

EN SUS MARCAS:

La carrera de las mujeres
en la política

OBSERVATORIO
DE VIOLENCIAS
POLÍTICAS

CONTRA LAS MUJERES



INTRODUCCIÓN 03



- 1.a ¿Qué es la discriminación y violencia basada en género? 05
- 1.b ¿Qué es la violencia basada en género en la política? 06
- 1.c ¿Qué es la violencia digital? 07

2. METODOLOGÍA 08



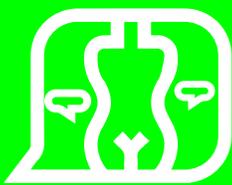
- 2.a De dónde vienen los datos 09
- 2.b Quiénes están incluidas en el análisis 10
- 2.c Categorías de discriminación y violencia basada en género 12

3. DATOS DE VISIBILIDAD EN REDES 15



- 3.a Descripción de los datos generales 16
- 3.b Datos Presidenciales 18
- 3.c Datos Senado 21
- 3.d Datos Cámara de representantes 23
- 3.e Conclusiones sobre el volumen de las menciones 25

4. EL CONTENIDO DE LAS MENCIONES, LA VIOLENCIA Y DISCRIMINACIÓN BASADA EN GÉNERO 27



- 4.a Sexualización 28
- 4.b Menosprecio físico 29
- 4.c Menosprecio de capacidades 30
- 4.d Desprestigio 31
- 4.e Instrumentalización 33
- 4.f Cuota de género 34

5. CONCLUSIONES 36

INTRODUCCIÓN

1



En Colombia actualmente existen normas por medio de las cuales se busca promover la participación de las mujeres en la política y en los diferentes espacios de decisión, así como sancionar los actos de violencia o discriminación que limitan esta participación. Este es el caso de la Ley de Cuotas (Ley 581 del 2000) y el artículo 251 del Código Nacional Electoral. Sin embargo, con una representación que apenas supera el 30% y reportes de hechos de violencias hacia las mujeres es necesario continuar analizando las barreras y las violencias que atraviesan las mujeres que deciden participar en política.

A lo largo de este informe buscamos analizar algunas de las barreras y violencias a las que las mujeres que decidieron "lanzarse a la política" se vieron expuestas a lo largo del proceso electoral colombiano de 2022.

En este sentido, el presente estudio busca visibilizar la violencia de género que se ejerce y difunde en redes sociales, particularmente aquella que enfrentaron las mujeres candidatas, entendiendo que dicha violencia contribuye a menoscabar el goce o ejercicio de sus derechos políticos, desincentivando la participación política de las mujeres en general. Para esto analizamos las siguientes categorías: sexualización, menosprecio físico, menosprecio de capacidades, desprestigio, instrumentalización y discriminación por cuota de género.

En primer lugar encontramos que el aspecto físico de las candidatas conforma una gran parte de la conversación en Twitter. Cuando las candidatas cumplen los estándares de

belleza estas son hiper sexualizadas y un tema de conversación

importante es su vida sexual (ya sea anecdótico, conjeturas o insultos). Por el contrario, cuando las candidatas no cumplen con los estándares de belleza hegemónicos, estas son agredidas por sus características físicas o una vez más a través de su actividad sexual. Adicionalmente, vemos que se pone en duda la capacidad de estas mujeres para cumplir con las demandas del puesto al cual aspiran. Esto se puede dar mediante dos tipos de violencia: menosprecio de capacidades o desprestigio. La primera categoría atenta directamente contra la capacidad de las mujeres de llevar a cabo el trabajo mientras que la segunda busca atentar contra el carácter general de las candidatas.

Finalmente, analizamos dos categorías que son particularmente relevantes en el ambiente político; la instrumentalización de las candidatas y violencia por cuota de género. En estas dos clasificaciones se habla de las mujeres como la ficha de un juego. En la primera estas candidatas sirven como un peón o extensión de otro candidato o individuo en la política. En el segundo caso, la mujer es utilizada (o percibida) como una ficha de relleno para cumplir con cuotas de género impuestas por la ley.

Independientemente de las categorías de violencia analizadas encontramos también que las candidatas en el periodo electoral se encuentran con un continuum de la violencia que reciben en otros aspectos de su vida cotidiana. En particular, esta es exacerbada para las candidatas afrodescendientes.

I . a

¿Qué es la discriminación y violencia basada en género?



La violencia basada en género son las acciones de poder fundamentadas en estereotipos sobre lo femenino y lo masculino, y las relaciones desiguales entre hombres y mujeres en la sociedad. Esta violencia está cimentada sobre los referentes culturales que reproducen la valoración de lo masculino en detrimento de lo femenino y, por lo tanto, agreden o sancionan a las mujeres por el simple hecho de serlo, así como de quienes no encajan en los parámetros de género y sexualidad dominantes, como las personas transgénero, lesbianas, bisexuales y hombres gay.

Así mismo, la discriminación es toda distinción, exclusión, restricción o preferencia que se basa en determinados motivos, como el sexo, la opinión política, la identidad sexual, la orientación sexual, o cualquier otra condición social, que tengan por objeto o resultado anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio, en condiciones de igualdad, de los derechos y libertades de todas las personas (Corte IDH, OC-24/17, párr. 62, 81 y 90; y ACNUR, 1989, párr. 6).

Ahora bien, cuando las mujeres participan en política y se apropian de los espacios que tradicionalmente estaban ocupados por hombres, suelen ser receptoras de violencias y discriminaciones basadas en el hecho de estar transgrediendo los estereotipos de género.

En línea con la definición de violencias basadas en género, cuando las mujeres participan en política y se apropian de los espacios que tradicionalmente estaban ocupados por hombres, suelen ser receptoras de violencias y discriminaciones basadas en el hecho de estar transgrediendo los estereotipos de género.

La Ley Modelo Interamericana sobre Violencia Política contra las Mujeres define la violencia machista en la política de la siguiente forma: "Cualquier acción, conducta u omisión, realizada de forma directa o a través de terceros que, basada en su género, cause daño o sufrimiento a una o varias mujeres, y que tenga por objeto o por resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de sus derechos políticos". La violencia política puede abarcar diferentes áreas, pudiendo ser física, sexual, psicológica, económica o simbólica. En este sentido, y en desarrollo de marco normativo nacional e internacional de protección a los derechos de las mujeres, por medio del Código Nacional Electoral, se estableció una definición de violencia política y tipificó manifestaciones de esta violencia por medio del artículo 251.

La violencia contra las mujeres en política tiene como consecuencia impedir, desestimular o dificultar el ejercicio de la participación o la representación en política de las mujeres sin importar su ideología.

I . b
**¿Qué es la
violencia
basada en
género en la
política?**



¿Qué es la violencia digital?

Tomado al reto de identificar las violencias basadas en género de las que las mujeres históricamente han sido víctimas, debemos analizar también los tipos que aparecen por la participación política en los espacios públicos que han surgido de los avances tecnológicos, como lo son las redes sociales y los diferentes espacios digitales. A este tipo de violencia se le llama violencia digital contra mujeres en la política, y hace referencia a las manifestaciones de la violencia basada en género en espacios virtuales donde el anonimato predomina. Estas expresiones se perpetran a través de los medios digitales, como redes sociales, correo electrónico o aplicaciones de mensajería móvil y se caracteriza por acciones de acoso, expresiones discriminatorias, campañas de desprestigio, suplantación de identidad, amenazas y difusión de información personal.

A lo largo de este texto haremos una descripción de las violencias y discriminación que enfrentaron las mujeres que tomaron la decisión de participar en política en el proceso electoral colombiano en el 2022.

METODOLÓGIA

RU

Los datos utilizados en este informe corresponden a la totalidad de la información pública de Twitter, portales web y medios de comunicación web relacionada con violencia de género hacia mujeres candidatas a la presidencia, la Cámara y el Senado. La información fue recopilada a nivel nacional para el período 1 de enero - 20 de marzo. Las publicaciones se captan a través de estrategias de social listening, las cuales buscan establecer canales de escucha para medir la popularidad de varias temáticas, figuras políticas y sucesos a lo largo de las fuentes de información descritas anteriormente. Estas publicaciones son monitoreadas en tiempo real.

Para obtener y filtrar los datos, se realizó un ejercicio de web scraping a través de la Fundación Interpreta y la plataforma Brandwatch. En este sentido, se organizaron

y filtraron todos los posts públicos asociados a violencia basada en género a candidatas en Colombia. La clasificación se llevó a cabo a través de una selección de palabras claves, frases y asociaciones que permiten capturar la conversación de violencia de género.

Una vez capturada y delimitada la conversación, el segundo paso es cualificar los mensajes para poder identificar las publicaciones de discriminación y clasificarlos en unas categorías de análisis específicas.

Esta metodología ha sido desarrollada por el Barómetro de Xenofobia para estudiar las narrativas de inclusión y exclusión alrededor de la población migrante y refugiada en Colombia, Perú, Ecuador y el Caribe. En Colombia, las mediciones y análisis

2. a De dónde vienen los datos



del Barómetro se han posicionado como información clave para entender la aparición de brotes de discriminación, y las ideas que generan rechazo hacia la población en condición de movilidad, así como en un insumo para la construcción de políticas públicas de integración como la regularización, el acceso a vacunas y la afiliación al sistema de salud. Un ejemplo de esto es que en el 2021 la Corte Constitucional de Colombia utilizó las mediciones del Barómetro como evidencia del riesgo que presentan las declaraciones de figuras públicas en el aumento del discurso de odio hacia migrantes.

Esta metodología ha sido utilizada en otros contextos para identificar sentimientos y brotes de odio contra distintos grupos poblacionales. Para este informe se adaptó la metodología del Barómetro de Xenofobia para hacer un primer análisis de violencias basadas en género en línea a mujeres políticas, siendo este el primero de varios análisis sobre esta temática durante el contexto electoral Colombiano.

2. b

Quiénes están incluidas en el análisis

Para este estudio, en primer lugar se analizaron a dos candidatas a la presidencia, Francia Marquez e Ingrid Betancourt.

En segundo lugar, se seleccionaron 20 candidatas a la Cámara y al Senado, las cuales son cabezas de lista de 13 partidos políticos. Basado en estas listas, se escogieron a las mujeres de diferentes partidos que tenían más seguidores en Twitter. Las candidatas escogidas por partido político fueron:

-Centro Democrático:



X Paola Holguín



X Margarita Restrepo



X María Fernanda Cabal



X Paloma Valencia

-Alianza Verde:



X Andrea Padilla



X Catherine Juvinao



X Katherine Miranda



X Angélica Lozano

-Pacto Histórico:

Piedad Córdoba 



Martha Peralta 



Isabel Zuleta 



Susana Boreal 



María Fernanda Carrascal 



María José Pizarro 



-Liberal:

Sara Castellanos 



Clara Sandoval 



-Cambio Radical:

Juanita Cataño 



-Nuevo Liberalismo:

 Mabel Lara



 Sandra Borda



-Partido Político MIRA:

 Ana Agudelo



-Partido de la Unión por la Gente:

 Catherine Ibargüen



-Estamos Listas:

 Elizabeth Giraldo



2. C

Categorías de discriminación y violencia basada en género

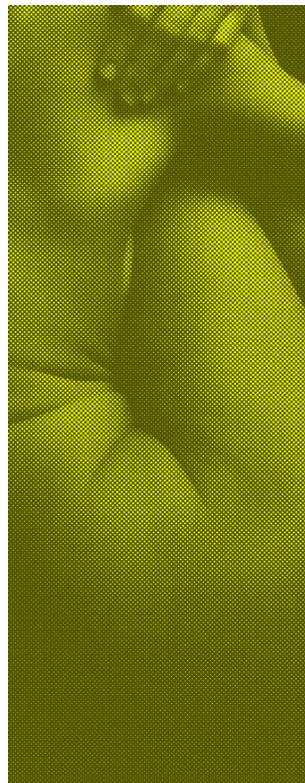
Las expresiones discriminatorias son manifestaciones de la violencia simbólica contra las mujeres, un discurso basado en ideas preconcebidas tradicionales de género, como pueden ser comentarios abusivos o insultos. En este sentido, Fundación Interpreta realizó anteriormente un estudio sobre violencia hacia mujeres en redes sociales en conjunto

con la Corporación Humanas. En estos, se utilizaron diferentes categorías con el fin de clasificar las diferentes manifestaciones de odio que reciben las mujeres en Twitter.

Estas categorías se dividieron según el tipo de discriminación que se podía apreciar en los mensajes que se filtraron. En este contexto, se obtuvieron clasificaciones como menosprecio de capacidades, roles y mandatos de género, alusiones al cuerpo y sexualidad, expresiones clasistas, expresiones racistas, desprecio feminista y desprestigio.

En el caso de este informe, se tomaron algunas de las categorías ya creadas por Interpreta, mientras que las otras se crearon según los mensajes que se iban encontrando en la red. Entre las categorías en que se puede seccionar la discriminación de género en política se encuentran:

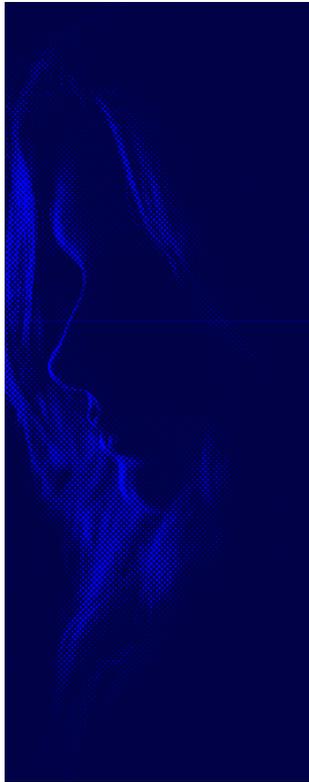
SEXUALIZACIÓN:



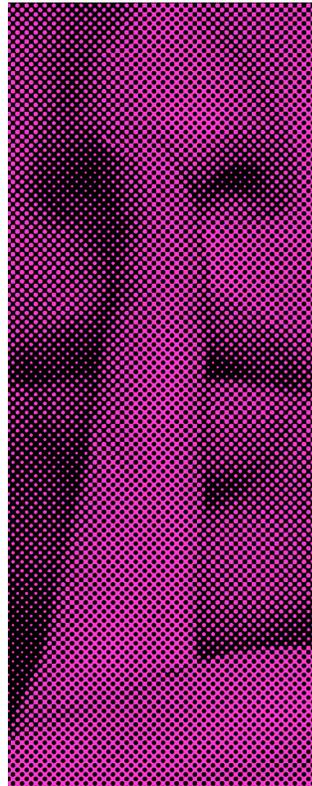
Se valora a la mujer por su apariencia física y/o su atractivo físico y por sus habilidades para ostentar el cargo al cual se postula. De esta forma se reduce a la candidata en un objeto de deseo o atractivo sexual más no en un sujeto político.

ALUSIONES Y MENOSPRECIO FÍSICO:

Se entiende como las referencias negativas y ridiculizantes que se hacen a las condiciones físicas de las mujeres. Este tipo de discriminación hace referencia a las características físicas de las mujeres como algo que impide el ejercicio político de la mujer. En esta se evalúa a las candidatas desde los estándares hegemónicos de violencia y se descalifica a las mujeres por el hecho de no encajar en estos.



DESPRESTIGIO:



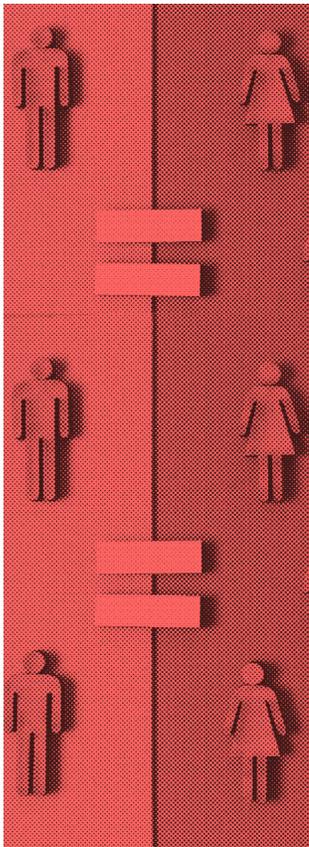
Se refiere a los comentarios vinculados a la descalificación de la trayectoria, credibilidad, opiniones o imagen pública de una persona a través de la exposición de información falsa, manipulada, fuera de contexto o por omisión. Estos comentarios o acciones restan legitimidad a las afirmaciones u opiniones de la mujer.

INSTRUMENTA- LIZACIÓN:

Esta categoría permite hacer un análisis desde la perspectiva de las mujeres como instrumento en el que se utiliza el género, la identidad sexual, la etnia o la raza de las mujeres para hacer ver a los partidos como incluyentes, diversos y amplios.



CUOTA DE GÉNERO:



El cumplimiento explícito de la Ley lleva a los partidos a incluir a mujeres dentro de sus listas por el simple hecho de cumplir el marco normativo más no por un interés de que sean elegidas, en estos casos no se evalúa las características profesionales de las mujeres ni sus habilidades para ostentar los cargos a los que serán postuladas, pero son incluidas dentro de las listas

simplemente por el hecho de ser mujeres, ni se espera que sean elegidas ni sus voces son escuchadas en el momento de toma de decisiones.



MENOSPRECIO DE CAPACIDADES



Son comentarios alusivos a las capacidades de las mujeres para hacer política, se cuestiona o se ponen en duda las habilidades que estas tienen para participar en política por el hecho de encajar o no en los estereotipos machistas de lo que debe ser el "dirigente" o "candidato" varón. Se suelen utilizar para marcar la falta de aquellas características que parecen ser esenciales para las personas que actúan en la política.

DATOS DE VISIBILIDAD EN REDES

U

3.a

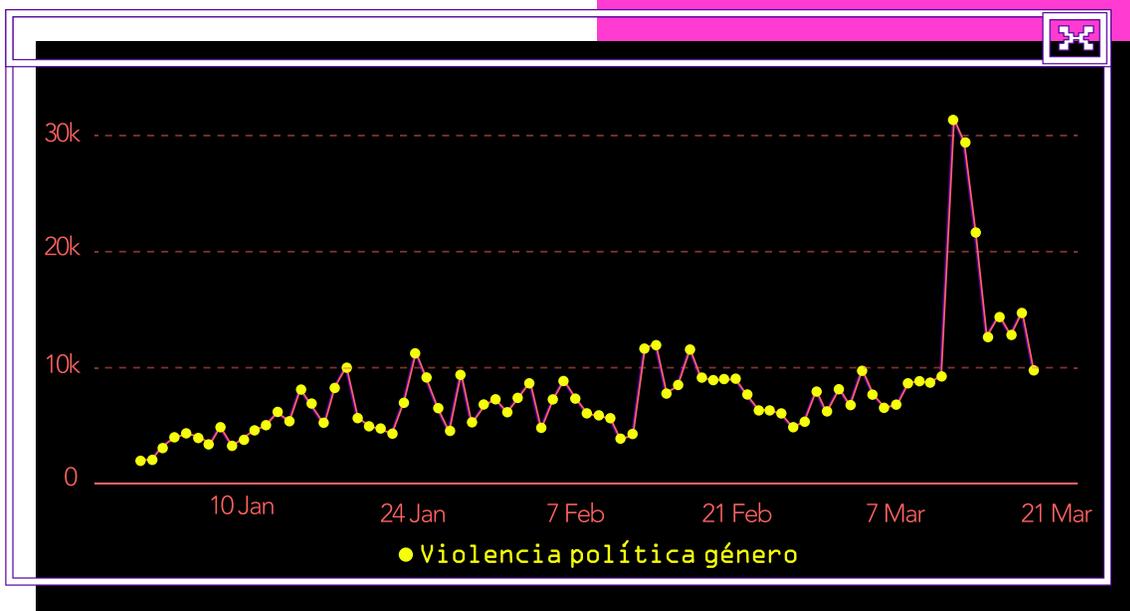
Descripción de los datos generales



En esta sección se describirán las principales conversaciones alrededor de las candidatas presidenciales, a la Cámara y al Senado en el período analizado entre el 1 de enero y el 20 de marzo de 2022, donde se encontró un total de 619.872 menciones emitidas por 79.633 autores únicos. Adicionalmente, se analizan picos más altos en volúmenes de conversación y momentos claves en el proceso electoral.

Como se mencionó anteriormente para este análisis se tuvo analizaron las interacciones y los mensajes en twitter de dos candidatas presidenciales (Francia Marquez e Ingrid Betancourt) y de 20 candidatas al Congreso de la República.

Figura 3.1.1.: Volumen de mensajes publicados hacia las candidatas mujeres



Fuente: Brandwatch Consumer Research (2022)

El momento en el que se observó el mayor aumento de publicaciones hacia las candidatas fue el día de las elecciones. En este contexto, se puede evidenciar que hay un pico registrado el 13 de marzo, el cual corresponde al día de los comicios. En esta fecha se evidenció un aumento general a las menciones de todas las candidatas, siendo Francia Márquez la mujer con mayor cantidad de mensajes dirigidos hacia ella celebrando que se haya consolidado como la fuerza femenina con más votos en las elecciones. En cuanto a publicaciones negativas, estas son pocas en comparación a las positivas, y se orientan a criticar a Márquez por su relación con Petro.

También fue posible observar mensajes de apoyo felicitando a candidatas como Katherine Miranda por haber ganado los comicios.



Con respecto a la relación entre votos y menciones en Twitter, se puede señalar que en su mayoría las candidatas que tuvieron alrededor de 20 mil menciones fueron elegidas, mientras que aquellas con números de menciones inferiores no fueron escogidas.

Asimismo, es importante resaltar que la candidata más mencionada es Maria Fernanda Cabal, superando inclusive a las precandidatas a la presidencia por el doble de las menciones.



En menor medida también se registraron mensajes dirigidos a otras candidatas ganadoras al Senado, como Piedad Córdoba. En este sentido, las menciones hacia ella tienden a ser negativas apuntando a un descontento por su triunfo en las elecciones.



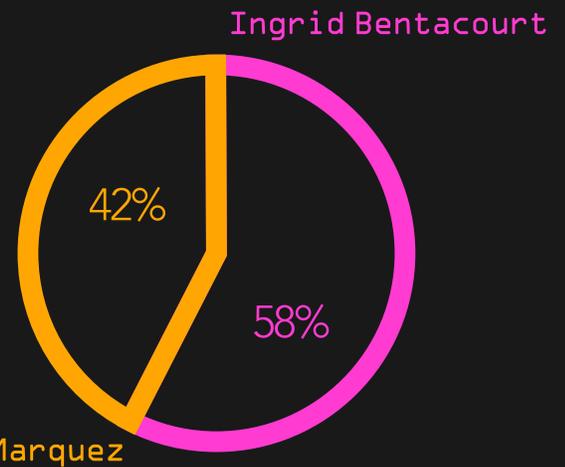
CANDIDATA	#TOTAL DE MENCIONES	TOTAL VOTOS 13 MARZO	
María Fernanda Cabal	135.090	196,865.00	
Francia Marquez	82.190	785,215.00	
Paloma Valencia	41.420	63,062	
Maria José Pizarro	25.880	Lista Cerrada	
Angélica Lozano	25.680	84,064.00	
Maria Fernanda carrascal	25.100	Lista Cerrada	
Katherine Miranda	23.810	118,884.00	
Cathy Juvinao	18.390	45,882.00	
Mabel Lara	18.070	No quedó	
Sandra Borda	12.430	No quedó	
Juanita Goebertus	8.423	No era candidata (la candidata que apoyaba no quedó)	
Ana Agudelo	3.770	No quedó	
Caterine Iburgüen	1.816	No quedó	
Elizabeth giraldo	1.139	No quedó	

En el período de análisis se registraron 51.380 menciones dirigidas a Ingrid Betancourt y Francia Marquez, con 82.190.

Figura 3.1.1.1: Piechart conversación presidencial dirigida a las candidatas mujeres segmentada por Ingrid Betancourt y Francia Marquez.

3. b

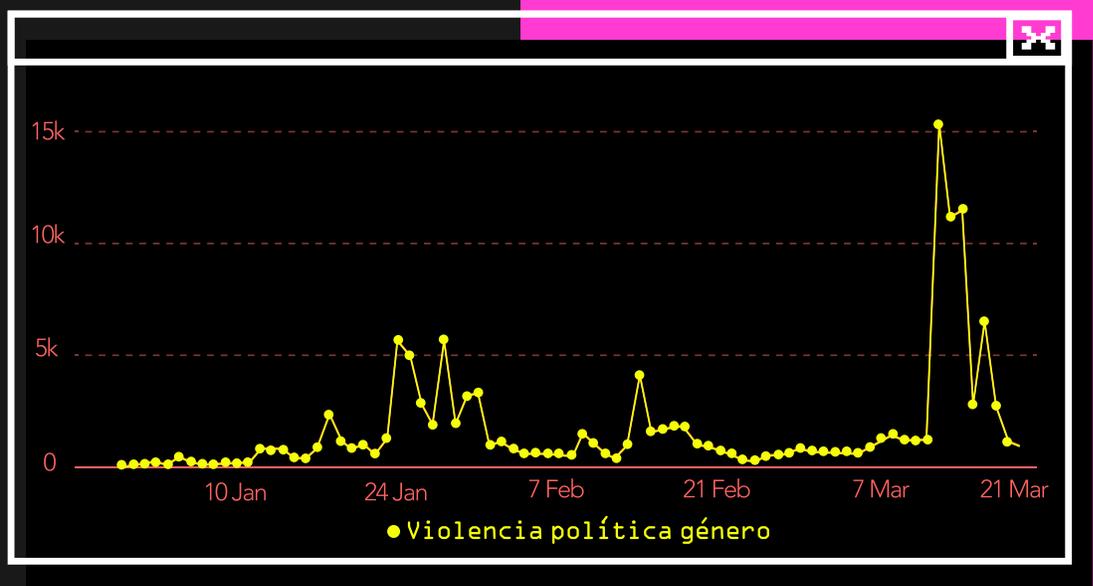
Datos presidenciales



Fuente: Brandwatch Consumer Research (2022)

En este contexto, las principales conversaciones alrededor de las candidatas ocurrieron en tres momentos.

Gráfico 3.1.1.1: Volumen de conversación dirigida a las candidatas presidenciales



Fuente: Brandwatch Consumer Research (2022)

El primer momento importante ocurrió en los debates presidenciales, el 25 de enero, momento en que la candidata Francia Márquez recibió en su mayor parte comentarios positivos por su desempeño en estos espacios.



Sin embargo, también hubo algunas publicaciones con contenido negativo que se orientaron a criticar a la candidata.



El segundo pico más importante ocurrió el 29 de enero, fecha en la que la candidata Ingrid Betancourt renunció a la coalición Centro Esperanza y anunció su candidatura a la presidencia por el partido Verde Oxígeno.

Los días previos al anuncio ya se evidenciaba un aumento a las menciones de la candidata por discusiones y profundos desacuerdos que

había tenido con el precandidato Alejandro Gaviria, lo que terminó en un ultimátum a la coalición y el retiro de ella de la misma.



El tercer momento fue relacionado a Ingrid Betancourt, el 15 de febrero, luego de que en un debate en vivo la candidata dijera que "las mujeres se hacen violar", video que posteriormente fue replicado en redes sociales. Esta frase causó revuelo y las críticas hacia ella no demoraron en aparecer.

Por su parte, hubo una gran cantidad de mujeres y varios hombres que se opusieron a lo dicho por Betancourt, mostrando molestia con el hecho de hacer a las mujeres responsables de ser víctimas de la violencia. Varias usuarias declararon haber vivido este tipo de violencia, y manifestaron que se sentían afectadas u ofendidas por los dichos de la candidata.

Algunas personas inclusive hicieron referencia a las violencias a las que Ingrid había enfrentado y establecieron comparaciones y analogías directas entre las expresiones de 'las mujeres se hacen violar' y 'las mujeres se hacen secuestrar'. De esta forma, se cuestionó cómo una mujer que sufrió un tipo de violencia no fue empática con otras mujeres víctimas.



Adicionalmente, se recogieron múltiples mensajes en los que individuos, en su mayoría hombres, opinaron para racionalizar o explicar el significado detrás de lo que dice la candidata como una mala traducción del francés, en donde la misma expresión "significa algo diferente".

Finalmente, aquellos que entienden sus dichos como una 'mala traducción' del francés también levantaron preguntas sobre la capacidad de Betancourt de ejercer el rol al que está aspirando, ya que en el caso de ganar las elecciones, gobernaría un país de lengua hispana pensando en inglés, lo cual podría acarrear posibles problemas.



Para concluir, el último pico y el más importante ocurrió el 13 de marzo, después de que Francia Marquez se posicionara como la candidata mujer con mayor cantidad de votos. Gran parte de estas menciones hacia ella fueron positivas, felicitando a Marquez. El pico de conversación y menciones por su votación nace porque fue la tercera precandidata presidencial más votada.

En el primer lugar se encuentra Gustavo Petro, con 4'495.831 votos, después Federico Gutierrez con 2 '162.686 votos, y en tercer lugar Francia Márquez, con 785.215, superando a precandidatos tradicionales que tienen una fuerza política considerablemente importante como Sergio Fajardo, Juan Manuel Galán, Alex Char, entre otros. Lo anterior permite entender la fuerza de la narrativa y la conversación que este hecho generó en la red social Twitter, pues en un momento electoral como el del 13 de marzo, las felicitaciones además significan el reconocimiento al ejercicio de liderazgo de Márquez por 'ser una mujer negra, de los territorios olvidados de Colombia, defensora de los derechos ambientales y con un discurso innovador y transformador en Colombia'.

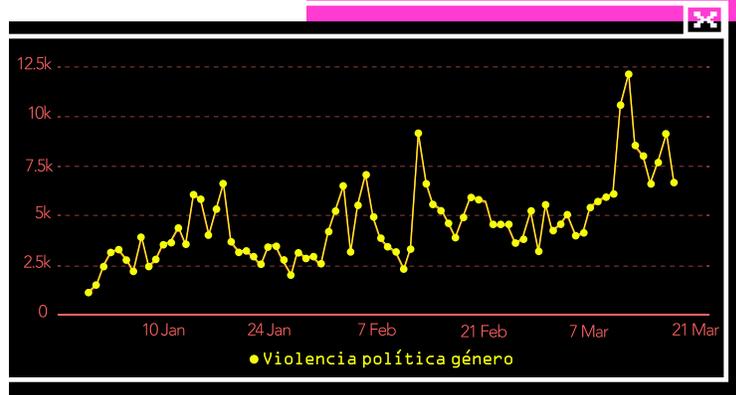
En cuanto a los autores de los mensajes, el 61% de ellos declararon su género. De este porcentaje, el 23% corresponde a mujeres, y el 77% a hombres.

3. Datos Senado

En el período analizado entre el 1 de enero y el 20 de marzo de 2022, se encontró un total de 365.560 menciones emitidas por 53.518 autores únicos, en donde las candidatas con mayor número de menciones fueron María Fernanda Cabal, Piedad Córdoba, Paloma Valencia y María José Pizarro. Las fechas en que se evidenciaron más menciones fueron el día de las elecciones y en algunos momentos polémicos de algunas de las candidatas.

En cuanto a los autores de los mensajes en general, el 61,2% de ellos declararon su género. De este porcentaje, el 21% corresponde a mujeres, y el 79% a hombres.

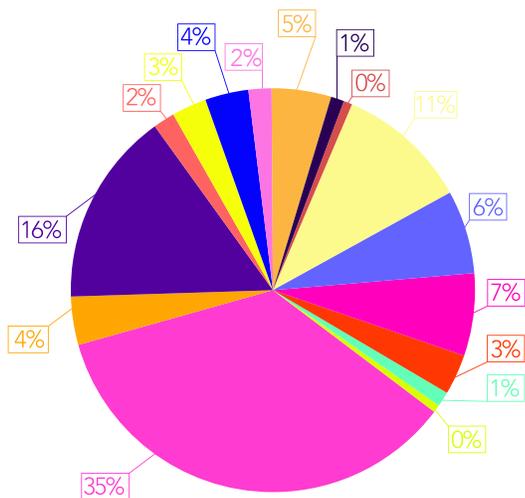
Gráfica 3.1.2.2: Volumen de mensajes relacionados con las candidatas femeninas al senado analizadas.



Fuente: Brandwatch Consumer Research (2022)

CANDIDATA	Número de Menciones	Número Votos	X
María Fernanda Cabal	135.090	196,865	
Piedad Córdoba	61.355	Lista Cerrada	
Paloma Valencia	41.420	63,062	
María José Pizarro	28.880	Lista Cerrada	
Angélica Lozano	25.680	84,064	
Mabel Lara	18.070	No quedó	
Paola Holguin	15.402	No quedó	
Andrea Padilla	14.142	48.803	
Sandra Borda	12.430	No quedó	
Isabel Zuleta	10.906	Lista cerrada	
Martha Peralta	7.249	No quedó	
Sara Catellanos	6.532	No quedó (Salió por recuento de votos)	
Ana Agudelo	3.770	No quedó	
Aida Avella	3.415	Lista cerrada	
Claudia Obregón	2.494	No quedó	
Caterine ibargüen	1.818	No quedó	
Elizabeth Giraldo	1.140	No quedó	

Figura 3.1.2.1: Pie chart mensajes direccionados hacia las candidatas mujeres al senado segmentado por candidata.



35% María Fernanda Cabal

35% Piedad Córdoba

11% Paloma Valencia

7% Maria José Pizarro

6% Angélica Lozano

5% Mabel Lara

4% Paola Holguin

3% Sandra Borda

3% Isabel Zuleta

2% Sara Catellanos

2% Martha Peralta

1% Ana Agudelo

1% Aida Avella

0% Caterine Ibarguén

0% Clara López Obregón

0% Elizabeth Giraldo

El primer pico importante ocurrió el 7 de febrero, luego de que la Revista Cambio publicara un audio de la senadora y candidata, María Fernanda Cabal. En este, se puede apreciar que Cabal critica al Presidente de la República, y miembro de su propio partido, por no tener posiciones lo suficientemente fuertes o contundentes. Después de algunas entrevistas en las que la candidata ratifica su posición, se evidencia un aumento de menciones a ella demostrando apoyo por medio de hashtags como #soycabal y #100PorCientoCabal.

En estos mensajes se reconocen y valoran las características de Maria Fernanda Cabal, como su 'contundencia y su fuerza'. Inclusive, en algunos casos se mencionan elementos como "esta mujer sí tiene pantalones", haciendo referencia a características entendidas como masculinas y que pueden atribuirse a elementos positivos en las personas que hacen política.



El segundo incremento de menciones ocurrió el 14 de febrero y, como fue mencionado anteriormente, está asociado a Piedad Córdoba y sus vínculos con las FARC.



Varios de los mensajes por medio de los cuales se cuestionó a la candidata hicieron referencia a su raza, género y apariencia. Esto se mostrará más adelante en el análisis, pudiéndose apreciar cómo muchas de estas menciones se hacen parte de la violencia política basada en género, como alusiones al cuerpo y menosprecio físico, desprestigio y menosprecio de capacidades.

Asimismo, es importante mencionar los casos de Sara Castellanos y Ana Agudelo, quienes se pronunciaron públicamente en contra de la sentencia que despenalizaba el aborto, manifestando que llegarían a promover en el Congreso una reforma para revertir la sentencia de la Corte Constitucional. Si bien estos dichos aumentaron su visibilidad en redes sociales y medios de comunicación, estas candidatas no fueron elegidas para ser parte del Congreso de la República.



En este caso, la mayoría de las mujeres elegidas son parte de la lista cerrada del Pacto Histórico, como es el caso de Piedad Córdoba, Maria José Pizarro, Isabel Zulueta y Aida Avella.

En los votos preferentes, Maria Fernanda Cabal fue la candidata más mencionada y votada, apreciándose que en diferentes momentos del proceso electoral fue alto el número de menciones a ella.

Llama la atención que alguien como Mabel Lara, con un alto número de menciones y de reconocimiento positivo en redes, no fuera elegida.

3. d

Datos

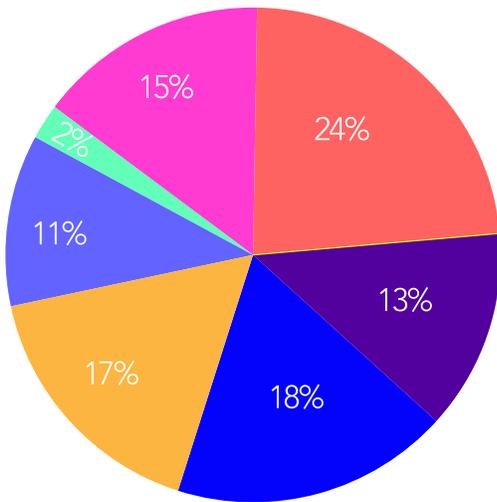
Cámara de Representantes

Tabla 1.1.2.1 Menciones hacia las candidatas de la Cámara de Representantes

CANDIDATA	NÚMERO DE MENCIONES	NÚMERO DE VOTOS	X
María Fernanda Carrascal	27.000	Lista Cerrada	
Katherine Miranda	23.810	118.884	
Margarita Restrepo	23.586	No quedó	
Juana Cataño	20.824	No quedó	
Catherine Juvinao	18.390	45.882	
Susana Boreal	15.418	Lista Cerrada	
Clara Sandoval	3.325	No quedó	

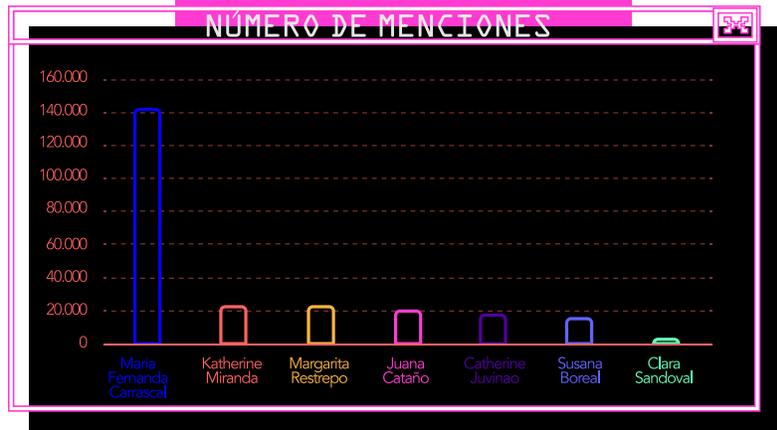
Fuente: Brandwatch Consumer Research (2022)

Gráfico 1.1.2.2 Piechart conversacion sobre candidatas en la Cámara de Representantes



- 24% Katherine Miranda
- 18% María Fernanda Carrascal
- 17% Margarita Restrepo
- 15% Juana Cataño
- 13% Catherine Juvinao
- 11% Susana Boreal
- 2% Clara Sandoval
- 0% Sandra Ortiz

Fuente: Brandwatch Consumer Research (2022)

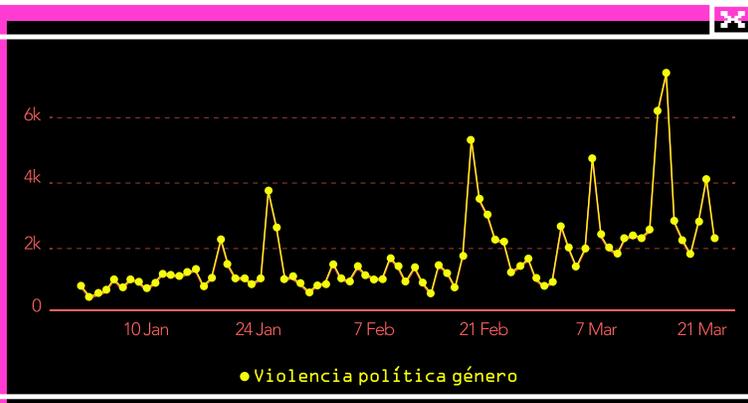


El pico de mayor importancia sucedió el 18 de febrero, luego de que Katherine Miranda y otros usuarios de Twitter denunciaran un intento de censura a la libertad de expresión de la candidata. Esto, después de que se le ordenara quitar las vallas de su campaña electoral por estar vulnerando el derecho al buen nombre de la ex ministra Karen Abudinen. Las vallas que debían ser removidas incluían el verbo "abudinen", proveniente del escándalo MinTIC donde bajo el cargo de la ministra Karen Abudinen fueron robados 70,000 millones de pesos. A raíz de la orden dada por el Consejo Electoral, varias personas manifestaron su apoyo a la candidata Miranda pues reconocieron su contundencia y su aparente interés en visibilizar y oponerse a la corrupción.

Twitter thread from February 18th:

- MirandaBogota (KATHERINE MIRANDA 101)** @MirandaBogota: Descarguen la publicidad y úsenla. A todo un país no lo pueden censurar. <https://t.co/lloq80mugW> <https://t.co/IOAmUWerVF> Retweets: 2091 Replies: 119 Impressions: 2823672
- BluRadioCo (BluRadio Colombia)** @BluRadioCo: #TopBLU CNE investigará a Katherine Miranda por usar la palabra "abudinear" en vallas de campaña <https://t.co/j2br4PQ7j4> Retweets: 14 Replies: 60 Impressions: 3098951
- CarlosFGalan (Carlos F. Galán)** @CarlosFGalan: A pesar de ser competencia del @nvlberalismo debo decir que creo que lo único que logran tratando de censurar a @MirandaBogota es aumentarle el volumen a su voz. Les salió el tiro por la culata. Retweets: 60 Replies: 37 Impressions: 757539
- rcnradio (RCN Radio)** @rcnradio: Katherine Miranda deberá desmontar vallas que dicen 'Que no nos abudineen el país' <https://t.co/eX11mgDySj> Retweets: 16 Replies: 1 Impressions: 3245645

Gráfico 3.1.3.1: Volumen de mensajes recopilados dirigidos a (y publicados por) las candidatas mujeres de la Cámara de Representantes



Fuente: Brandwatch Consumer Research (2022)

El 14 de marzo se registró otro pico luego de las elecciones. Estas publicaciones corresponden a diferentes reacciones sobre las elecciones de la Cámara y están dirigidas principalmente a Susana Boreal y Katherine Miranda. En el caso de Susana Boreal, las menciones suelen ser principalmente críticas, mientras que a Katherine Miranda la felicitan por el cargo.

3.e

Conclusiones sobre el volumen de las menciones



Hay una correlación entre las candidatas más mencionadas en Twitter y las candidatas elegidas con más votación. En este sentido, es posible decir que las mujeres que generaron más conversaciones en la red social, o que se vieron envueltas en algún tipo de polémica y discusión amplia en redes, terminaron siendo elegidas. Esta correlación no debe ser tomada como una relación causal entre actividad en redes

sociales y elección política.

Lo anterior se ejemplifica con los casos de Maria Fernanda Cabal y Katerine Miranda, en donde los hechos polémicos en los que estas antagonizan con otras figuras de la opinión pública, como Ivan Duque y Karen Abudinen, llamaron la atención a sus candidaturas. Esto hizo que se mantuviera una conversación sobre las candidatas y sus características para hacer política.

Así mismo, es interesante observar que las menciones en las que se apoya a las candidatas se asumen características observadas principalmente en los hombres, como "ser contundentes", "tener fuerza" o "tener pantalones". Este fenómeno ha sido observado en Estados Unidos y estudiado por Schneider y Bos (2013).

Son valoradas positivamente aquellas actitudes de acuerdo a los estereotipos son percibidas como masculinas por esta razón el estudio encuentra que en la política las mujeres se ven obligadas a asumir acciones o actitudes fundadas en los estereotipos de lo masculino replicando el modelo en el que se plantea que lo masculino es superior o mejor a lo entendido como femenino.

Sobre este tipo de estrategia queda la pregunta de por qué no fue efectiva en los casos de Sara Castellanos y Ana Agudelo.

En el caso de las candidaturas a la presidencia, y en comparación con las candidatas al Congreso, estas candidatas tienen un mayor número de menciones por el cargo al cual se postulan. Por esta razón uno de los primeros puntos en los que se evidencia un aumento en las menciones es cuando anuncian sus candidaturas, momento en el cual se despierta el interés por conocer quiénes son.

Posterior al anuncio, las candidatas también aumentan el número de menciones en momentos posteriores a los debates. En estos momentos las redes analizan y cuestionan lo que las candidatas plantean a lo largo de sus argumentos. En términos generales, y en el marco del plazo analizado, las menciones hacia Francia Márquez son de reconocimiento y de alguna forma de sorpresa positiva al ver el conocimiento y las capacidades de la candidata. Por el otro lado, los mensajes hacia Ingrid Betancourt suelen ser críticas a sus comentarios o su competencia para el cargo al que aspira.

consideramos este tipo de mensajes como manifestación de violencia, pues los textos reducen a las candidatas a sus cualidades físicas y las comprenden como objetos de deseo o atractivo sexual y no como sujetos políticos. En este sentido, encontramos comentarios en los que solo se reconocen las cualidades físicas de las candidatas:



Si bien estos comentarios podrían ser tomados como inofensivos pues, de hecho, hablan favorablemente de las candidatas, son comprendidos como violencia, pues el atractivo físico no debería ser un criterio de análisis sobre las capacidades de las candidatas y posterior elección de las congresistas. De hecho, pone una carga adicional a las mujeres sobre la forma en la que deben presentarse o cómo deben verse.

En adición a los comentarios en los que se evalúa la estética de las candidatas, encontramos algunos mensajes en los que se hace referencia a la vida sexual de las mujeres. En estas menciones se insulta a las candidatas mediante su sexualización.

En algunos casos se habla explícitamente de la vida sexual de las candidatas, y en otros se describen a las candidatas como "perras", "zorras" "putas" o "prostitutas".



4 . b

Menosprecio físico

Como algunas candidatas fueron evaluadas positivamente por sus características físicas, la otra cara de la violencia se evidencia cuando estas no cumplen con estándares hegemónicos de belleza.

La categoría de menosprecio físico agrupa los mensajes que hablan peyorativamente de la imagen de las candidatas. Este discurso es discriminatorio, ya que al resaltar la importancia de cómo se ven las mujeres, se valida un estereotipo de género. Este tipo de discriminación hace referencia a las características físicas de las mujeres como algo que impide el ejercicio político de la mujer. En esta se evalúa a las candidatas desde los estándares hegemónicos de belleza

Figura 4.2.1.1: Nube de palabras frases y palabras clave del menosprecio de capacidades de las mujeres



Fuente: Brandwatch Consumer Research (2022)

Un ejemplo de los mensajes específicos que contiene esta narrativa se centran en las declaraciones que realizó el influencer, periodista y escritor, Daniel Samper Ospina, en las que llamó a la candidata presidencial Ingrid Betancourt "vieja loca".

A raíz de esto, se generó un debate en redes, donde se acusa a Samper Ospina de llamar a las mujeres en general "viejas locas". Varias mujeres académicas y políticas criticaron la frase del periodista y señalaron como esta

A esto, el columnista y periodista respondió que él solo describió a la candidata presidencial de esta manera, más no a todas las mujeres.



Figuras políticas reconocidas respondieron al comentario señalando al periodista de machista:



Figuras políticas reconocidas respondieron al comentario señalando al periodista de machista:



El insulto "loca" ha sido ampliamente utilizado para referirse a las mujeres, volviéndose común para invalidar y deslegitimar las ideas y propuestas de estas sin siquiera evaluarlas o ser tomadas en cuenta seriamente. Este es un tipo de violencia psicológica que ha sido ampliamente utilizado en contra de las mujeres, y que ahora está siendo utilizado contra las mujeres que desean ocupar un cargo de elección popular con el mismo resultado.

Si bien la discusión sobre el concepto de "loca" se dio a propósito al mensaje de Daniel Samper con respecto a Ingrid Betancourt, la caracterización de "loca" también se puede observar hacia otras candidatas como Paloma Valencia y Maria Fernanda Cabal. Esto demuestra cómo esta caracterización se convierte en una de las principales formas de deslegitimar, restar valor y desestimar a las candidatas en redes sociales.





Figura 4.2.5.1: Nube de palabras frases y palabras clave de la instrumentalización de mujeres

4.e Instrumentalización



Fuente: Brandwatch Consumer Research (2022)

En la categoría de instrumentalización de la mujer hay dos narrativas principales que son evidenciadas mediante la nube de palabras que presentamos a continuación. Esta categoría permite hacer un análisis desde la perspectiva de las mujeres como instrumento en el que se utiliza el género, la identidad sexual, la etnia o la raza de las mujeres para hacer ver a los partidos como incluyentes, diversos y amplios.

En este tipo de mensajes se desconocen las capacidades, la experiencia, la preparación que tienen la mujeres para ejercer los roles a los que aspiran y se habla de ellas como si fuesen el instrumento de otra persona, siendo esa persona generalmente un hombre.

Este apartado recopila las frases y palabras más utilizadas en la categoría de instrumentalización para el periodo de análisis.

Encontramos un alto volumen de mensajes que contienen las palabras clave “títere de Petro”, y “Francia Márquez”. Esto corresponde a una narrativa predominante en donde la gente piensa que Francia Marquez entró al Pacto Histórico como un títere del candidato Gustavo Petro, y que forma parte de esa alianza electoral para hacerlo ganar la consulta y, subsecuentemente, las elecciones a la presidencia.



Por otro lado también existe otra narrativa fuerte en temas de instrumentalización de la mujer, y esta narrativa concierne a la candidata Maria Fernanda Cabal. La ciudadanía alude al hecho de que la candidata es el títere político de su marido Jose Felix Lafourie.



En la nube de palabras presentada a continuación hay una tendencia que expresa la necesidad de participación política de mujeres. En una primera revisión se resaltan las frases "Necesitan mujeres", "necesitamos una mujer" y "necesitamos mujeres". Si bien la idea detrás de esto es nivelar la participación de hombres y mujeres en política, encontramos que esto se ha vuelto en una de las fuentes de violencia basada en género, ya que se manifiesta que las candidatas solo están ahí para cumplir con estas cuotas de participación femenina y se convierte en frases como 'cargo de adorno' 'solo por ser mujer' 'puesto de adorno' 'simple relleno'

Figura 4.2.6.1 Nube de frases claves en la categoría de cuotas de género como fuente de violencia política basada en género.

Finalmente, analizamos palabras sueltas que componen la nube de palabras. Conceptos como "títere", "titiritero", "usando" y "relleno" hacen alusión a la manera en la que se percibe a la mujer en la política, señalando un rol sumiso de la mujer y en donde la utilizan para el beneficio de alguien más, de alguien que las manipula como titiritero. Adicionalmente, hay una gran discusión alrededor del gobierno actual del presidente Ivan Duque, su relación con el ex presidente Alvaro Uribe y las declaraciones y opiniones presentadas por la candidata María Fernanda Cabal al respecto.

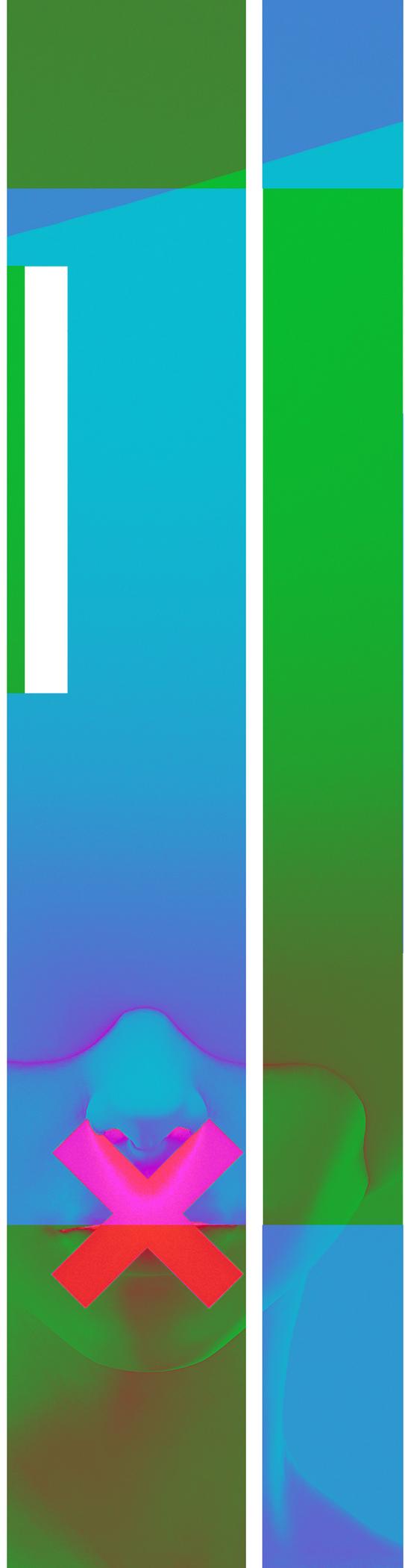
4 . f

Cuota de género



Fuente: Brandwatch Consumer Research (2022)

Sumado a los hallazgos en la categoría de instrumentalización, hay otra narrativa con respecto a la posición de la candidata presidencial Francia Marquez como integrante del Pacto Histórico, y su relación con Gustavo Petro. Se dice que ella simplemente forma parte de esta coalición electoral por sus características de mujeres y afrodescendientes. También se menciona que ella está puesta ahí para potencializar la candidatura de Gustavo Petro y resaltar sus propuestas, dejando de lado sus cualidades como activista y líder social.



CONCLUSIONES

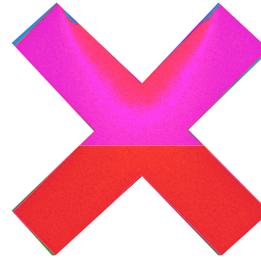
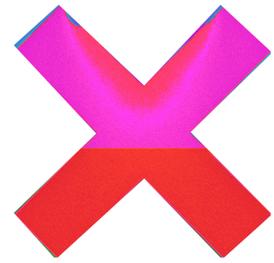


A lo largo del proceso electoral de 2022, en el periodo del 1 de enero - 20 de marzo, en tan solo 79 días las redes evidenciaron las seis categorías de violencia y discriminación contra las mujeres candidatas.

Asimismo, en cada una de las categorías de análisis evidenciamos que este tipo de afectaciones las reciben mujeres de todos los espectros políticos independientemente de sus corrientes ideológicas, preparación o cualidades. En las seis categorías encontramos menciones en las que se hizo referencia de manera negativa tanto a candidatas del Pacto Histórico, Alianza Verde y el Centro Democrático por el hecho de ser mujeres que buscan ocupar cargos de elección popular y utilizan herramientas digitales, como la red social Twitter, para darse a conocer. Sin duda, hacer parte de una institución de tal magnitud e importancia como el Congreso de la República de Colombia es un reto, y las candidatas (y ahora representantes) lo asumieron con total reconocimiento de las dificultades y barreras que esto les iba a representar. Estos retos y barreras se pueden interpretar como violencia digital basada en género lo cual fue analizado e investigado en este informe a través de un examen cuantitativo y cualitativo de sus campañas políticas.

Las diferentes narrativas que se desprendieron dieron cuenta de los principales tipos de violencia que afectan a las mujeres en la política.

El tipo de violencia más frecuente fue la violencia psicológica, en esta se evidenciaron narrativas por medio de las cuales se desestimó, degradó o se buscó controlar las acciones, comportamientos, creencias y decisiones de otras personas por medio



de intimidación, manipulación, amenaza, humillación, aislamiento. Este tipo de violencia se evidenció en todas las categorías de análisis.

La apariencia física de las candidatas es un tema frecuentemente mencionado en redes, estas menciones se pueden dar en una manera de sexualización, cuando las mujeres son vistas como atractivas, o como un menosprecio de las capacidades de las candidatas cuando su apariencia no encaja en los parámetros hegemónicos de cómo se debería ver una mujer. Asimismo evidenciamos violencia sexual, en estas narrativas los usuarios de las redes sociales hicieron menciones a los cuerpos y la sexualidad de las mujeres.

En ese orden de ideas, la sexualidad de las mujeres es un tema que es mencionado para insultar y humillar a las candidatas por sus características físicas, comportamientos o parejas lo que invisibiliza su trabajo como activistas por la vida, los derechos humanos, la lucha anticorrupción, la defensa por la seguridad entre otras de sus banderas.

En casos como el de Francia Marquez y de Piedad Córdoba es especialmente evidente que la discriminación y la violencia que ha

recibido en los últimos meses no es ajena a la violencia que han vivido a lo largo de su vida. Por el contrario, las violencias cometidas en contra de las candidatas en lo corrido del periodo electoral evidencian el continuum que afecta a las mujeres, especialmente a las mujeres afro. Cada vez que rompen los esquemas estructurales que las subordinan como mujeres y como personas afrodescendientes, el poder patriarcal le recuerda cuál debería ser su lugar y ejerce violencia en contra de ellas. En este sentido y al criticar a estas mujeres se hace referencia a su pertenencia étnica desde el rechazo y la aversión.

Finalmente, es preciso reconocer que las mujeres si deben emprender una carrera de obstáculos para llegar a la política, desde la micropolítica y todos los retos que deben enfrentar en la esfera de lo privado para asumir presentarse, postularse y hacer campaña política hasta lograr llegar a la esfera de lo público, en la que deben lograr llegar a un partido político que las reconozca y las apoye, conseguir los recursos económicos, humanos y técnicos para hacer campaña y sobrellevar todos los tipos de violencia a nivel digital y análogo en el marco de su ejercicio como liderazgos sociales, políticos o culturales.

OBSERVATORIO DE VIOLENCIAS POLÍTICAS

CONTRA LAS MUJERES



ARTEMISAS



FRIEDRICH
EBERT
STIFTUNG
COLOMBIA - FESCOL