

Candidaturas femeninas a la Gubernatura de Jalisco en el proceso 2024, un debate entre la aceptación y la percepción machista.

Female candidacies for the Government of Jalisco in the 2024 process, a debate between acceptance and sexist perception.

Dra. Sara Angélica Pérez Aguilar¹

Dr. Ernesto Gerardo Castellanos Silva²

RESUMEN:

México es un país preponderantemente machista, a pesar de que nos encontramos en la era de la inclusión y la igualdad de género y esto se puede ver en los diversos ámbitos en los que la población interactúa y en los que la percepción hacia las mujeres mantiene un matiz de denostación, indiferencia, desigualdad y desagrado sin importar que se trate de una igual frente a un hombre.

Es justamente el tema que pretendemos tratar en este trabajo, la percepción de la población usuaria de las redes sociales, haciendo énfasis en la red social “X” porque en ella se analizan comentarios; y el nivel de aceptación respecto a las candidatas a la Gubernatura del Estado de Jalisco, Laura Haro y Claudia Delgadillo, dado que se trata de la primera vez que se postulan mujeres a ese puesto de representación popular en el Estado que por excelencia había sido ostentado por hombres.

PALABRAS CLAVE: Machismo, rol de género, redes sociales, candidatas, aceptación.

ABSTRACT:

Mexico is a predominantly macho country, despite the fact that we are in the era of inclusion and gender equality and this can be seen in the various areas in which the population interacts

¹ Doctora en Derecho por la Universidad Autónoma de Nayarit, profesora de tiempo completo en la Universidad de Guadalajara. Consejera Distrital Electoral en el 01 Consejo Distrital del INE en Jalisco.

² Doctor en Derecho por la Universidad de Guadalajara, Profesor de tiempo completo y Director de la Escuela Preparatoria N°7 de la Universidad de Guadalajara, Consejero Local del INE en Jalisco.

and in which the perception of women maintains a tinge of denigration, indifference and displeasure regardless of whether it is an equal compared to a man.

It is precisely the issue that we intend to address in this work, the perception of the user population of the social networks, more specific in the social network “X”; and the level of acceptance regarding the candidates for the Governor of the State of Jalisco, Laura Haro and Claudia Delgadillo, since it is the first time that women are running for that position of popular representation in the State that par excellence had been held by men.

KEY WORDS: Sexism, gender role, social networks, candidates women, acceptance

I. INTRODUCCIÓN.

En el proceso electoral concurrente 2023-2024 se renovaron a nivel federal el cargo de Presidencia de la República, 64 senadurías por principio de mayoría relativa, 32 por representación proporcional y 32 por el principio de primera minoría y 300 diputaciones por el principio de mayoría relativa y 200 por el de representación proporcional. Al interior de la república se renovaron las 32 gubernaturas de los estados, los poderes legislativos locales y las alcaldías de cada una de las entidades federativas, en total fueron más de diecinueve mil cargos de elección popular, de tal suerte que si se había afirmado que el proceso pasado del 2017-2018 había sido el más grande, debemos corregir que es éste proceso el más grande.

En cuanto a los eventos y elementos que caracterizaron este proceso podemos mencionar que es la primera vez que se postulan a la presidencia de la república dos mujeres respaldadas por los partidos más fuertes y representativos del país; así también el incremento de la participación de mujeres a puestos como gubernaturas y alcaldías, en Jalisco por ejemplo, se postularon dos mujeres para el ejecutivo estatal; otra característica tiene que ver con el aumento en el tema de violencia política y no solo en contra de las mujeres sino también hacia los hombres, principalmente operada por los grupos criminales.

Finalmente el uso de las redes sociales durante las campañas constituyó una herramienta para darse a conocer y mostrar todo aquello que resultaba de interés para proyectarse e ir acumulando partidarios.

Bajo este contexto es que en el presente trabajo sólo haremos referencia al tema de la percepción de la población usuaria de las redes sociales respecto a las candidatas a la gubernatura del estado de Jalisco y el nivel de aceptación que tuvieron éstas en redes sociales, haciendo mayor énfasis en la red social X, y haciendo contraste con las diversas encuestas que fueron realizadas a la población.

El trabajo se estructura en cuatro etapas, la primera en la que se contextualiza la cultura machista y la igualdad de género en el ámbito político, en la segunda parte abordamos la participación femenina en el proceso electoral 2023-2024; la tercera contiene la revisión que se hace en las redes sociales a las candidatas a la gubernatura del estado de Jalisco para establecer preferencias, aceptación y en el cuarto apartado realizaremos el análisis de los comentarios que expresan la percepción machista hacia ellas; finalmente procederemos a generar las conclusiones de este análisis.

II. EL MACHISMO Y LA IGUALDAD DE GÉNERO, PRESENTES EN EL ÁMBITO POLÍTICO.

La práctica política en nuestro país se caracterizó hasta el 2014 por la predominante participación masculina y la mínima intervención femenina en puestos de elección popular y de toma de decisiones, fue tal el descontento por parte de la mujeres que comenzaron a hacer presión social y legal para poder adquirir garantías que les permitieran el acceso a la participación política en igualdad de condiciones con los hombres; es así que se reconoce la igualdad de género y de ésta avanzamos a la paridad en materia electoral.

Comenzaremos definiendo lo que se entiende por machismo y las características propias para explicar cómo interviene la percepción machista en detrimento de la participación femenina en el ámbito político.

La Real Academia Española define al machismo como “masc. Forma de discriminación sexista caracterizada por la prevalencia del varón”

Como lo explican algunos autores (Rodríguez, Marín y Leone, 1993: 276) El machismo, como construcción cultural, es un modo particular de concebir el rol masculino, para establecer y agudizar las diferencias de género entre sus miembros. Por lo que dicha concepción supone una posición social de superioridad física y psicológica, del varón frente

a la mujer; la desvalorización de las capacidades de la mujer así como la discriminación hacia la mujer en todos los ámbitos sociales, lo que conlleva a una subordinación y reducción a la realización de labores domésticas y sexuales.

En nuestro país el concepto de machismo se ha construido en base a la idealización del macho ese hombre, fuerte, viril, valiente, violento, protector, que es capaz de guiar un pueblo entero, la figura del macho ha sido identificada principalmente en los hombres de Jalisco más específico en la región de los altos, el macho mexicano también ha formado parte de la cultura cinematográfica, podemos ver las películas mexicanas de la época de oro; en la literatura, el propio Octavio Paz lo describe en su obra el Laberinto de la Soledad; y en las artes.

Es así que en las familias se anhela un macho y no una mujer porque la mujer frente a dicha idealización no tiene oportunidad de figurar y por ello en la cultura machista la mujer asume el rol de ama de casa, cuidadora de los hijos y siempre al pendiente y dispuesta de lo que su marido ordene.

Y es justo esta postura reduccionista de la mujer en la sociedad, en el trabajo, en la política y en todas las áreas que fueron delimitadas para los hombres, lo que generó el nacimiento de los movimientos feministas y con ello comenzar la lucha por el reconocimiento de derechos y posteriormente por la oportunidad de participar en puestos públicos y en la toma de decisiones, en lugares donde era inconcebible esto. De ahí que entre los logros obtenidos está justamente el reconocimiento de la igualdad de género y con ella la reforma a diversas leyes para dar paso a la participación femenina y al establecimiento de cuotas de género que garanticen dicha participación en los puestos públicos, ya sean de elección popular o designación directa en los órganos de gobierno.

Pasemos entonces a hablar de género, con este sustantivo nos referimos a diferencias específicas entre hombres y mujeres, en nuestra sociedad podemos afirmar que existe un orden de género que corresponde a la posición que tienen hombres y mujeres en la sociedad, en la que el dominio masculino forma parte de la estructura patriarcal. Una de las principales características del orden de género es el androcentrismo: la construcción autoritaria de normas que privilegian los rasgos asociados con la masculinidad. De la mano del androcentrismo va el sexismo cultural: la difundida devaluación y desprecio de aquellas cosas que se codifican como femeninas. (Aguilar, 2019:39)

El orden de género tiene cuatro dimensiones; las relaciones de poder, relaciones de producción, relaciones emocionales y relaciones simbólicas, cuando entramos al campo político se materializa la primera dimensión.

De acuerdo a Jeniffer Aguilar (2019: 41) en el caso de la políticas el orden de género se expresa en distintas formas de segregación, discriminación, falta de incorporación a los espacios de toma de decisiones, las mujeres han encontrado más obstáculos para ser reconocidas y viven más experiencias de exclusión para participar plenamente y ejercer su ciudadanía.

Durante la cuarta conferencia mundial sobre la mujer, celebrada en Beijing en 1995 se trabajó y acordó el reforzamiento de la representación política de las mujeres en el mundo, de los países que participaron, 189 de estos se comprometieron a tomar medidas para asegurar el acceso igualitario de todas las mujeres y su plena participación en las estructuras de poder y toma de decisiones a su interior.

Entre las principales acciones que realizaron, en nuestro país, fue la de lograr la igualdad sustantiva en los cuerpos gubernamentales, para ello fue necesario generar y aplicar acciones afirmativas, que no son otra cosa más que acciones diseñadas para revertir cualquier desigualdad en el ejercicio de los derechos político electorales, se caracterizan por ser temporales, proporcionales, razonables y objetivas.

En este sentido el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación ha trazado su propia línea argumentativa y jurisprudencial en relación a este tipo de acciones las cuales se han delineado para cada grupo vulnerable que quiera ejercer sus derechos políticos, así hay acciones afirmativas en las dirigencias de los partidos, para las personas con discapacidad, para integrantes de la comunidad LGTBTTIQ+, para personas migrantes, para personas indígenas y para mujeres.

En el grupo de acciones afirmativas en las dirigencias de los partidos podemos decir que con la finalidad de salvaguardar el principio de paridad de género contenido en el artículo 41 constitucional, el Tribunal ha procurado garantizar su observancia por parte de los partidos políticos tanto para la postulación de candidaturas como para la conformación de los órganos internos de éstos.

De las acciones afirmativas para las mujeres, estas no se agotan con el hecho de emitir y sancionar una ley sino que obligan al Estado a adoptar las medidas necesarias para

garantizar su pleno ejercicio consideran la situación de discriminación histórica de la que han sido objeto.³ Entre estas acciones destacan (TEPJF; 9-10):

La regla de ajuste en la asignación de regidurías de representación proporcional solo debe aplicarse en beneficio de las mujeres. Una interpretación neutral puede llevar a reducir el número de mujeres en los órganos de gobierno lo que contravendría el efecto útil y la finalidad que se persigue con las acciones afirmativas.

La medida de la alternancia es un medio para lograr el acceso efectivo de las mujeres a los cargos de elección popular, de forma que, si esta medida tuvo una incidencia positiva en la integración del órgano legislativo, esa integración debe preservarse.

Todas las autoridades del Estado mexicano, incluido el Consejo General del INE tienen la obligación de garantizar la igualdad entre mujeres y hombres y, en consecuencia, deben establecer las acciones afirmativas que consideren necesarias para contrarrestar el contexto de desigualdad bajo el cual se pudiera desarrollar un determinado proceso de designación.

En la integración de autoridades electorales se debe garantizar el derecho de las mujeres al acceso a los cargos públicos, es un deber constitucional y convencional implementar acciones para garantizar la igualdad material.

Vemos cómo estas acciones afirmativas continúan siendo aplicadas hasta la fecha como se puede apreciar en la conformación del poder legislativo tanto federal como en el estado de Jalisco

Así, las cuotas de género son acciones afirmativas cuya finalidad es la de garantizar la efectiva integración de mujeres en cargos de elección popular y de toma de decisiones, así como en partidos políticos y en la estructura del estado.

Existen dos líneas de construcción para definir cuotas: a) garantizando de manera expresa un número de escaños o puestos de gabinete por ley reservados a mujeres; o b) definir un umbral mínimo de candidaturas a ser presentadas por los partidos, pero donde los electores tienen la posibilidad de elegir sin que necesariamente se produzca la garantía expresa de dicha presencia mínima marcada por la ley (Aguilar, 2019: 93)

³ Secretaría General de Acuerdos. Documento Técnico de trabajo. TEPJF. p. 9. <https://www.te.gob.mx/lineasjuris/media/pdf/b8bd2c01e7d57f6.pdf>

El sistema de cuotas implica que las mujeres deben constituir un número o porcentaje determinado de miembros de un órgano, ejemplo una lista de candidatos, una comisión dentro de un órgano de gobierno, etc.

Se conocen tres tipos de cuotas, las que son impuestas por vía constitucional; las legislativas que se plasman en las leyes secundarias y más específicamente en la ley electoral y; las que se aplican a las listas de partidos políticos, estas últimas

En México la legislación sobre cuotas de género y paridad ha tenido una serie de reformas sustanciales para lograr la progresividad en el acceso de las mujeres a cargos públicos y a ser propuestas para contender en igualdad de condiciones con los hombres. Pero este andar legislativo ha tenido diversas dificultades y obstáculos por sortear ya que desde el interior de los partidos políticos y de las propias comisiones que integran otros poderes se comportaban de forma omisa para no atender lo establecido en las leyes.

III. EL PROCESO ELECTORAL 2023-2024 Y LA PARTICIPACIÓN FEMENINA

De acuerdo al Instituto Nacional Electoral, en el proceso electoral concurrente se eligieron más de 20 mil cargos en los tres niveles federal, estatal y municipal. El periodo de registro para candidatos a Presidencia de la República concluyó el 7 de septiembre para Senadurías el 1° y para Diputaciones el 29 ambos de septiembre

El periodo de precampaña fue del 20 de noviembre de 2023 al 18 de enero de 2024, el periodo de intercampana fue del 19 de enero al 29 de febrero y formalmente las campañas se realizaron del 1 de marzo al 29 de mayo de 2024.

Este proceso electoral atendió más a los lineamientos establecidos en la reforma constitucional de 2019 en el que se incluyó la paridad como elemento indispensable para la designación de candidatos y para la organización interna de los partidos políticos, dicha reforma obligó a los partidos a garantizar la mitad de las candidaturas a las mujeres, además de que los partidos locales deben respetar el principio de alternancia de género con respecto a la última elección, esto es que en donde hubo hombres ostentando cargos ahora sean mujeres y viceversa, esto para garantizar la participación femenina.

Por primera vez se postulan a la Presidencia de la República dos mujeres Xóchitl Gálvez por la coalición Fuerza y Corazón por México y Claudia Sheinbaum por la coalición

Sigamos Haciendo Historia, ellas desde un inicio marcaron la diferencia con el candidato Jorge Álvarez Máynez mejor conocido por su segundo apellido abanderado del Partido Movimiento Ciudadano, pues la contienda prácticamente se dio entre ambas mujeres.

En el caso del Estado de Jalisco para la Gubernatura también se postularon dos mujeres Laura Haro por la coalición Fuerza y Corazón por Jalisco y Claudia Delgadillo por la coalición Sigamos Haciendo Historia y un hombre Pablo Lemus Valdez por el partido Movimiento Ciudadano, a diferencia del escenario federal en Jalisco la contienda prácticamente se centró entre Claudia Delgadillo y Pablo Lemus.

De acuerdo a los datos proporcionados por el Instituto Electoral y de Participación Ciudadana (IEPC) de los resultados obtenidos en los comicios del 2 de junio, la participación femenina en el Poder Legislativo local frente a la presencia masculina se observa en la siguiente tabla:

Tabla 1. Distribución de curules en razón de género para la LXVI Legislatura de Jalisco.

Género de diputaciones	MR	RP	Diversidad sexual	Pueblos Originarios	Residentes en extranjero	Candidaturas jóvenes	Personas con discapacidad	total
Mujeres	33	84	4	3	1	6	5	117
Hombres	27	73	4	7	7	4	3	100
Personas no binarias	0	0						

Fuente: IEPC. (2024).

Para las candidaturas a diputaciones quedaron registradas de la siguiente forma, por el principio de Mayoría Relativa 74 mujeres y 54 hombres, de los cuales para sumar un total de 128; por Representación Proporcional se registraron 84 mujeres y 73 hombres. (IEPC 29-30)

Con respecto a las candidaturas para presidente municipal en Jalisco se registraron 469 de las cuales podemos observar que la participación femenina en el proceso electoral fue alta cumpliendo con el principio de paridad, como se ve en la siguiente tabla:

Tabla 2. Candidatos/as registrados para el cargo de presidente municipal en Jalisco.

Género de candidatos	Total	Diversidad sexual	Pueblos Originarios	Candidaturas jóvenes	Personas con discapacidad
Mujeres	245	2	5	32	0
Hombres	223	0	5	8	0

Personas no binarias	1				
----------------------	---	--	--	--	--

Fuente: IEPC. (2024).

De la tabla se evidencia que el 52% de los registrados fueron mujeres, esto definitivamente representa un progreso en los derechos político-electorales de las mujeres en México.

IV. PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS EN LAS REDES SOCIALES Y EL NIVEL DE ACEPTACIÓN RESPECTO DE LAS CANDIDATAS A LA GUBERNATURA DEL ESTADO DE JALISCO.

Para conocer la percepción de la población usuaria de la redes sociales, así como el nivel de aceptación de ésta con respecto a las candidatas a la gubernatura del estado de Jalisco durante el proceso electoral 2023-2024, utilizamos la netnografía,⁴ la cual a decir del autor Turpo: pretende alzarse como medio y recurso del estudio antropológico sobre el acontecer cotidiano del ciberespacio, de modo que se asume como una ciencia que estudia las características y las prácticas habituales de un grupo social concreto. (2008:84) por esta razón es que el método netnográfico resulta ser el más indicado para lograr entender y estudiar, en caso concreto, el comportamiento de los usuarios de las redes sociales con relación a las campañas políticas de las candidatas y el candidato a la gubernatura del estado de Jalisco.

Así pues, el método netnográfico puede ser definido como un método cualitativo e interpretativo pensado de modo específico para investigar el comportamiento del consumidor en los entornos de las comunidades y culturas en uso en internet. (Turpo, 2008:85)

En el caso específico este trabajo muestra los resultados del seguimiento diario que se hizo durante el periodo de campaña, que abarcó del 1 de marzo al 29 de mayo de 2024, a los perfiles oficiales de las candidatas Laura Haro por la coalición *Fuerza y corazón por México* integrada por los partidos PRI, PAN y PRD; Claudia Delgadillo por la coalición *Seguimos haciendo historia* integrada por los partidos MORENA, PT y PV; y el candidato Pablo Lemus del Partido Movimiento Ciudadano, documentando la cantidad de seguidores

⁴ Es el estudio del comportamiento de los usuarios en internet para medir características como preferencias, likes, en sí comportamientos de los cibernautas en comunidades de internet.

que fueron acumulando en las redes sociales de *X*, *Twitter*, *Facebook*, *Instagram* y *Youtube*; también se registraron las publicaciones diarias en la red *X* y las reacciones que se expresaban en cada una de éstas; así mismo solamente de las dos candidatas dimos seguimiento a los comentarios expresados en cada una de sus publicaciones en esta última red social, identificando comentarios con violencia; no fue tomada ninguna otra red social ya que estas tienen la política de restringir acceso a los usuarios que profieran comentarios violentos, sexuales o de contenido grotesco.

Los resultados obtenidos del seguimiento respecto a preferencias se presentan por candidato en la siguiente tabla:

Tabla 3. Cantidad de seguidores acumulados por red social durante el periodo de campaña y porcentaje de crecimiento.

Laura Haro	Seguidores (1/marzo/24)	Seguidores (29/mayo/24)	Total de crecimiento	Porcentaje de crecimiento
Facebook	26,000	40,200	14,200	54.615%
Instagram	11,500	16,096	4,596	39.965%
Youtube	209	256	47	22.488%
X	19,305	21,539	2,234	11.572%
Tik tok	1,960	2,566	606	31.918%
Claudia Delgadillo				
Facebook	90,000	108,100	18,100	20.111%
Instagram	18,000	23,795	5,795	32.194%
Youtube	41	1,260	1,219	2,973.17%
X	18,979	21,290	2,311	12.176%
Tik tok	4,228	12,900	8,672	205.108%
Pablo Lemus				
Facebook	278,200	297,400	19,200	6.90%
Instagram	88,700	126,806	38,106	42.96%

Youtube	4,460	5,820	1,360	30.49%
X	182,590	192,444	9,854	5.396%
Tik tok	52,700	102,600	49,900	94.68%

Fuente: Elaboración propia.

De la tabla se observa que el que tuvo un mayor crecimiento en redes fue el candidato Pablo Lemus, aunque el porcentaje de crecimiento se vea bajo éste representa una mayor cantidad de seguidores o adeptos ya que el cálculo de crecimiento se realiza tomando como base la cantidad inicial en cada red social, en seguida se posiciona Claudia Delgadillo y finalmente Laura Haro con muy pocos seguidores.

Otro factor que podemos evidenciar es que los tres tuvieron más actividad en *Facebook* seguido de X para Laura Haro y Pablo Lemus; y de *Instagram* para Claudia Delgadillo. Lo que también se observó es que en todas las redes publicaban el mismo contenido.

V. RESULTADOS DE LA REVISIÓN DE COMENTARIOS EN LA RED SOCIAL “X” RESPECTO A LA PERCEPCIÓN MACHISTA HACIA LAS CANDIDATAS Y EL NIVEL DE ACEPTACIÓN.

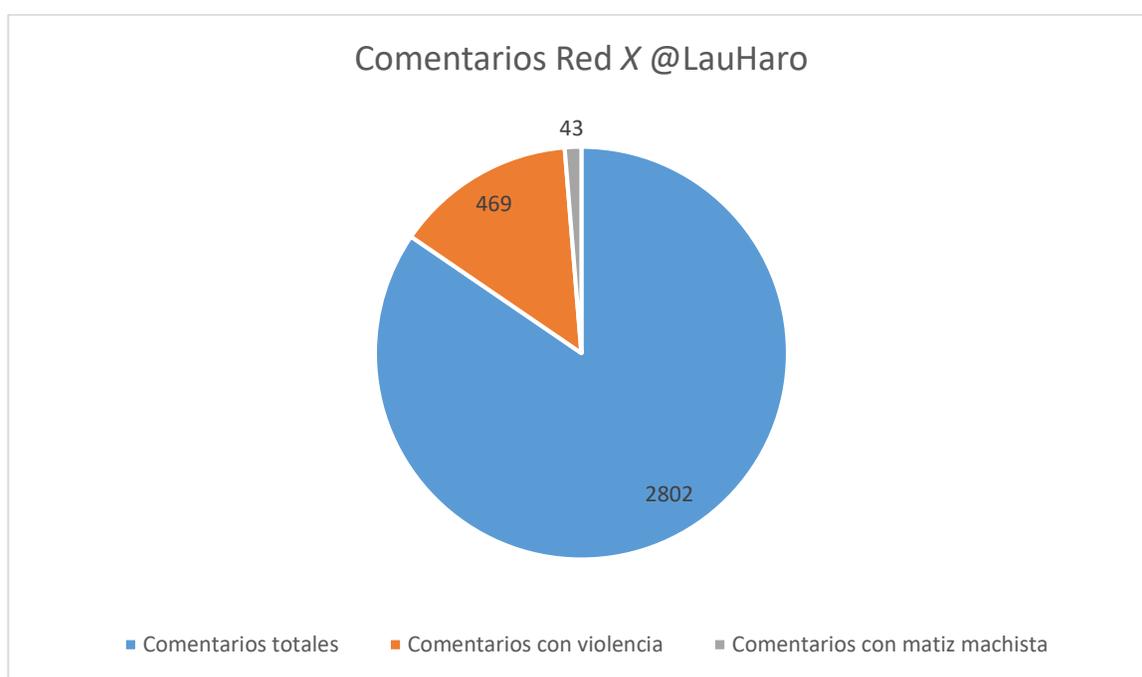
Siguiendo el método netnográfico, se muestran ahora los resultados obtenidos de la captura de los comentarios que día a día se fueron revisando respecto a las publicaciones posteadas por las Candidatas a la gubernatura del Estado, comenzamos con Laura Haro que fue postulada por la coalición Fuerza y Corazón por México, es importante especificar este dato porque no hubo un solo día en el que no se leyera algún comentario denostativo alusivo a la coalición, no bajo el nombre de ésta, pero si bajo la unión de los partidos que la integra.

Del seguimiento se desprende que la candidata sumo un total de 2,802 comentarios entre todas las publicaciones que realizó en la red social de estos 469 fueron comentarios con violencia y 43 contienen comentarios machistas estos últimos fueron identificados con mayor presencia a partir del 6 de mayo, posterior a la celebración del tercer debate en el que el candidato Pablo Lemus se refirió a ambas candidatas al contestarle a la candidata Laura Haro “Laura te agradezco este comentario, sabía que Alito te había pedido ese favor porque las dos son hijas de Alito y son hijas del PRI”; a partir de ese momento los comentarios

comenzaron a hacerse presentes con ironía y sarcasmo, se cita un comentario: “q buena onda que tu papá @alitomorenoc te enseñó a defenderte de esa horrible violencia patriarcal”⁵ y también le publican varios comentarios con códigos que los usuarios emplean en la red social para referir expresiones sexuales tales como *sex in profile*, *link in bio*, *nude in bio*, *sex in bio*, *mi nudes in profile*”⁶

En la siguiente gráfica se aprecia el universo de comentarios recibidos, los comentarios con violencia y aquellos con percepción machista.

Gráfica 1. Comentarios recibidos en la Red social X, Laura Haro.



Elaboración propia.

La candidata Claudia Delgadillo fue postulada por la coalición Sigamos Haciendo Historia, al igual que con Laura Haro, no hubo un solo día en el que no se leyeran varios comentarios

⁵ Comentario a Publicación del 7 de mayo de 2024, link: <https://x.com/LauHaro/status/1788014515067486360>

⁶ Se proporcionan los datos de cinco publicaciones en las que se pueden apreciar dichos comentarios:

Publicación del 13 de abril <https://x.com/LauHaro/status/1779273375912706516>

Publicación del 17 de abril <https://x.com/LauHaro/status/1780707748205998208>

Publicación del 19 de abril <https://x.com/LauHaro/status/1781451229954011161>

Publicación del 23 de mayo <https://x.com/LauHaro/status/1793734029847757250>

Publicación del 25 de mayo <https://x.com/LauHaro/status/1794428388788355307>

desacreditando tanto a la candidata como al partido principal de la coalición que es MORENA.

Del seguimiento se desprende que la candidata sumo un total de 20,273 comentarios entre todas las publicaciones que realizó en la red social de estos prácticamente el diez por ciento fueron comentarios con violencia y de ese porcentaje casi la mitad se refirieron a calificativos a su persona por haberse cambiado de partido, incluso le generaron el famoso video “la cumbia de Claudia Delgadillo” en la que recopilan escenas de ella dando discursos como representante del PRI, dando entrevistas como militante de dicho partido, se le ve en un salón de eventos bailando con Enrique Peña Nieto entre otras más el video tiene una duración de 1:01 minutos.⁷ Cabe mencionar que dicho video es muy reiterado en los comentarios de sus publicaciones y va seguido de comentarios alusivos a una relación entre ella y Peña con un calificativo denostativo para ella.

En el resto de los comentarios con violencia le cuestionan su fortuna, el uso de ropa de marca, su participación en el fraude de AJP, su inasistencia al congreso cuando era Diputada, y una serie de imágenes y palabras que sugieren a un animal rastrero que vive en cloacas.⁸ Y también contienen comentarios machistas estos los cuales no se transcriben por tratarse de un documento académico pero se pueden consultar dichas expresiones.⁹

En la siguiente gráfica se aprecia el universo de comentarios recibidos, los comentarios con violencia y aquellos con percepción machista.

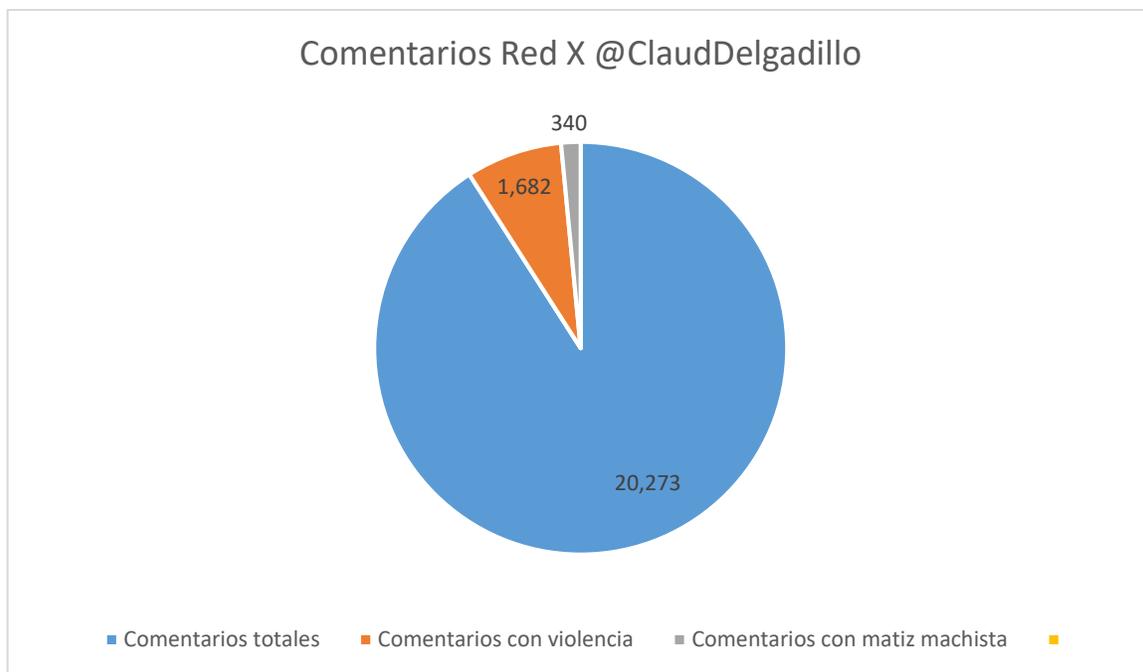
Gráfica 2. Comentarios recibidos en la Red social X, Claudia Delgadillo

⁷ <https://x.com/sergioperezv/status/1773070042277490837>

⁸ La catalogan como corrupta, ratera, gata, narcocandidata, ignorante y en muchas ocasiones le mandan una imagen de una rata con su cara o de varios de estos animales juntos con la cara de los candidatos de MORENA y del presidente.

⁹ Publicación del 6 de marzo “Ya te lo vas a coger también igual que al dr lomeli” <https://x.com/VictorC00315271/status/1765496994049474825> este es un claro ejemplo de las expresiones más leves, se comparte el link de publicaciones más fuertes: Publicación del 3 de abril: <https://twitter.com/ClaudDelgadillo/status/1775657205850591336>

Publicación del 5 de mayo: <https://x.com/ClaudDelgadillo/status/1787215684910432304>



Elaboración propia.

Vemos entonces que si existe una influencia machista en la forma de percibir a las candidatas y se ve reflejada en los comentarios expresados a éstas, además vemos que muchos de los comentarios fueron ataques no directos para las candidatas sino para las candidatas a la presidencia de la república de sus respectivas coaliciones.

VI. CONCLUSIONES.

El machismo ha sido, es y no sabemos cuánto tiempo más seguirá siendo un obstáculo para lograr la igualdad entre hombres y mujeres porque es complicado cambiar un constructo social anquilosado en las familias mexicanas, sin embargo no es imposible, tomará tiempo pero poco a poco con las acciones afirmativas que se han implementado y con los resultados que se van generando en cada proceso hemos de comenzar a construir una nueva cultura cívica de iguales en los procesos electorales.

De la revisión de la plataforma X que sabemos no pone restricciones a los comentarios y contenidos de las publicaciones, vemos que los usuarios bien lo utilizan como un foro para atacar y destruir personas como también lo utilizan para reconocer y aplaudir el trabajo o esfuerzo de otras, sea cual fuere el fin con el que lo usan queda claro que se trata de un medio

de comunicación y representa una plataforma para los candidatos que decidan utilizarla como herramienta de campaña.

De la candidata Laura Haro podemos afirmar que no tuvo mucha fuerza de campaña en redes sociales, estando en el mismo escaño de publicidad que sus contrincantes fue la que tuvo menor cantidad de seguidores y muy baja participación por la cibercomunidad, a pesar de haber publicado día a día lo que hacía; fueron prácticamente tres meses de campaña y no llegó a los tres mil comentarios y en cuanto a preferencias en las diversas redes donde cerró con la mayor cantidad de seguidores 14,200, fue en *Facebook*, y en las que menos tuvo fue en *Youtube* con 47 suscriptores y en *Tiktok* con 606 seguidores, además en las diversas encuestas que se realizaron durante el proceso electoral ella siempre estuvo en último lugar por una diferencia abismal frente a los otros candidatos.

Siguiendo con Laura Haro prácticamente los comentarios sexuales que le publicaron provienen de cuentas con nombre masculino, y de los comentarios con otro tipo de violencia se identifican cuentas no binarias por lo que no se puede saber si es hombre o mujer quien lo escribió.

De la candidata Claudia Delgadillo podemos concluir que en ella si le afecto la percepción machista de los usuarios pues tanto hombres como mujeres le cuestionaron sobre su supuesta relación con el ex Gobernador Aristóteles y con el ex Presidente Enrique Peña, haciéndole mención que esa era una razón para no votar por ella; aunado a ello hubo comentarios cuestionando su forma de llegar a los puestos públicos que ha ejercido durante su carrera política y la procedencia del patrimonio que ha acumulado, también mencionando su rechazo a aceptarla como Gobernadora del Estado. Lamentablemente es a ella a la que le profieren los comentarios más denigrantes de ambas candidatas.

Al hablar de aceptación de las candidatas consideramos necesario incluir los datos del candidato Pablo Lemus para tomar un referente real sobre la percepción de los usuarios de las redes sociales respecto a los contendientes, de la comparativa que se realizó podemos concluir que fue el candidato el que tuvo mayor aceptación para ser electo Gobernador y la candidata Claudia Delgadillo se posicionó en el segundo lugar, cabe mencionar que en el caso de Lemus el en todas las redes ya traía un acumulado de seguidores desde los procesos electorales pasados en donde se postuló para la presidencia de Zapopan y posteriormente a

la de Guadalajara, en otras palabras es una persona que cuidó cubrir todos los espacios que le sirvieran para posicionarse en conocimiento de la sociedad.

VII. FUENTES DE INFORMACIÓN.

- Aguilar Pérez, J. (2019). Orden de género y representación política: Un estudio sobre cuotas de género y paridad política en México. *IEEG*. Guanajuato, Gto.
- Demoscopia digital. Preferencias electorales Jalisco Elección Gobernador (a) 2024. Disponible en: <https://demoscopiadigital.com/jalisco-2024/> [consultado 05-09-2024]
- Espinosa, A. (2024). “Las mujeres rumbo al 2024”. *Cámara periodismo Legislativo*. 5 de Marzo.
- IEPC. (2024). “Participación Política Electoral de las Mujeres y grupos en situación de vulnerabilidad en Jalisco.” *Igualdad de Género y No Discriminación*. Disponible en: <https://www.iepcjalisco.org.mx/igualdaddegenero/inclusion-y-estadisticas/> [consultado 07-09-2024]
- IEPC. (2024) 2 de Junio Tu elección en Jalisco Numeralia electoral. Disponible en: <https://www.iepcjalisco.org.mx/proceso-electoral-2024/wp-content/uploads/2024/05/Numeralia.pdf> [consultado 2-09-2024]
- Integralia consultores. (2024). Primer reporte de violencia política, Mapa de riesgos de intervención del crimen en las elecciones locales, 2024. Febrero. Disponible en: <https://integralia.com.mx/web/wp-content/uploads/2024/02/Primer-reporte-de-violencia-politica-de-Integralia-2024.pdf> [consultado 07-09-2024]
- Machillot, D. Machos y machistas. Historia de los estereotipos mexicanos. (2013) México. Paidós
- Rodríguez, E. y Pérez, S. 2022. “El rol de las redes sociales digitales en las campañas político-electorales de 2021 para municipales en el área metropolitana de Guadalajara”. En Castellanos, E., Mendoza, F. y Villanueva, H. *Análisis y cuestiones fundamentales del proceso electoral local 2020-2021. Una perspectiva interinstitucional*. Tirant lo Blanch. Pp. 187-211.
- Rodríguez, A., Marín, L. y Leonel, M. (1993) “El machismo en el imaginario social”. *Revista Latinoamericana de Psicología*. VI. 25. Núm. 2. Universidad Nacional de San Luis Argentina. Pp. 275-284. recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/805/80525209.pdf> [consultado 5-09-2024]
- Secretaría General de Acuerdos. Documento Técnico de trabajo. TEPJF. p. 9. <https://www.te.gob.mx/lineasjuris/media/pdf/b8bd2c01e7d57f6.pdf>
- Uresti, K., Orozco, L., Ybarra, J. y Espinosa, M. (2017). “Percepción del machismo, rasgos de expresividad y estrategias de afrontamiento al estrés en hombres adultos del noreste de México”. *Acta Universitaria Multidisciplinary Scientific Journal*. 27(4). Pp. 59-68. Disponible en: <https://www.actauniversitaria.ugto.mx/index.php/acta/article/view/1273/pdf> [consultado 11-09-2024]
- Washington, O. 2008. La netnografía: un método de investigación en Internet. *Educación*. (42) Pp. 81-93. Disponible en: <http://raco.cat/index.php/Educación/article/view/142550>.

