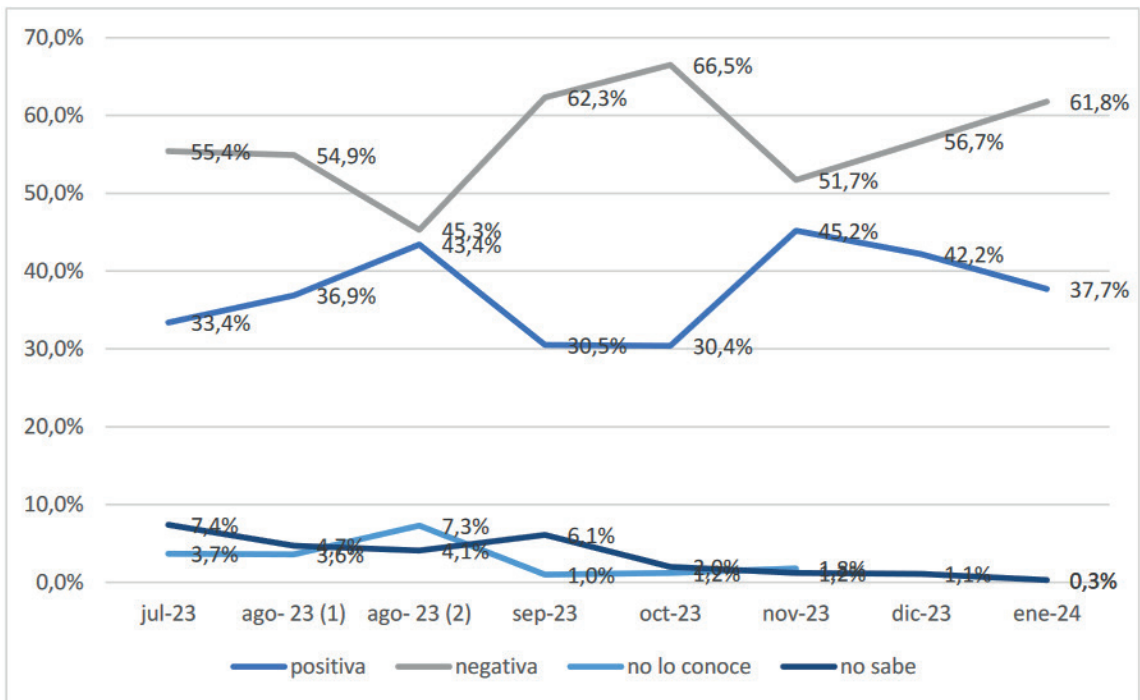
obtuvo el 45 % de los sufragios o el 40 % y una diferencia de 10 puntos con el segundo postulante, se realizó un balotaje el 19 de noviembre, según el calendario aprobado por la Cámara Nacional Electoral.

Los candidatos que llegaron al balotaje lograron fidelizar su base electoral con diferencias notables en el comportamiento del voto según el género, hecho sin precedentes en nuestro país.

Si bien el Código Nacional Electoral estipula el comienzo de la campaña 50 días antes del proceso electoral, los candidatos comienzan su posicionamiento público mucho tiempo antes.

Realizamos una serie de encuestas preelectorales sobre la imagen de los candidatos, que presentamos en el gráfico a continuación, desde julio de 2023 (comienzo de la campaña electoral) hasta el balotaje; allí se muestran las diferencias en las percepciones de hombres y mujeres con respecto a la imagen del candidato a la presidencia Javier Milei.

Figura 5  
Imagen Milei (según las mujeres) 2023-2024

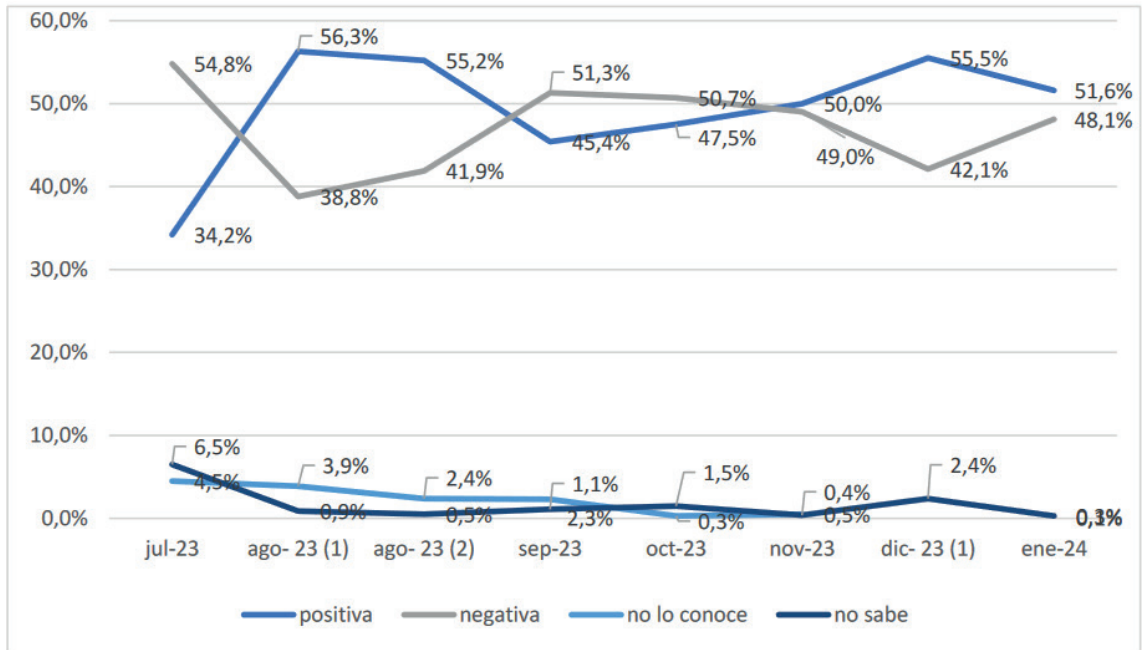


Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos tomados de Zuban Córdoba y Asoc., 2023-2024.

En julio de 2023, el ya candidato Javier Milei tenía para las mujeres una imagen positiva del 33,4 % y una imagen negativa del 55,4 %. En diciembre, ya presidente, su imagen positiva creció al 42,2 %, y su negativa, al 56,7 %. La diferencia ha oscilado sensiblemente durante el año, reduciéndose en noviembre durante la elección de balotaje que polarizó

las posiciones políticas entre dos candidatos, pero nunca alcanzó valores positivos más altos que los negativos entre las mujeres. La mayor diferencia se produjo en octubre ante la elección de primera vuelta (-36,1 %), y la menor, en noviembre ante la segunda vuelta (-6,5 %). La media es de un 21 % más negativa que positiva. Un mes después de asumir, su imagen positiva cayó casi 10 puntos según la opinión de las mujeres.

Figura 6  
Imagen Milei (según los varones) 2023-2024

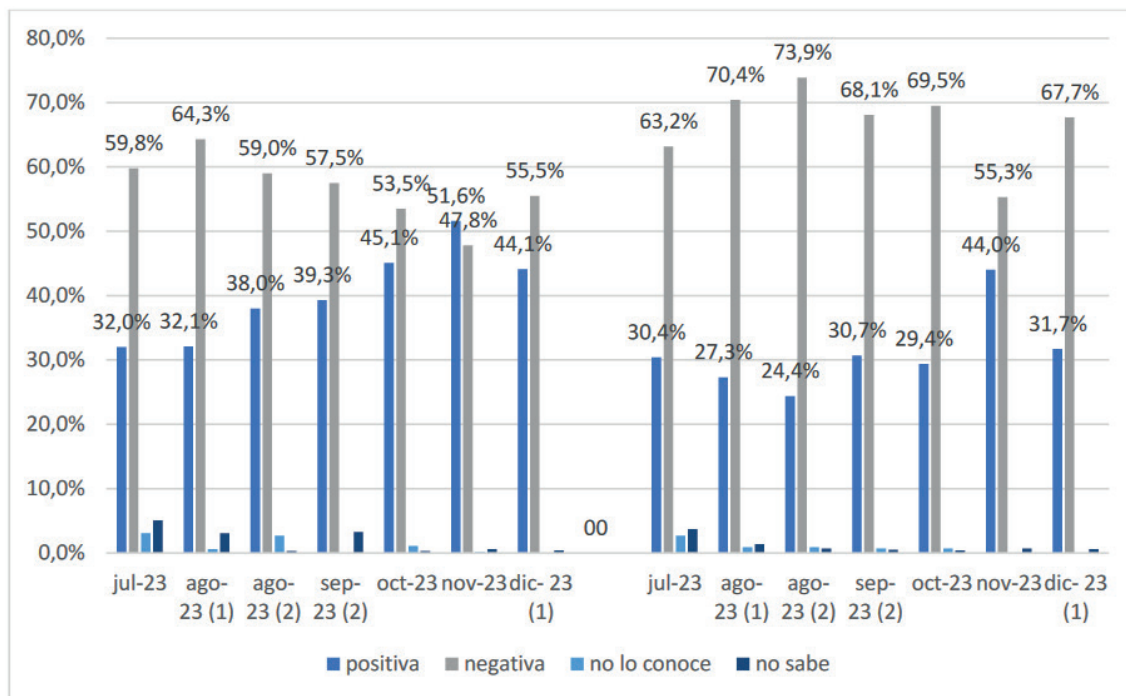


Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos tomados de Zuban Córdoba y Asoc., 2023-2024.

Entre los hombres, las diferencias son menores; oscila más entre imagen positiva y negativa a lo largo del año. La media es de -2,6 % más negativa que positiva. En enero de 2024, a diferencia de las mujeres, para los varones, tuvo un 51,6 % de imagen positiva y un 48,1 % de imagen negativa (3,5 %).

Figura 7

Imagen S. Massa (según las mujeres y los hombres) 2023-2024



Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos tomados de Zuban Córdoba y Asoc., 2023-2024.

En el caso del candidato S. Massa, es claro un mayor rechazo a su imagen por parte de los hombres; la brecha fue sensiblemente mayor entre la imagen positiva y negativa.

En las mediciones poselectorales (Zuban Córdoba y Asoc., s. f.), para las elecciones del 25 de octubre, las diferencias de género entre los votantes fueron significativas en los dos candidatos que polarizaban la elección en la segunda vuelta electoral. Mientras a J. Milei lo votó el 18,5 % de las mujeres y el 37,2 % de los hombres, a S. Massa lo votó el 47,9 % de las mujeres y el 30,3 % de los hombres. Una brecha de género que superó el 18,7 % en el caso de Milei y del 17,6 % en el caso de S. Massa.

Figura 8

«¿A quién votó usted en las elecciones generales de octubre pasado?». (Por género)

	Patricia Bulrich	Javier Milei	Juan Schiaretti	Sergio Massa	Myriam Bregman	Voté en blanco	No voté	No sabe	Total
Femenino	19,90 %	18,50 %	4,40 %	47,90 %	2,10 %	3,00 %	2,30 %	1,80 %	100,00 %
Masculino	17,10 %	37,20 %	7,60 %	30,30 %	3,90 %	1,80 %	1,90 %	0,10 %	100,00 %
Otro								100,00 %	100,00 %
Total	18,60 %	27,50 %	5,90 %	39,50 %	3,00 %	2,40 %	2,10 %	1,10 %	100,00 %

Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos tomados de Zuban Córdoba y Asoc.  
<https://zubancordoba.com/portfolio-encuestas/>

En la elección de segunda vuelta (balotaje) en noviembre, la brecha se mantuvo. Cuando vemos el panorama general de los votantes en la segunda vuelta, se observa que el 57,7 % de los varones y el 38,7 % de las mujeres votaron a Milei; la brecha intergénero fue del 19 % más de varones que de mujeres. En cambio, a S. Massa lo votaron el 52,1 % de las mujeres y el 34,4 % de los varones, con una brecha del 17,7 %, esto es mayor cantidad de votantes mujeres que varones.

Es decir, un 13,4 % más de mujeres votó a Sergio Massa y un 23,3 % más de hombres votó a Javier Milei. La brecha entre hombres y mujeres que votaron a J. Milei fue del 19 %.

Figura 9

«¿Podría decirme a quién voto en el balotaje?». (Por género)

	Javier Milei	Sergio Massa	Voté en blanco	No voté	No sabe	Total
Femenino	38,70 %	52,10 %	3,00 %	5,20 %	1,00 %	100,00 %
Masculino	57,70 %	34,40 %	3,40 %	4,10 %	0,30 %	100,00 %
Otro					100,00 %	100,00 %
Total	47,80 %	43,60 %	3,20 %	4,70 %	0,70 %	100,00 %

Fuente: Elaboración propia Sobre la base de datos tomados de Zuban Córdoba y Asoc.  
<https://zubancordoba.com/portfolio-encuestas/>

Resulta oportuno poner la mirada en la brecha de género por rangos etarios, que, como apuntan Inglehart y Norris (2003) y más recientemente Evans (2024), es donde se advierten las brechas más amplias. Como se muestra en la tabla a continuación, en los rangos etarios de entre 16 a 30 años, los votantes masculinos de Milei superaron a las votantes femeninas por un 7 %; mientras que, para los votantes de 31-45 años, esa brecha fue del 12,8 %. Por el contrario, entre los votantes de Sergio Massa, se destacan las femeninas en

el rango de entre 31 y 45 años, con una brecha del 15 %, mientras que, en el resto de las edades, las diferencias no son significativas.

Figura 10

«¿A quién votó en el balotaje?». (Por género y edad)

		Género		
Edad		Femenino	Masculino	Total
De 16 a 30 años	Javier Milei	54,40 %	61,40 %	59,10 %
	Sergio Massa	33,60 %	30,70 %	31,60 %
	Voté en blanco		5,30 %	3,50 %
	No voté	8,10 %	2,60 %	4,40 %
	No sabe	4,00 %		1,30 %
De 31 a 45 años	Javier Milei	44,90 %	57,70 %	50,00 %
	Sergio Massa	45,70 %	29,80 %	39,40 %
	Voté en blanco	2,70 %	4,20 %	3,30 %
	No voté	5,90 %	6,50 %	6,10 %
	No sabe	0,80 %	1,80 %	1,20 %
De 46 a 60 años	Javier Milei	42,40 %	46,20 %	43,90 %
	Sergio Massa	49,30 %	44,10 %	47,30 %
	Voté en blanco	3,10 %	6,20 %	4,30 %
	No voté	3,90 %	2,10 %	3,20 %
	No sabe	1,30 %	1,40 %	1,30 %
Más de 60 años	Javier Milei	39,70 %	40,50 %	40,00 %
	Sergio Massa	54,30 %	53,40 %	54,00 %
	Voté en blanco	3,00 %	2,60 %	2,90 %
	No voté	2,50 %	3,40 %	2,90 %
	No sabe	0,50 %		0,30 %
Total	Javier Milei	44,70 %	54,20 %	49,10 %
	Sergio Massa	46,60 %	36,70 %	42,00 %
	Voté en blanco	2,40 %	4,80 %	3,50 %
	No voté	4,90 %	3,60 %	4,30 %
	No sabe	1,40 %	0,70 %	1,10 %

Fuente: Elaboración propia sobre la base de datos tomados de Zuban Córdoba y Asoc.  
<https://zubancordoba.com/portfolio-encuestas/>

Existe, por tanto, evidencia para aseverar que los hombres jóvenes votaron más a Milei, aunque esa preferencia se amplía hasta los 45 años, mientras que las mujeres votaron más por S. Massa. Hay brecha de género en la elección presidencial de Argentina en 2023.

Es apresurado afirmar que, en nuestro país, las mujeres son más progresistas y los hombres más conservadores o de derecha, como demuestran las tendencias en otros países, pero los estudios de opinión que registran valoraciones sobre posiciones frente a políticas públicas, autoubicación ideológica, percepciones sobre la gestión de gobierno, etc., parecen abonar esta hipótesis. El Índice de Confianza en el Gobierno, publicado mensualmente por la Universidad Torcuato Di Tella (2024), muestra, en mayo, una caída en la confianza en el gobierno del 9 % entre las mujeres y del 4 % entre los hombres. En la encuesta de mayo, según Zuban Córdoba y Asoc. (2024), las mujeres que aprueban la gestión de gobierno constituyen un 36 %, mientras que, entre los hombres, es un 56,8 %.

## Conclusiones y líneas de investigación futuras

Cabe preguntarse entonces: ¿Estas diferencias son solo en el voto? Entender las dinámicas políticas sin atender las tensiones de género parece difícil a día de hoy, y son numerosos los estudios que conjeturan sobre el origen o sus causas y motivaciones.

La mayoría de los fenómenos que pueden explicar esta brecha de género mundial se agrupan en tres ejes no excluyentes. Por un lado, el eje económico: los países con economías en crisis profundizadas por la pandemia muestran altos índices de desocupación, en los que las mujeres son afectadas en mayor medida que los hombres debido a tener trabajos precarizados y responsabilidades de tareas de cuidados. En cambio, los hombres advierten los avances de las agendas de género como una competencia laboral aguda (Evans, 2024).

Un segundo eje se centra en los movimientos feministas, que producen sociedades más igualitarias con mejoras en la educación, más mujeres en puestos de decisión y pérdida de centralidad de la religión para argumentar el progresismo femenino.

Un tercer eje sociocultural consiste en comprender los efectos que tienen en mujeres y en hombres las nuevas formas de socialización en las redes sociales, donde habitan espacios separados y culturas diferentes (Gutiérrez-Rubí, 2024). El autor especula que las actitudes de «varones hiperconectados» entran en disputa con el miedo al avance de la igualdad, lo que les genera recelo, resentimiento, odio.

Son numerosos los retos por delante. Resulta, a estas alturas, imprescindible, desde la academia latinoamericana y, particularmente, en nuestro país, producir investigación carente de los sesgos que muestran los estudios de opinión pública, atendiendo a las dife-

rencias entre géneros para profundizar en las causas de las discrepancias de opiniones y actitudes políticas entre varones y mujeres. Asimismo, es fundamental analizar sus consecuencias e impactos sobre la representación política y el sistema democrático.

## Referencias

- Alvarez, R. M. y Brehm, J. (1995). American ambivalence towards abortion policy: development of a heteroskedastic probit model of competing values. *American Journal of Political Science*, 39(4):1055–1082.
- Bolzendahl, C. I. y Myers, D. J. (2004). Feminist attitudes and support for gender equality: opinion change in women and men, 1974–1998. *Social Forces*, 83(2), 759-790.
- British Election Study (2019). The BES Post-Election Random Probability Survey. <https://www.britishelectionstudy.com/2019-general-election/the-bes-post-election-random-probability-survey-v-1-0-0-release-note/#.YCa7B2j7SUK>
- Burrell, B. (2001). *Public Opinion, the First Ladyship and Hillary Rodham Clinton*. Routledge.
- Burn-Murdoch, J. (2024). A new global gender divide is emerging. *The Financial Times*. <https://www.ft.com/content/29fd9b5c-2f35-41bf-9d4c-994db4e12998>
- Burns, N. y Gallagher, K. (2010). Public Opinion on Gender Issues: The Politics of Equity and Roles. *The Annual Review of Political Science*, 13, 425–443. doi: 10.1146/annurev.polisci.12.040507.142213.
- Campbell, D. T. (1958). Common fate, similarity, and other indices of the status of aggregates of persons as social entities. *Behavioral Science*, 3(1),14–25.
- Centro de Estudios Murciano de Opinión Pública (CEMOP) (2023). III Encuesta Nacional de Polarización Política 2023. Universidad de Murcia. <https://www.cemopmurcia.es/estudios/iii-encuesta-nacional-de-polarizacion-politica-2023/>
- Centro de Investigaciones Sociológicas (2023). Barómetro de septiembre 2023. Postelectoral elecciones generales 2023. <https://www.cis.es/es/detalle-ficha-estudio?idEstudio=14752>
- Conover, P. J. (1988). The role of social groups in political thinking. *British Journal of Political Science*, 18(1), 51–76.
- Erikson, R. S., Norman R. Luttbeg y Tedin, K. L. (1981). *American Public Opinion: Its Origins, Content and Impact*. John Wiley & Sons.
- Evans, A. (2024). *What prevents and what drives gendered ideological polarization?* <https://www.ggd.world/p/what-prevents-and-what-drives-gendered>
- Gilas, K. M. y Patiño Hernández, I. (2021). Capítulo 5: Opinión pública y género. En Gilas, K. M. y Cruz Parceró, L. M (Coords.) (2021). *Ciencia Política en Perspectiva de Género* (pp. 71-84). Universidad Nacional Autónoma de México.

- Gutiérrez-Rubí, A. (5 de febrero de 2024). *Género, generación e ideología*. <https://www.gutierrez-rubi.es/2024/02/05/genero-generacion-e-ideologia/>
- Inglehart, R. y Norris, P. (2003). *Rising tide. Gender equality and cultural change*. Cambridge University Press
- Jackman, M. R. (1994). *The Velvet Glove: Paternalism and Conflict in Gender, Class, and Race Relations*. University of California Press.
- Jennings, M. K. (2006). The gender gap in attitudes and beliefs about the place of women in American political life: a longitudinal, cross-generational analysis. *Politics and Gender*, 2(2), 193–219.
- Kluegel, J. R. y Smith, E. R. (1984). Beliefs and attitudes about women's opportunity: comparisons with beliefs about blacks and a general perspective. *Social Psychology Quarterly*, 47(1), 81–95.
- Lipset, S. M. y Rokkan, S. (1967). *Cleavage structures, party systems, and voter alignments: an introduction* (Vol. 2). Free Press.
- Luker K. (1984). *Abortion and the Politics of Motherhood*. University of California Press.
- Peltola, P., Milkie, M. A. y Presser, S. (2004). The “feminist” mystique: feminist identity in three generations of women. *Gender & Society*, 18(1), 122–144.
- Petracci, M. (2003). Pensar la opinión pública. *Zigurat, revista de la Carrera de Ciencias de la Comunicación*, número 4, noviembre 2003, 8-18. Facultad de Ciencias Sociales, UBA.
- Portillo, M. (2004). Reflexiones en torno a una propuesta metodológica para abordar el estudio de la opinión pública como un proceso comunicativo desde una perspectiva multinivel. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 46(190), 71-93.
- Sapiro, V. y Conover, P. J. (2001). Gender equality in the public mind. *Women & Politics*, 22, 1–36.
- Schnittker, J., Freese, J., Powell, B. (2003). Who are feminists and what do they believe? The role of generations. *American Sociological Review*, 68(4), 607–622.
- Sears, D. O. y Huddy, L. (1986). Social identities and political disunity among women. ANES Pilot Study Report. No. nes002258. <https://electionstudies.org/wp-content/uploads/2018/07/nes002258.pdf>
- Shorrocks, R. (2018). A feminist generation? Cohort change in gender. Role attitudes and the second wave feminist movement. *International Journal of Public Opinion Research*, 30(1), 125-145.
- Sulfaro, V. (2007). Affective evaluations of first ladies: a comparison of Hillary Clinton and Laura Bush. *Presidential Studies Quarterly*, 37(3), 486–514.
- Survey Center on American Life (2022). The Growing Political Divide Between Young Men and Women. [https://www.americansurveycenter.org/featured\\_data/the-growing-political-divide-between-young-men-and-women/](https://www.americansurveycenter.org/featured_data/the-growing-political-divide-between-young-men-and-women/)
- The Financial Times* (2024). A new global gender divide is emerging. <https://www.ft.com/content/29fd9b5c-2f35-41bf-9d4c-994db4e12998>



Tolleson-Rinehart , S. y Stanley, J. R. (1994). *Claytie and the Lady: Ann Richards, Gender, and Politics in Texas*. University of Texas Press.

Universidad Torcuato Di Tella (2024). Informe de Confianza en el Gobierno (ICG). Mayo 2024. [https://www.utdt.edu/download.php?fname=\\_171682519756823200.pdf](https://www.utdt.edu/download.php?fname=_171682519756823200.pdf)

Zuban Córdoba y Asociados (2024). Informes sobre la imagen de Milei 2023-2024. <https://zuban-cordoba.com/portfolio-encuestas/>