

Imagen social de las candidatas a la presidencia de México 2024. Percepción de los estudiantes

Alejandra Marín Alcalá, Berenice Juárez López, Grace Aileen Ruiz Santoyo, María Guadalupe Barrera García

Resumen

La situación económica del país, a principios de año, trajo consigo temas relevantes como las elecciones presidenciales y el papel de las mujeres en este proceso. Se observa, por un lado, el evidente cambio de política económica para las votaciones del 2024, así como la construcción de una nueva gobernabilidad. Por otro lado, el cambio en la percepción del votante y la tendencia del comportamiento relacionada con el uso de redes sociales. En este sentido, la percepción de los votantes se ha transformado a partir de la pandemia, debido a la alta exposición al uso de internet y la influencia de diversas redes sociales en sus hábitos de consumo. Por lo anterior, el objetivo de la presente investigación es analizar la percepción de las jóvenes universitarias de la Zona Metropolitana de La Laguna (ZML), respecto a las mujeres como candidatas a la Presidencia de la República. La metodología se realizó mediante el diseño y aplicación de un cuestionario a una muestra representativa de las universitarias, para continuar con la interpretación de la información a través de estadísticos descriptivos. Finalmente, se concluye que el perfil de la candidata ideal pareciera irreal y difícil de cumplir, sin embargo, las mujeres encuestadas sí estarían dispuestas a votar por una candidata a la Presidencia de la República.

Palabras clave:

percepción; votantes; mujeres; candidatas; universitarias.

Marín Alcalá, A., Juárez López, B., Ruiz Santoyo, G. A., y Barrera García, M. G. (2025). Imagen social de las candidatas a la presidencia de México 2024. Percepción de los estudiantes. En I. Ortiz Medina, R. Compeán González, R., y M. F. Reyes Delgado (Coords.). *El papel de la mujer en el ámbito político, laboral y económico. Una balanza desequilibrada*. (pp. 18-36). Religación Press. <http://doi.org/10.46652/religacionpress.183.c416>



Introducción

La situación actual de México busca entender cómo las percepciones de género influyen en la aceptabilidad y el apoyo hacia las mujeres en roles de liderazgo político, específicamente, en la aspiración a la Presidencia de la República. Este enfoque no sólo es relevante para avanzar hacia una mayor igualdad de género en el ámbito político, sino también para comprender cómo las percepciones y actitudes juveniles pueden ser indicativas de cambios sociopolíticos futuros en México (García y Riquelme, 2017).

El contexto sociopolítico y económico actual, marcado por la proximidad de las elecciones presidenciales de junio de 2024, presenta una oportunidad crucial para examinar el papel determinante que las mujeres podrían jugar, tanto como votantes como potenciales candidatas en este proceso. En un país que ha sido testigo de significativos cambios en su panorama político y económico, dichas elecciones no solo se perfilan como un evento crucial por el cambio de política económica anticipado, sino también como un momento potencialmente transformador en términos de gobernabilidad y representación de género (Mansbridge, 1999).

En este sentido, el presente estudio se enfoca en explorar cómo las jóvenes universitarias, que habitan en la ZML¹ perciben la participación de las mujeres en la política, específicamente, en el contexto de las candidaturas presidenciales. Cabe mencionar que esta región, caracterizada por su pujante dinamismo económico y social (IMPLAN, 2024), ofrece un escenario único para entender las complejidades del cambio de percepción de los votantes en México, en un momento en que el país se encuentra en la encrucijada de importantes decisiones políticas.

El interés por analizar la percepción de las jóvenes universitarias hacia las mujeres como candidatas a la Presidencia de la República, se sustenta en la observación de dos tendencias clave que han emergido en los últimos años. Primero, la transformación en la percepción del votante, acelerada por la pandemia de COVID-19, la cual ha incrementado la exposición de la población al uso de internet y de las redes sociales, modificando no solo sus hábitos de consumo de información, sino también sus expectativas y criterios políticos (Buceta, 2021). Segundo, el reconocimiento de la importancia de la representación de género en la política como un factor crítico, para la construcción de una nueva gobernabilidad que refleje de manera más equitativa la composición de la sociedad mexicana (García y Riquelme, 2017).

¹ La Zona Metropolitana de La Laguna (ZML) abarca los territorios de cuatro municipios en dos estados de la república mexicana: Torreón y Matamoros en Coahuila; Gómez Palacio y Lerdo en Durango. Esta zona se ha conurbado paulatinamente y complementa múltiples funciones y actividades en aspectos económicos, ambientales, sociales y culturales (IMPLAN, 2024).

Dada la relevancia de estos temas, el objetivo de este estudio es analizar la percepción de las estudiantes universitarias respecto a las candidatas a la Presidencia de México. A través de la interpretación de la información recabada mediante estadísticos descriptivos, se busca profundizar en el entendimiento del perfil de la candidata ideal desde la perspectiva de las votantes jóvenes universitarias y evaluar la viabilidad de dicho perfil en el contexto político actual.

Este estudio no sólo busca aportar a la comprensión de la dinámica electoral en México desde una perspectiva de género, sino también contribuir al debate más amplio sobre la igualdad de género en la política, explorando las barreras y facilitadores, para la participación política de las mujeres en uno de los niveles más altos de decisión del país. Así, se inscribe en un esfuerzo por visibilizar y comprender las expectativas y retos que enfrentan las mujeres en la arena política, en un momento histórico en el que su participación es crucial.

En resumen, ante la situación actual en nuestra nación, se pretende examinar de qué manera las opiniones sobre el género afectan la aprobación y respaldo hacia las mujeres que buscan liderar en la política, en particular en la carrera hacia la Presidencia. Este estudio se centra en las jóvenes universitarias de la ZML, con el objetivo de avanzar hacia una mayor equidad de género en la política y entender cómo las visiones y opiniones pueden predecir cambios sociopolíticos futuros en México.

Revisión de literatura

En este siglo, la incursión de las mujeres en el mercado laboral ha generado efectos positivos en sus vidas, mejorando su estatus social al permitirles decidir sobre sus roles productivos. Sin embargo, este mismo mercado ha presentado obstáculos significativos para el avance de las mujeres, limitando su acceso a posiciones directivas, estratégicas o de decisión, en un fenómeno conocido como el “techo de cristal”.

Este fenómeno ha sido abordado desde su conceptualización, así como desde la teoría que lo respalda, su aplicación empírica y las políticas públicas relacionadas, con el objetivo de comprender las dinámicas de la discriminación laboral por género en algunos países de Iberoamérica. Diversas investigaciones sugieren que la discriminación ocupacional y salarial hacia las mujeres, que perpetúa la segregación, está impulsada por prejuicios sociales derivados de la división sexual del trabajo. Esto indica que no son el nivel educativo ni la experiencia laboral los factores que causan el estancamiento profesional de las mujeres, sino que los mercados están operando sin equidad (Sandoval, 2002).

Históricamente, las relaciones entre hombres y mujeres han sido desequilibradas, debido a la subordinación de lo femenino y la predominancia de lo masculino, determinada por una construcción social arbitraria de lo biológico que promueve la división sexual del trabajo (Sandoval, 2002). Es fundamental distinguir entre sexo, una condición biológica y género, una construcción sociocultural que asigna roles y comportamientos a hombres y mujeres. El género se convierte en un criterio básico de la organización social, creando una jerarquía de poderes donde los valores masculinos son más valorados y recompensados, fomentando el androcentrismo (González, 2013).

En este contexto, surge una división entre la esfera pública, asociada a lo masculino y al rol productivo y la esfera privada, vinculada a lo femenino y al rol reproductivo (Sánchez, 1986). Esta división sexual del trabajo ha limitado históricamente el acceso y la permanencia de las mujeres en el mercado laboral en condiciones de equidad (Abasolo, 2004). Aunque las mujeres han incrementado su participación laboral gracias a mayores niveles educativos, todavía enfrentan desigualdades al tener que desempeñar roles productivos y reproductivos, lo que restringe su inserción en el mercado laboral remunerado (Barberá et al., 2011).

Para las mujeres el trabajo no sólo representa la generación de intercambio, sino que se convierte en un ejercicio de empoderamiento femenino, pues ellas generan un mayor control sobre aspectos clave de sus vidas, cuestionando su condición de subordinación en la sociedad. De esta manera, las mujeres renegocian las relaciones para participar y ejercer su papel en distintas esferas públicas y privadas, lo que se traduce en la posibilidad de reestructurar las sociedades con una distribución más justa y democrática del poder (Haber, 2012).

En este sentido, es relevante analizar la discriminación laboral como una consecuencia de la división sexual del trabajo y las respectivas posiciones sociales de hombres y mujeres en las estructuras organizacionales (Barberá et al., 2002). Aunque hombres y mujeres puedan tener las mismas competencias, las mujeres a menudo enfrentan peores oportunidades de empleo y condiciones laborales, similar a otras poblaciones discriminadas por raza, religión, o preferencia sexual (Guataquí et al., 2000).

Esta discriminación refuerza la dominancia masculina en el mercado laboral y genera segregación por género, con las mujeres concentradas en ocupaciones más inestables, peor remuneradas y menos reconocidas (Barberá et al., 2011). La feminización y masculinización de las ocupaciones perpetúa la idea de que aquellas con mayor participación femenina son menos valoradas, lo que afecta negativamente los salarios y las trayectorias laborales de las mujeres (Barberá et al., 2002).

Teoría feminista

La teoría feminista, edificada en la búsqueda de oportunidades igualitarias para las mujeres en los ámbitos social, económico, político y cultural, visualiza al género como un todo y se discute la discriminación no sólo hacia las mujeres, sino hacia las personas que el patriarcado ha oprimido, lo que incluye a las diferentes identidades de género (Richards, 2014). El cambio social que se presenta exige que las estructuras antes impuestas bajo ciertos valores sociales se modifiquen, ya no sólo con la intención de otorgarles a las mujeres el reconocimiento que merecen, sino de desaparecer los estereotipos arraigados por el patriarcado que afectan a todos los individuos y dificultan la inclusión de la comunidad LGBTI+² (Humanes, 2022).

La perspectiva de género surge con la finalidad de reconocer y abordar las desigualdades ocasionadas por el patriarcado en todos los ámbitos de la sociedad, incluyendo el laboral (Stimulus, 2022). Por lo que es importante, identificar y actuar para disminuir las desigualdades de género en el ambiente de trabajo, buscar la igualdad de oportunidades laborales y eliminar las barreras que dificultan la participación equitativa.

El concepto del “techo de cristal” fue introducido en 1987 por Ann Morrison, Ellen Van Velsor y Randall White, donde se describe cómo las mujeres enfrentan obstáculos invisibles en su ascenso a posiciones jerárquicamente superiores dentro de las organizaciones (Ardanche y Celiberti, 2011). Esta metáfora ha sido utilizada para describir la segregación vertical que impide a las mujeres alcanzar niveles de mayor cualificación y responsabilidad, a pesar de su capacidad personal y profesional (García, 2006).

Este fenómeno no sólo limita la movilidad ascendente de las mujeres, sino que también afecta negativamente sus salarios (Bucheli y Sanromán, 2005). Las barreras invisibles persisten porque los criterios o situaciones que las generan parecen neutros, colocando a las mujeres en desventaja sin justificación objetiva basada en el desempeño (Barberá et al., 2011; Bustos, 2002).

Candidatas presidenciales

En el continente americano, varias mujeres han ocupado puestos de alta jerarquía, destacándose como presidentas en sus respectivos países. Entre ellas se encuentran Michelle Bachelet (2006-2010 y 2014-2018) de Chile, Laura Chinchilla (2010-2014) de Costa Rica

2 La población Lésbico, Gay, Bisexual, Transexual, Intersexual y más (LGBTI+), entendida como la diversidad sexual y de género, se refiere a todas las posibilidades que tienen las personas para expresar y vivir su sexualidad, sus preferencias u orientaciones e identidades sexuales y de género (INEGI, 2024).

y Dilma Rousseff (2011-2016) de Brasil. Además, otras mujeres que han sido candidatas presidenciales, previamente, desempeñaron el rol de primeras damas, como Janet Jagan (1997), en Guyana, Mireya Moscoso (1999), en Panamá, Cristina Fernández (2007 y 2011), en Argentina, Nora Gúnera (1997) y Xiomara Castro (2013) en Honduras, Keiko Fujimori (2011 y 2016), en Perú, Hillary Clinton (2016), en Estados Unidos, Margarita Zavala (2018), en México, y las guatemaltecas Patricia de Arzú (2011) y Sandra Torres (2015 y 2019).

En el caso de México, Margarita Zavala Gómez del Campo se destacó como diputada nacional por el Partido Acción Nacional de 2003 a 2006 y posteriormente dirigió el Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF), cargo que ocupó como primera dama durante la presidencia de Felipe Calderón (2006-2012), un periodo marcado por la declaración de la guerra contra el narcotráfico. Zavala se postuló a la presidencia de México como candidata independiente en marzo de 2018, retirándose de la contienda el 17 de mayo, semanas antes de las elecciones ganadas por Andrés Manuel López Obrador.

Actualmente, México vivió un momento histórico con dos candidatas a la presidencia de la República: Claudia Sheinbaum Pardo, por parte del partido Morena, y Xóchitl Gálvez Ruiz, por parte del partido de oposición. Cabe mencionar que la literatura sugiere que la participación de mujeres políticas en campañas electorales incrementa la cobertura mediática centrada en sus rasgos de personalidad (Heldman et al., 2005; Dunaway et al., 2013).

Percepción de las votantes

VanHorn (2010), señala que los candidatos muestran sus credenciales humanas a través de sustitutos como su esposa o hijos, con el fin de no ser él mismo quien se encargue de evidenciarse en esta área, mientras que las candidatas son abordadas en los medios desde ellas mismas y sin ayuda de sustitutos de una manera más individualizada, sensacionalista y trivializada (Trimble et al., 2013).

La personalidad política produce una ventaja de los candidatos sobre las candidatas, ya que las características masculinas parecen ser las más adecuadas al perfil de un político ejemplar (Aalberg y Jenssen, 2007). Ante esto, se ha encontrado una tendencia de las mujeres políticas a ocultar su personalidad femenina para revelarse como competitivas en una contienda electoral (Kittilson y Fridkin, 2008; Meeks, 2013).

La cuestión de la representación de género en la política ha sido ampliamente discutida en la literatura académica, con un enfoque particular en la subrepresentación de las mujeres en roles de liderazgo. Diversos estudios han demostrado que las percepciones

de género influyen significativamente en la aceptabilidad y apoyo hacia las mujeres en roles políticos.

En el contexto de las elecciones presidenciales, la literatura ha señalado que los estereotipos de género pueden afectar negativamente la percepción de las mujeres candidatas. Kittilson y Schwindt-Bayer (2012), argumentan que, a pesar de los avances en la igualdad de género, las mujeres todavía enfrentan prejuicios significativos cuando compiten por altos cargos políticos, debido a las persistentes creencias sobre el papel de género tradicional que asocian el liderazgo político con características consideradas masculinas, como la agresividad y asertividad.

La transformación en la percepción del votante, acelerada por la pandemia de COVID-19, también ha sido objeto de estudio. La investigación de Bode y Vraga (2018), muestra que el aumento del uso de internet y redes sociales ha cambiado radicalmente la manera en que los votantes consumen información política, lo cual puede influir en sus actitudes hacia las mujeres en la política. Este cambio ha proporcionado una plataforma para que las mujeres políticas se conecten directamente con los votantes, desafiando los estereotipos tradicionales y presentándose como líderes competentes y accesibles.

En cuanto a la juventud y sus percepciones políticas, la literatura destaca que los jóvenes suelen ser más abiertos a la igualdad de género y más receptivos a las mujeres en roles de liderazgo. Un estudio de Sanbonmatsu (2003), revela que las nuevas generaciones tienden a mostrar menos prejuicios de género, lo que sugiere un cambio positivo en la aceptación de las mujeres en la política a medida que esta cohorte envejece y se convierte en una parte más significativa del electorado.

La importancia de la representación de género también se ha discutido en términos de sus beneficios para la gobernabilidad. Mansbridge (1999), sostiene que la presencia de mujeres en posiciones de poder no solo mejora la equidad representativa, sino que también puede llevar a una mejor calidad de la democracia, ya que las mujeres tienden a priorizar políticas relacionadas con el bienestar social y la justicia de género. Esto es particularmente relevante en el contexto de México, donde las cuestiones de género y la igualdad siguen siendo temas críticos en el desarrollo político y social del país.

En el ámbito específico de la ZML, la dinámica económica y social de la región ofrece un terreno fértil para estudiar estas cuestiones. Investigaciones previas han demostrado que las áreas con un alto desarrollo económico tienden a mostrar una mayor aceptación de la diversidad en la política. Esto se alinea con los hallazgos de Inglehart y Norris (2003), quienes señalan que el desarrollo socioeconómico está asociado con actitudes más progresistas hacia el género.

En resumen, la literatura existente subraya la influencia de las percepciones de género en la política y cómo estas están siendo transformadas por cambios socioeconómicos y tecnológicos. Al enfocar el estudio en las jóvenes universitarias de la ZML, se espera contribuir a esta discusión proporcionando una visión actualizada y contextualizada sobre cómo estas percepciones pueden influir en la futura dinámica política de México.

Metodología

El presente capítulo emplea una metodología exploratoria, con el objetivo de obtener una comprensión preliminar sobre la percepción de las estudiantes universitarias respecto a las candidatas a la Presidencia de México. La investigación se centró en las jóvenes de la ZML, quienes constituyen el sujeto de estudio. Para la recopilación de la información, se utilizó un cuestionario diseñado específicamente para captar las opiniones y actitudes de las participantes. Dicho cuestionario fue administrado a una muestra representativa de estudiantes universitarias de diversas instituciones de educación superior de la región.

Tabla 1. Ficha Técnica de Investigación

Cuestionario	Diseño de instrumento, administrado en línea por <i>Google Forms</i> ®.
Universo	Mujeres de 18 a 25 años, residentes en la ZML.
Procedimiento de muestreo	Muestreo probabilístico aleatorio simple.
Observaciones	165 cuestionarios válidos.
Periodo de trabajo de campo	Abril 2024.
Procesamiento de la información	SPSS Statistics 23.

Fuente: elaboración propia.

La muestra que se aplicó para probar la bondad del instrumento se generó a partir de una prueba piloto realizada en la ZML, de los estados de Coahuila y Durango, durante el mes de abril de 2024. Se empleó una muestra no probabilística con un total de 165 personas seleccionadas al azar. Lo anterior, se debe a que el interés en esta fase del estudio consiste en la validación del instrumento, por lo que, no se requiere de un muestreo probabilístico, es decir, únicamente se limita a mostrar la bondad de los ítems para medir el modelo propuesto (Delice et al., 2019).

En la siguiente sección se describen los resultados obtenidos del análisis de los datos recopilados. Se presentan los estadísticos descriptivos que ayudan a entender las tendencias

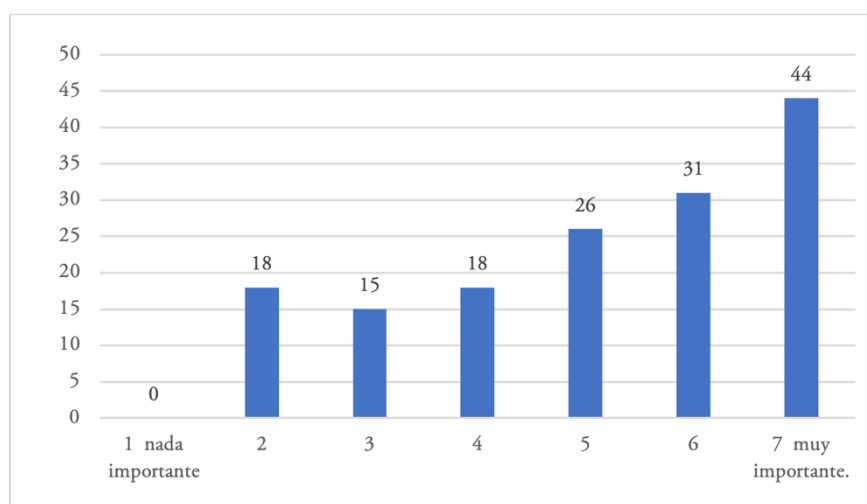
y patrones emergentes de las respuestas de las participantes. Así mismo, se presenta cómo estos hallazgos contribuyen a la comprensión de la percepción de las estudiantes universitarias sobre las candidatas a la Presidencia.

Resultados

Como primera etapa del análisis de datos obtenidos, se realizó la interpretación de los estadísticos descriptivos, con la finalidad de conocer la tendencia en las respuestas de cada una de las preguntas planteadas en el instrumento. Así mismo, se analizaron los estadísticos relacionados con el perfil del encuestado, este análisis permitió validar que cada uno de los encuestados fueran parte del sujeto de estudio delimitado con anterioridad. La realización de este análisis descriptivo permitió conocer la frecuencia que marcó cada respuesta de cada una de las preguntas y, de esta manera, conocer la tendencia de respuesta del sujeto de estudio.

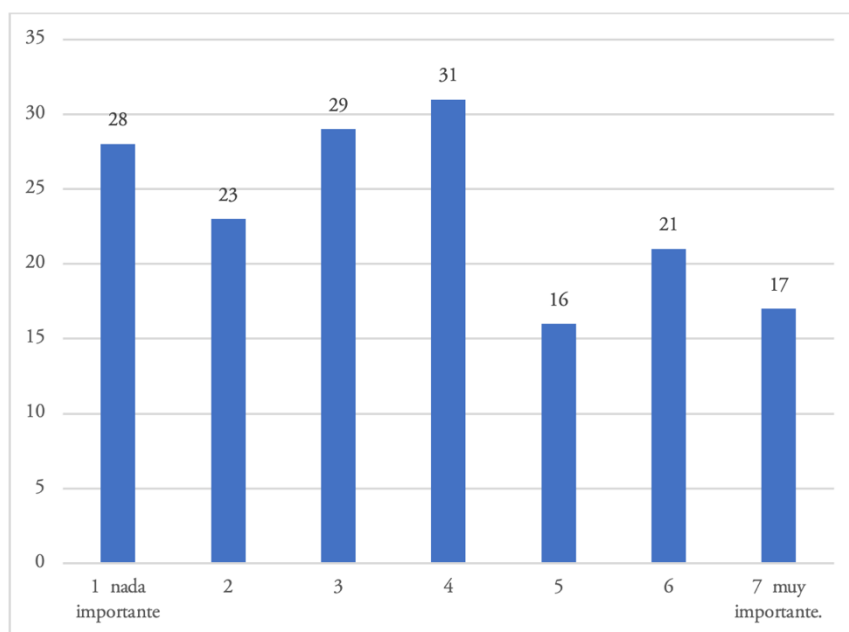
A continuación, se presentan graficas de las respuestas obtenidas de las encuestas aplicadas, con el objetivo de conocer la opinión sobre la candidata ideal a la Presidencia de la República Mexicana.

Figura 1. Forma de vestir. ¿Considera importante la forma de vestir de un candidato durante su campaña?



Fuente: elaboración propia.

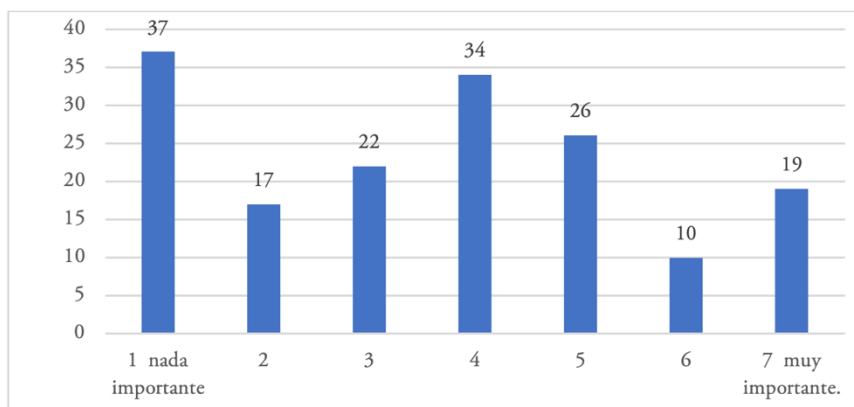
Figura 2. Aspecto físico. ¿Qué tan importante es para usted el aspecto físico de un candidato?



Fuente: elaboración propia.

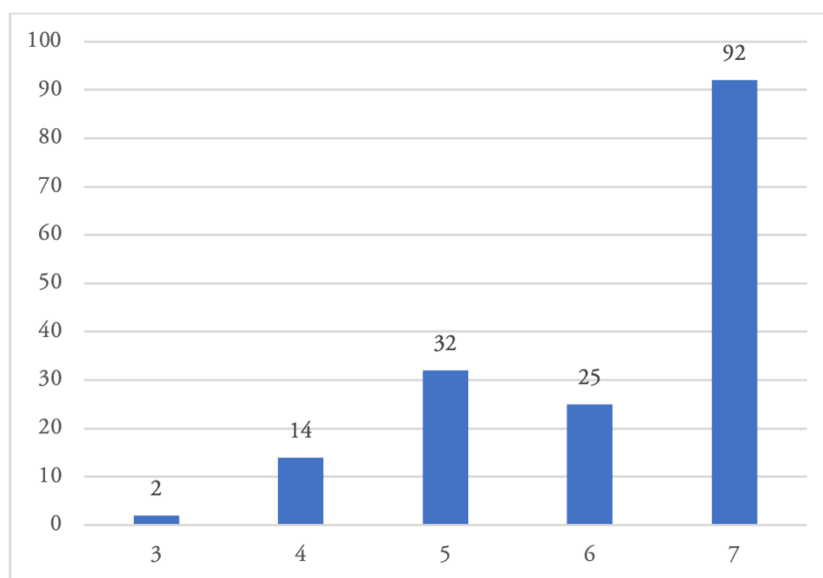
Para determinar el perfil de la candidata ideal se realizaron una serie de preguntas, en una de ellas se le pidió que evaluaran qué tan importante es la forma de vestir de una candidata, donde 44 participantes confirman que es muy importante, sin embargo, el 28 encuestadas señalan que el aspecto físico no es un factor importante en un candidato. De igual forma, se le pidió al encuestado que evaluara las posibles formas en que una candidata puede vestirse, donde se obtuvo que la vestimenta más votada fue traje y vestido formal, seguido por falda, camisa y saco (formal) y, el menos relevante, sombrero, botas y mezclilla (casual).

Figura 3. Nivel socioeconómico. ¿Es importante el nivel socioeconómico de la familia de un candidato?



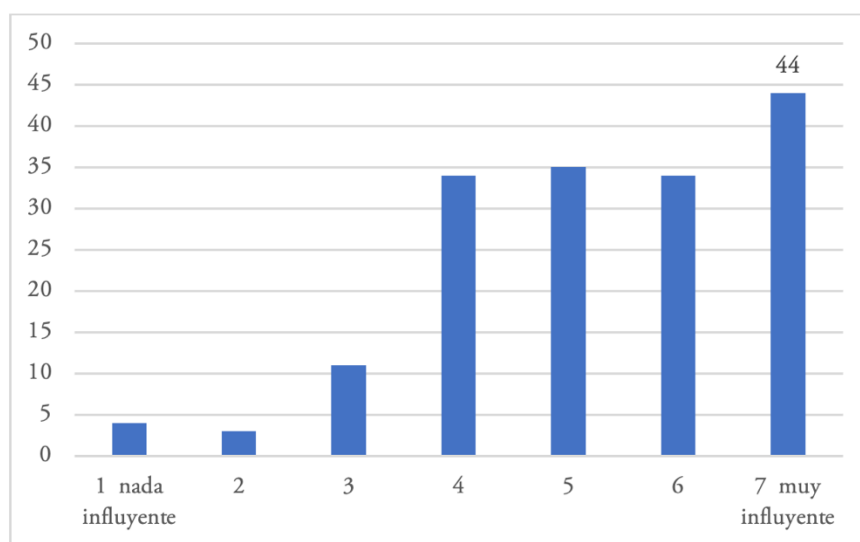
Fuente: elaboración propia.

Figura 4. Experiencia profesional. Al momento de elegir por quién votar, ¿considera relevante la experiencia profesional del candidato?



Fuente: elaboración propia.

Figura 5. Asesor/Tutor/Mentor. Al considerar votar por un candidato, ¿qué tanto influye quién ha ayudado al candidato en su carrera política (asesor/tutor/mentor)?

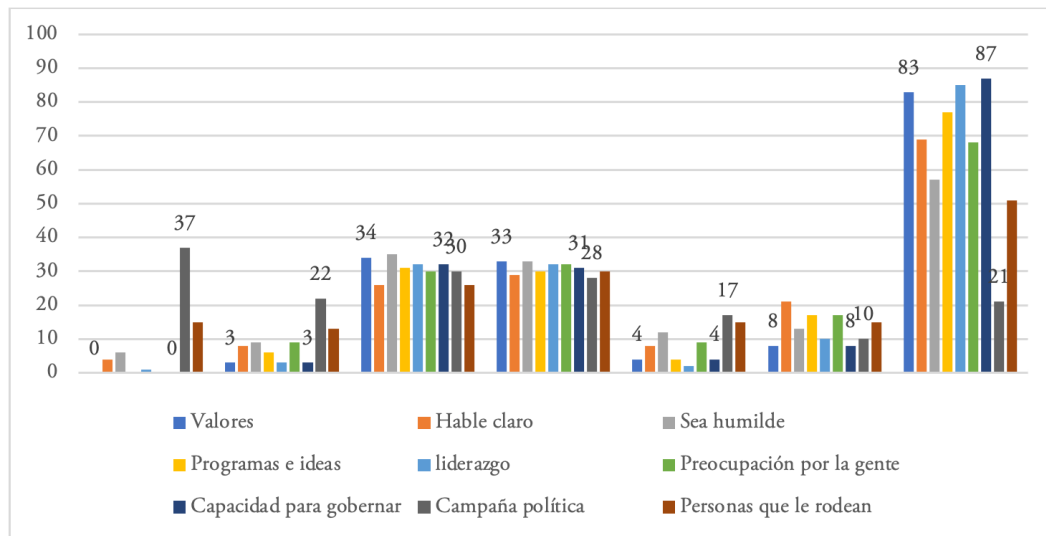


Fuente: elaboración propia.

Así mismo, el encuestado señala que el nivel socioeconómico del candidato es poco relevante para su toma de decisiones, no obstante, 37 encuestadas indican que un

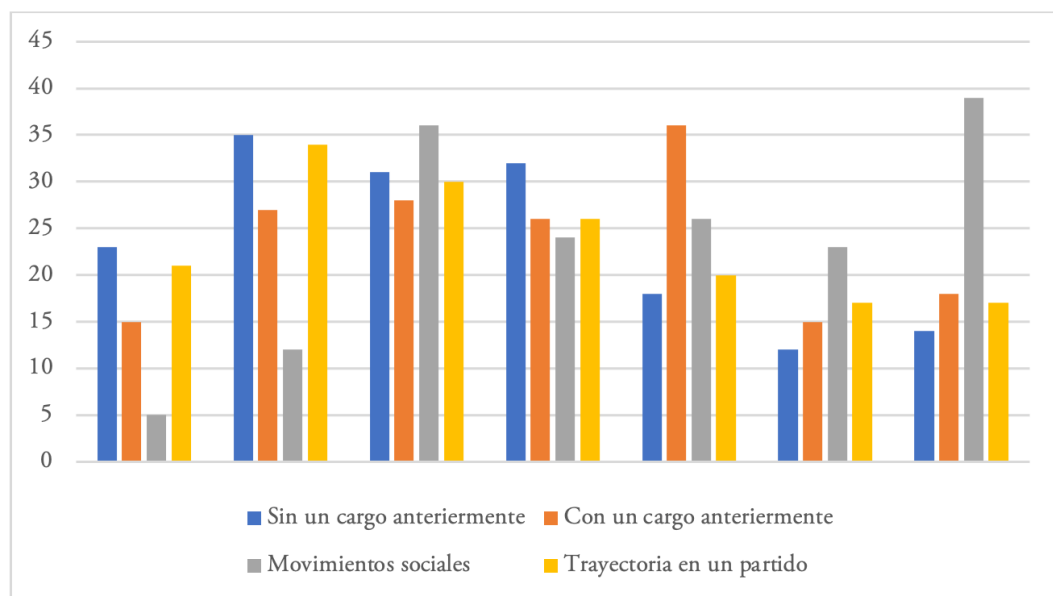
candidato que proviene de una familia con un nivel socioeconómico alto tiene mayor posibilidad de ganar un cargo de elección popular, sin embargo, 34 de ellas opinaron que no es importante el nivel socioeconómico de la familia del candidato para el ejercicio de su decisión final. Otro resultado importante es que 92 encuestadas consideran muy importante la experiencia profesional de una candidata, y 44 opinan que, si influye el que un candidato tenga un asesor, tutor o mentor en su carrera política.

Figura 6. Características del voto. ¿Cuáles son las características más importantes que influyen en su decisión de voto?



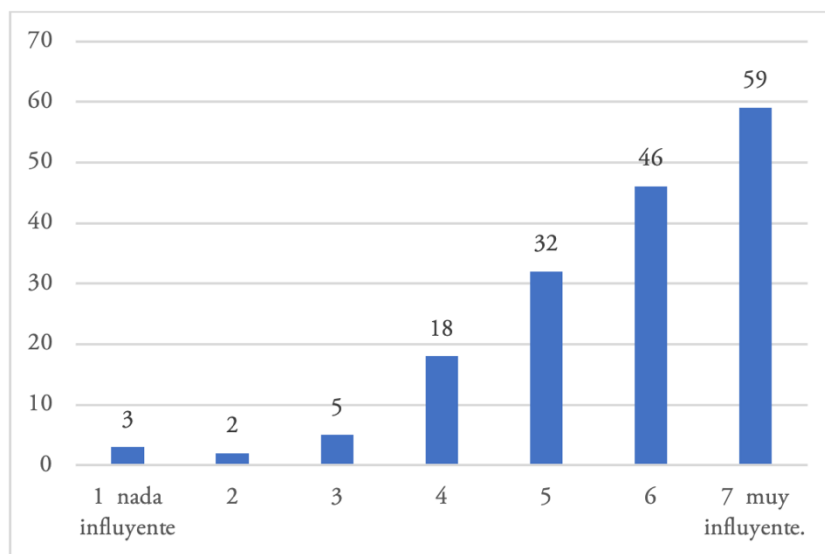
Fuente: elaboración propia.

Figura 7. Probabilidad de voto. ¿Qué tan probable es que vote por un candidato con las siguientes características?



Fuente: elaboración propia.

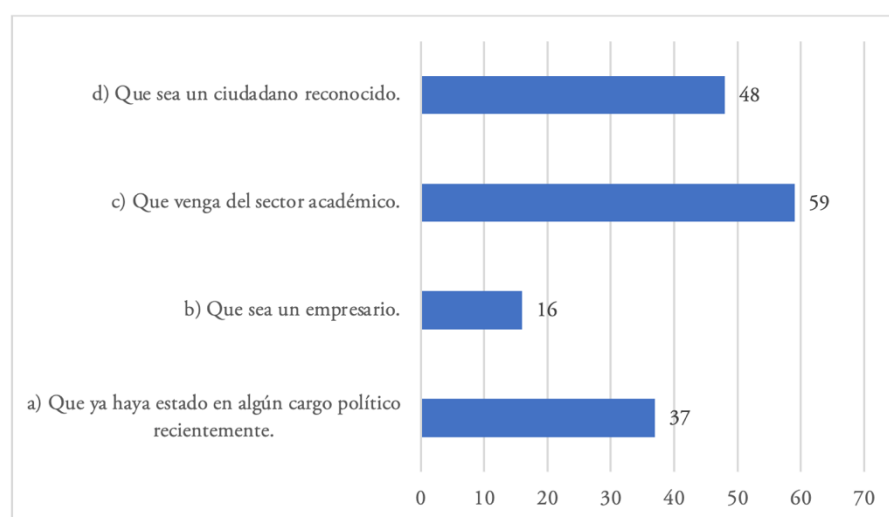
Figura 8. Movimientos sociales. ¿Qué tanto influye en su voto que un candidato haya participado en movimientos sociales?



Fuente: elaboración propia.

Se preguntó sobre características que consideran influyen para la elección de un candidato, el resultado más alto, es que una candidata tenga valores y capacidad para gobernar. Así mismo, 59 personas, respondieron que, si una candidata participa en movimientos sociales, es una característica que, si influye para que voten por ella, y lo consideran muy importante.

Figura 9. Candidata ideal ¿Qué candidato considera ideal?



Fuente: elaboración propia.

En cuanto al perfil de la candidata ideal, las encuestadas expresaron una preferencia por candidatas que demuestren una combinación de experiencia política, compromiso con la justicia social y habilidades de comunicación efectiva. Así mismo, destacaron la importancia de que las candidatas sean transparentes, accesibles y comprometidas con la equidad de género. Este perfil refleja las expectativas de una nueva generación de votantes que valoran la autenticidad y la capacidad de abordar problemas sociales complejos.

Hallazgos

Los resultados revelan un dato importante y es la definición clara de las preferencias del electorado de la ZML en cuanto al perfil ideal de una candidata a la Presidencia. A diferencia de las expectativas tradicionales que enfatizan la importancia del atractivo físico y la pertenencia a élites políticas o económicas, los votantes de La Laguna valoran más la autenticidad, el carisma y una sólida trayectoria profesional, ya sea dentro o fuera del ámbito político. Este perfil se completa con características como la edad (entre 25 y 40 años), el nivel socioeconómico (clase media), y una presentación formal en el vestir, con una base en el sector académico o que se distinga como ciudadana ejemplar.

Esto contrasta con estudios previos, los cuales sugieren una preferencia hacia candidatos físicamente atractivos, indicando que, para esta población, el aspecto físico no es determinante. Además, se valora el carisma y una trayectoria profesional sólida, ya sea dentro o fuera de la política, preferiblemente con un mentor reconocido, pero sin una larga carrera dentro de un partido político.

Contrario a la tendencia emergente hacia valoraciones más personales y menos tradicionales del perfil político, se destaca la importancia que los votantes otorgan a la experiencia previa y el involucramiento en movimientos sociales de los candidatos. Esto refleja una complejidad en el comportamiento electoral, donde, si bien se buscan cualidades personales y profesionales específicas, también se espera que los candidatos demuestren un compromiso efectivo con la sociedad a través de la experiencia y la acción. La discrepancia observada en este punto subraya la coexistencia de criterios racionales y emocionales en la decisión de voto, destacando la relevancia de una trayectoria tangible y el historial de participación en asuntos de interés público.

El papel de las redes sociales en la formación de opiniones políticas también fue evidente en los resultados, ya que 72% de las jóvenes indicaron que las redes sociales son su principal fuente de información política. Este dato es consistente con investigaciones como la de Bode y Vraga (2018), que sugieren que las redes sociales han transformado la forma en que los votantes jóvenes consumen información política, lo cual puede influir

en sus actitudes hacia las mujeres en la política. Las redes sociales se mencionaron como plataformas clave para conocer más sobre las candidatas, sus propuestas y su trayectoria.

En síntesis, los resultados de este estudio subrayan la importancia de considerar las particularidades culturales y regionales al analizar las expectativas políticas, destacando la necesidad de abrir caminos hacia una mayor inclusión y diversificación en la representación política de México. Los hallazgos indican una evolución en las preferencias electorales de las estudiantes universitarias de la ZML, lo cual podría tener implicaciones significativas para las estrategias políticas en el país.

Conclusiones

La investigación realizada en la ZML ofrece una perspectiva reveladora sobre las preferencias electorales en contextos regionales específicos, especialmente, en lo que respecta a la aceptación y el apoyo hacia candidatas femeninas para cargos de alta relevancia política como la Presidencia de la República.

Los hallazgos indican una preferencia clara por candidatas que, más allá de cumplir con un perfil tradicionalmente asociado a la política, encarnen valores de autenticidad, profesionalismo y un compromiso genuino con las preocupaciones sociales y económicas de la ciudadanía. Este estudio subraya la importancia de considerar las particularidades culturales y sociales de cada región al analizar las tendencias electorales, mostrando que, en el caso de La Laguna, los votantes se inclinan por candidatas que representen un cambio respecto a la política convencional, valorando aspectos como el carisma, la trayectoria profesional y un involucramiento significativo en movimientos sociales, por encima de factores como el atractivo físico o la pertenencia a las élites económicas.

En particular, se observa una tendencia creciente hacia la aceptación y apoyo a candidatas femeninas, lo que sugiere que las campañas electorales futuras deben diseñarse para responder genuinamente a las expectativas y necesidades del electorado joven y femenino. Esta evolución en las preferencias electorales destaca la necesidad de estrategias políticas más inclusivas que, no sólo promuevan la participación de mujeres en la política, sino que también reflejen y respondan a las dinámicas socioculturales específicas de las diferentes regiones del país.

Estas conclusiones sugieren un camino hacia una mayor inclusión de las mujeres en la política, siempre y cuando sus campañas y perfiles respondan a las expectativas y demandas del electorado, enfatizando la competencia, la integridad y la capacidad para generar cambios positivos en la sociedad. Cabe resaltar que estos resultados, no sólo contribuyen a una comprensión más profunda de las actitudes juveniles hacia las mujeres

en la política, sino que también sugieren un potencial para cambios significativos en el panorama político futuro de México.

Referencias

- Aalberg, T., y Jenssen, A. T. (2007). Gender Stereotyping of Political Candidates: An Experimental Study of Political Communication. *Nordicom Review*, 28(1), 17-32.
- Ardanche, M., y Celiberti, L. (2011). *Entre el techo de cristal y el piso pegajoso. El trabajo como herramienta de inclusión en el Uruguay de 2011*. Cotidiano Mujeres.
- Barberá, T., Dema, C., Estellés, S., y Devece, C. (2011). [Congreso]. *Las (des)igualdad entre hombres y mujeres en el mercado laboral: la segregación vertical y horizontal*. Ponencia presentada en el XV Congreso de Ingeniería de Organización, Cartagena, Colombia.
- Barberá, E., Ramos, A., Sarrió, M., y Candela, C. (2002). Más allá del “techo de cristal”. Diversidad de género. *Revista del Ministerio de Trabajo e Inmigración*, 40(1), 55-68.
- Bode, L., y Vraga, E. K. (2018). Studying Politics Across Media. *Journal of Information Technology y Politics*, 15(4), 311-327.
- Buceta, N. (2021). *Los Millennials y los Centennials durante la actual pandemia de COVID-19*. OBS Business School.
- Bucheli, M. y Sanromán, G. (2005). Salarios femeninos en el Uruguay: ¿existe un techo de cristal? *Revista de Economía*, 12(2), 63-88.
- Bustos, O. (2002). Mujeres rompiendo el techo de cristal: El caso de las universidades. *Omnia*, 17-18(41), 43-50.
- Delice, D., Vargas, J., y Donoso, V. (2019). Evaluating the Impact of Technology on Tourism Mobility. *Journal of Travel Research*, 58(6), 934-950.
- Dunaway, J., Lawrence, R. G., Rose, M., y Weber, C. R. (2013). Traits versus Issues: How Female Candidates Shape Coverage of Senate and Gubernatorial Races. *Political Research Quarterly*, 66(3), 715-726.
- García, V. (2006). La desigualdad laboral entre hombres y mujeres. *En La Calle*, 5(1), 9-13.
- García, E. y Riquelme, A. M. (2017). Percepción de los roles de género en la cultura mexicana actual. *Memorias del Concurso Lasallista de investigación, desarrollo e innovación*, 4(1), 47-51.
- González, A. (2013). Los conceptos de patriarcado y androcentrismo en el estudio sociológico y antropológico de las sociedades de mayoría musulmana. *Revista de Sociología*, 98(3), 489-504.
- Guataquí, J., Baquero, J., y Sarmiento, L. (2000). Un marco analítico de la discriminación laboral. Teorías, modalidades y estudios para Colombia. *Borradores de Investigación*, 8(1), 1-31.
- Heldman, C., Carroll, S. J., y Olson, S. (2005). Gender Differences in Print Media Coverage of Presidential Candidates: Elizabeth Dole's Bid for the Republican Nomination. *Political Research Quarterly*, 58(2), 234-243.

- Humanes, M. (2022). *Influencia de la moda genderless en campañas publicitarias: Vogue Muxes de México* [Tesis de grado, Universidad de Sevilla].
- IMPLAN (2024). *Plan Estratégico para Torreón con enfoque Metropolitano 2040*. Instituto Municipal de Planeación y Competitividad de Torreón. <https://www.trcimplan.gob.mx/assets/imagenes/trc-2040/trc2040.pdf>
- INEGI (2024). *Conociendo a la población LGBTI+ en México*. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. https://www.inegi.org.mx/tablerosestadisticos/lgbti/#Poblacion_LGBTI
- Inglehart, R., y Norris, P. (2003). *Rising Tide: Gender Equality and Cultural Change Around the World*. Cambridge University Press.
- Kabeer, N. (2012). Women's economic empowerment and inclusive growth: labour markets and enterprise development. *International Development Research Centre*, 44(10), 1-70.
- Kittilson, M. C., y Schwindt-Bayer, L. A. (2012). *The Gendered Effects of Electoral Institutions: Political Engagement and Participation*. Oxford University Press.
- Kittilson, M. C., y Fridkin, K. L. (2008). Gender, Candidate Portrayals and Election Campaigns: A Comparative Perspective. *Politics y Gender*, 4(3), 371-392.
- Mansbridge, J. (1999). Should Blacks Represent Blacks and Women Represent Women? A Continuent 'Yes'. *The Journal of Politics*, 61(3), 628-657.
- Meeks, L. (2013). All the Gender That's Fit to Print: How the New York Times Covered Hillary Clinton and Sarah Palin in 2008. *Journalism y Mass Communication Quarterly*, 90(3), 520-539.
- Richards, D. (2014). *Resisting Injustice and the Feminist Ethics of Care in the Age of Obama "Suddenly...All the Truth Was Coming Out"*. Routledge.
- Sanbonmatsu, K. (2003). Gender-Related Political Knowledge and the Descriptive Representation of Women. *Political Behavior*, 25(4), 367-388.
- Sánchez, Á. (1986). Marxismo y feminismo: mujer-trabajo. *Nueva Antropología*, 8(30), 67-76.
- Sandoval, M. L. (2002). Pierre Bourdieu y la teoría sobre la dominación masculina. *Revista Colombiana de Sociología*, 7(1), 55-73.
- Stimulus. (2022). *La importancia y necesidad de aplicar la perspectiva de género en el ámbito laboral*. Stimulus.
- Trimble, L., Wagner, A., Sampert, S., Raphael, D., y Gerrits, B. (2013). Is It Personal? Gendered Mediation in Newspaper Coverage of Canadian National Party Leadership Contests. *The International Journal of Press/Politics*, 18(4), 462-481.
- VanHorn, J. D. (2010). *Politicians and Their Families: Media Portrayals and Public Perceptions*. Palgrave Macmillan.

Social image of female candidates for the presidency of Mexico 2024. Students' perceptions

Imagem social das candidatas à presidência do México 2024. Percepções dos alunos

Alejandra Marín Alcalá

Universidad Autónoma de Coahuila | Coahuila | México

alejandra.marin@uadec.edu.mx

Doctora en Ciencias Administrativas. Coordinadora de Posgrado de la Facultad de Economía y Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Coahuila.

Berenice Juárez López

Universidad Autónoma de Coahuila | Coahuila | México

berenice.juarez@uadec.edu.mx

Doctora en Ciencias Administrativas, secretaria Administrativa de la Facultad de Economía y Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Coahuila.

Grace Aileen Ruiz Santoyo

Universidad Autónoma de Coahuila | Coahuila | México

grace.ruiz@uadec.edu.mx

Doctora en Ciencias Administrativas, directora de la Facultad de Economía y Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Coahuila.

María Guadalupe Barrera García

Universidad Autónoma de Coahuila | Coahuila | México

mbarreragarcia@uadec.edu.mx

Maestra en Administración, secretaria Académica de la Facultad de Economía y Mercadotecnia de la Universidad Autónoma de Coahuila.

Abstract

The economic situation of the country, at the beginning of the year, brought with it relevant issues such as the presidential elections and the role of women in this process. It is observed, on the one hand, the evident change in economic policy for the 2024 voting, as well as the construction of a new governance. On the other hand, the change in voter perception and the behavioral trend related to the use of social networks. In this sense, the perception of voters has been transformed since the pandemic, due to the high exposure to the use of the Internet and the influence of various social networks in their consumption habits. Therefore, the objective of this research is to analyze the perception of young university women in the Metropolitan Zone of La Laguna (ZML), regarding women as candidates for the Presidency of the Republic. The methodology was carried out through the design and application of a questionnaire to a representative sample of university women, to continue with the interpretation of the information through descriptive statistics. Finally, it is concluded that the profile of the ideal female candidate seems unrealistic and difficult to fulfill, however, the women surveyed would be willing to vote for a female candidate for the Presidency of the Republic.

Keywords: perception; voters; women; candidates; university women.

Resumo

A situação econômica do país no início do ano trouxe consigo questões relevantes, como as eleições presidenciais e o papel da mulher nesse processo. Por um lado, observa-se a evidente mudança na política econômica para as eleições de 2024, bem como a construção de uma nova governança. Por outro lado, a mudança na percepção do eleitor e as tendências comportamentais relacionadas ao uso das redes sociais. Nesse sentido, a percepção do eleitor tem se transformado desde a pandemia, devido à alta exposição ao uso da internet e à influência de diversas redes sociais em seus hábitos de consumo. Portanto, o objetivo desta pesquisa é analisar a percepção dos jovens universitários da Zona Metropolitana de La Laguna (ZML) em relação às mulheres como candidatas à Presidência da República. A metodologia foi realizada por meio da elaboração e aplicação de um questionário a uma amostra representativa de estudantes universitários, seguida da interpretação das informações por meio de estatísticas descritivas. Por fim, conclui-se que o perfil da candidata ideal parece irrealista e difícil de ser preenchido, mas as mulheres pesquisadas estariam dispostas a votar em uma candidata à Presidência da República.

Palavras-chave: percepção; eleitores; mulheres; candidatas; mulheres universitárias.