

## Introducción: sección II



DOI: <https://doi.org/10.52501/cc.347.05.02>

En la sección II Género y política en la comunicación digital se presentan dos capítulos relacionados con la campaña presidencial de 2024 en México en donde dos mujeres contendieron por el máximo cargo público del país. Los estudios comparativos entre las aspirantes, comprenden una investigación a partir del análisis de contenido con perspectiva de género de una muestra selectiva de publicaciones en la plataforma sociodigital X, que abarca desde los temas que promovieron en su agenda política y el lenguaje incluyente no sexista, hasta la civilidad de la contienda electoral.

En el capítulo 6 denominado “Perspectiva de género y posicionamiento político en X: Xóchitl Gálvez y Claudia Sheinbaum rumbo a la presidencia de México”, se presenta un estudio comparativo a partir del análisis de contenido con enfoque cuantitativo y cualitativo que se nutre de los fundamentos de la perspectiva de género como herramienta metodológica y conceptual que coloca especial énfasis en mostrar las relaciones de poder que moldean las desigualdades entre mujeres y hombres, así como la transformación de los escenarios y acciones que buscan visibilizar a las mujeres.

Las categorías examinadas parten de los temas abordados en las campañas, en cuyo caso el de Género tuvo una escasa presencia y, por tanto, no hubo avances significativos en materia de propuestas concretas en asuntos relacionados con la equidad de género. En otras categorías analizadas, resulta un avance fructífero que elaboraran algunos mensajes en torno de la presencia de las mujeres en un rol central, lo cual marca un

empoderamiento femenino para asumir retos públicos en donde se ve que cada día se aplica más la paridad de género que contribuye a romper los estereotipos de género tradicionales y aproxima a las mujeres a los modernos/progresistas.

Por otro lado, la capacidad de las mujeres para gobernar no debería ser motivo de descalificación política, sin embargo, entre Sheinbaum y Gálvez los ataques y ofensas estuvieron a la orden del día. En varias publicaciones se observó que la contienda electoral se alejó de contribuir con propuestas de gobierno dirigidas a una acción deliberativa informada a ser un escenario virtual para el golpeo político.

El capítulo 7 “Sheinbaum y Gálvez: Una batalla desde el escenario del lenguaje incluyente y la civilidad en la campaña presidencial en X”, ofrece una investigación comparativa del tratamiento que otorgaron ambas candidatas en referencia a la presencia de las mujeres en los mensajes emitidos a partir del empleo de un lenguaje incluyente vinculado a su forma de hacer política desde una visión en el caso de Claudia Sheinbaum relacionado con las alusiones reiteradas a la colectividad y participación conjunta de las personas seguidoras de X. Por su parte, Xóchitl Gálvez proporcionó una orientación individualizada, de confrontación y ataques, vinculada con una violencia política en razón de género y carencia de civilidad en varias publicaciones, así como un alejamiento contundente de un lenguaje incluyente y sin sexismo.

Los temas relevantes comprendidos en este capítulo destacan algunos estudios de elecciones y redes sociodigitales en México, además de hacer mención de cómo la plataforma sociodigital X ha transformado la manera de hacer política en un ecosistema virtual en el que actualmente las entonces candidatas presidenciales tuvieron una presencia significativa.

Los resultados obtenidos manifiestan que existió una mayor presencia de mujeres en las publicaciones, aunque insuficiente, lo cual conforma un espacio importante para transformar la manera en que se comunica. Es sabido que el lenguaje no solo sirve para nombrar, también puede incluir o excluir, por tanto, el lenguaje incluyente y sin sexismo no debería ser solo una estrategia de campaña política sino una postura política real. Así como un escenario en el que prevalezca la civilidad y la aportación efectiva de propuestas en beneficio de la ciudadanía.

---

En su conjunto, estos capítulos integran una visión interesante acerca del análisis de sus mensajes de campaña en X, y cuál fue su percepción en torno de la perspectiva y equidad de género, posicionamientos políticos, representación de las mujeres, lenguaje incluyente y civilidad.