

Temas Livres

Eleições presidenciais no México: uma análise do discurso dos candidatos no Twitter

DOI: <https://doi.org/10.14244/agenda.2025.2.9>

 **Raquel Mirian Pereira de Souza**

Mestranda em Ciência Política pela Universidade Federal do Paraná (UFPR) e pesquisadora do grupo de pesquisa "Comunicação Política e Opinião Pública - CPOP" e do "Observatório de Conflitos na Internet - OBSERVA".

E-mail: raquelmirian@ufpr.br

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1897-3631>

 **Daniel Kei Namise**

Doutorando em comunicação pela Universidade Federal do Paraná (UFPR) e pesquisador do grupo de pesquisa "Comunicação Política e Opinião Pública - CPOP" e do "Observatório de Conflitos na Internet - OBSERVA".

E-mail: daniel.namise@gmail.com

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1173-5136>

 **Rafael Rocha Alves da Silva**

Doutorando em Ciência Política pela Universidade Federal do Paraná (UFPR) e pesquisador do grupo de pesquisa "Comunicação Política e Opinião Pública - CPOP" e do "Comunicação Eleitoral -CEL".

E-mail: rafaelrocha1@ufpr.br

Orcid: <https://orcid.org/0009-0006-7203-173X>

RESUMO: O presente trabalho compara como os três principais candidatos às eleições presidenciais do México - Claudia Sheinbaum, Xóchitl Gálvez e Jorge Álvarez Máynez - utilizaram a rede social Twitter como canal de campanha eleitoral. O intuito é compreender o que protagonizou os discursos desses candidatos e se a vitória da primeira mulher em eleições presidenciais no México reverbera no conteúdo de suas publicações. A escolha de observar campanhas eleitorais no Twitter se deu por ser uma rede que vem sendo aceita e utilizada por líderes políticos de forma estratégica, e não mais como uma extensão obrigatória de comunicação eleitoral. Foram coletados 5.951 tweets no período de 1º de março a 31 de maio de 2024, investigados pela técnica da análise de conteúdo. Os resultados demonstram uma adesão à participação efetiva como principal valor democrático constituído no discurso dos candidatos durante a campanha e que o debate de recorte de gênero e violência política ficaram em segundo plano.

PALAVRAS-CHAVE: Eleições presidenciais; México; Twitter; Campanhas eleitorais; Igualdade de gênero.

Recebido em: 31/03/2025

Aprovado em: 20/11/2025



Este é um artigo publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença *Creative Commons Attribution*, que permite uso, distribuição e reprodução em qualquer meio, sem restrições desde que o trabalho original seja corretamente citado.

1 Introdução

A profissionalização política é uma agenda de estudos das linhas de pesquisa em Instituição e Elites Políticas, mas também alcançou a Comunicação Política na medida que os representantes e líderes políticos passaram a nortear seu comportamento pelo sistema midiático (Amado; Tarullo, 2015). Pelos meios de comunicação, os políticos passam a gerenciar sua imagem pública por critérios advindos da mídia - seguindo um modelo expressivo - a emoção, e um modelo massivo - estadista e popular conforme abordado por Amado e Tarullo (2015) principalmente porque há uma tendência recente de governos e postulantes da América Latina atuarem nas plataformas digitais pós-pandemia (Telles; Silva; Ruiz, 2022).

Seguindo as transformações na era midiática, quando se fala em profissionalização na comunicação política, significa dizer que os olhares primários se voltam para o desempenho e imagem dos representantes políticos para, em seguida, focar-se na informação que será transmitida. Por isso, observar como atuam os postulantes em períodos de campanhas eleitorais é uma agenda consolidada na Comunicação Política. Neste trabalho, não seria diferente. A escolha de analisar a campanha eleitoral do México no Twitter se deu por ser uma rede que vem sendo aceita e utilizada por líderes políticos de forma estratégica, e não mais como uma extensão obrigatória de comunicação eleitoral (Aggio, 2020). Mais ainda, a rede do Twitter pode ser considerada a televisão da era digital, porque é onde os indivíduos podem encontrar informações frescas sobre notícias efervescentes. Além disso, o México é o segundo país da América Latina com mais usuários no Twitter (Statista, 2025).

É nesse contexto que as eleições no México podem condicionar o movimento de um retorno à Onda Rosa na América Latina ou uma integração da extrema-direita nas regiões latinas (Mechi; Dulci, 2023). A utilização estratégica das plataformas digitais é relevante no cenário da América Latina, onde o dinamismo político-partidário e personalista, característico do Sul Global, tem sido um elemento central tanto na política institucional quanto na não institucional da região (Silva, 2023). A alternância entre governos democráticos e não democráticos frequentemente gera instabilidades eleitorais, manifestações de movimentos sociais e uma intensa violência política, moldando profundamente o cenário político latino-americano. À vista disso, se inserem as eleições presidenciais no México ocorridas em 2024 e concorridas pelos três principais postulantes: Claudia Sheinbaum, Xóchitl Gálvez e Jorge Álvarez Máynez.

Nessa competição eleitoral houve mais de 58.631 cidadãos que saíram de suas residências para votar em um dos candidatos à presidência, em comparação com as eleições de 2018 esse número simboliza um aumento de mais de 3,22% no quantitativo de eleitores que destinaram seu voto precisamente em um dos postulantes. Além do aumento na participação democrática, a eleição presidencial no México em 2024 se destacou pela presença de candidaturas femininas nos principais polos ideológicos. Cláudia Sheinbaum personifica a continuidade do projeto político do atual presidente, Andrés Manuel López Obrador da Esquerda Política. Já Xóchitl Gálvez volta à oposição. As duas candidaturas trouxeram uma nova dinâmica à disputa.

Nessa toada, a partir de alguns critérios da teoria democrática de Robert Dahl (1989; 1997) - participação efetiva, acesso à informação e competição política - complementando com o recorte de gênero e violência, este trabalho busca compreender como o discurso dos candidatos no Twitter atendem a ideia de democracia estabelecida em uma poliarquia. Por isso, norteou-se a seguinte pergunta de pesquisa: como os candidatos à presidência do México discursaram sobre valores democráticos em seus perfis no Twitter durante o período de campanha eleitoral a partir da teoria democrática de Robert Dahl? O objetivo principal foi compreender quais as prioridades nas narrativas dos postulantes que se enquadram na teoria democrática, ou seja, se há a presença de valores democráticos em suas postagens no Twitter durante o período eleitoral.

Empiricamente, há a ideia de que em períodos eleitorais, os candidatos sejam ao legislativo ou executivo não reproduzem discursos antidemocráticos. Contudo, considerando a instabilidade política da América Latina perpassada por períodos democráticos, mas também ditatoriais, onde os postulantes estão preocupados com suas imagens públicas e menos no que é dito, este trabalho busca investigar se esses discursos, durante às eleições do México se compõem de valores democráticos ou se há um distanciamento desses ideais poliárquicos de Robert Dahl (1997).

Hipotetiza-se que a discussão de recorte de gênero apareça nas postagens das duas principais concorrentes (Panke; Iasulaitis, 2016) que alcançaram o segundo turno das eleições, porque a violência de gênero se fez presente durante o processo eleitoral. Embora, a discussão sobre os estereótipos de gênero seja uma abordagem que deva ser realizada por todos os candidatos, e não apenas pelas mulheres. No caso das mídias digitais, as candidatas podem alcançar uma visibilidade midiática ampliada do que aquela ocorrida na mídia tradicional (Biroli, 2010). Logo, o intuito é identificar se há uma narrativa de mulheres contra a violência e os estereótipos de gênero durante esse processo, uma vez que essa discussão também representa um capital valorativo de valores democráticos.

Para tanto, este trabalho seguiu a análise quali-quantitativa com a categorização do banco de dados pela análise de conteúdo automatizada para a construção de “ethos” lexicais (Cervi, 2018) que sejam significativos para responder à pergunta de pesquisa. Posteriormente, pela análise de conteúdo proposto por Bauer (2002) investiga-se os padrões e temáticas mais presentes nos discursos dos três candidatos à presidência do México.

2 Política de ideias e não balas: o contexto do México e os perfis dos candidatos à presidência

O histórico político de transição democrática (Bizberg, 2015) do País do México se diferencia da maioria das transições latino americanas por acontecer de maneira gradual, conforme descreve Nacif (2006), sem imposição arbitrária do regime autoritário para a democracia.

A mudança do regime autoritário para o sistema democrático aconteceu por meio de reformas (1858-1861), promovendo comportamentos e desestimulando outros padrões, a começar pelo tripartidarismo como primeira manifestação do surgimento da democracia mexicana. Contudo, essa

democracia se assemelha, neste caso, às democracias latinas pela sua instabilidade política e capacidade de se adaptar às mudanças, que neste caso, não se é virtuoso, uma vez que as possibilidades de se tornar um regime autoritário tem chances significativas (Nacif, 2006).

Diferentemente dos países da América Latina que no período de 2000 a 2012 vivenciava uma ascensão ideológica de governos progressistas (Souza, 2023), o México enfrentava uma continuidade da política de extrema-direita representada inicialmente pelo unilateralismo de um único partido - o PRI - e expandiu-se para a presença de três partidos nesse espectro, sendo o Partido Ação Nacional (PAN), Partido Revolucionário Institucional (PRI) e o Partido da Revolução Democrática (PRD).

É a partir de 2018, que o México experimenta um novo modelo ideológico no sistema presidencialista com a vitória eleitoral de Juan López Obrador à presidente da república. Naquele momento, a América Latina não parecia ter presidentes com afeições a mudanças estruturais governamentais, mas, a vitória tanto política como eleitoral de López Obrador caracteriza uma ruptura política no contexto do México (Franzoni; Dos Santos, 2020).

Pela ausência da possibilidade de reeleição constituinte no sistema democrático do México, López Obrador sustenta uma nova candidatura pelo partido Morena em 2024 - Movimento Regeneração Nacional, com Claudia Sheinbaum como candidata à presidência.

A candidata Cláudia Sheinbaum, apoiada pelo atual presidente do México, possui uma trajetória política já consolidada. Em 2000, ocupou o cargo de secretária de Meio Ambiente e, em 2015, foi eleita prefeita da cidade de Tlalpan. Em 2018, assumiu a chefia do governo da Cidade do México, cargo equivalente ao de governador de Estado no Brasil. Em 2024, Sheinbaum renunciou à chefia do governo para concorrer às eleições presidenciais, nas quais foi eleita no segundo turno pelo partido Morena.

A candidata Xóchitl Gálvez também tem uma carreira política relevante. Foi prefeita da região de Miguel Hidalgo por quatro anos e atuou como Senadora da República de 2018 a 2023, representando o Partido da Revolução Democrática. Por fim, o candidato Jorge Álvarez Máynez exerceu mandato na Câmara Legislativa de 2010 a 2013 pelo Movimento Cidadão e voltou a ocupar uma cadeira em 2021.

Conforme os perfis políticos descritos acima, os três são postulantes políticos que já compõem a política mexicana, ou seja, são políticos profissionais (Alcantara, 2016) do que políticos outsiders ou líderes políticos digitais (Silva, 2023).

Além disso, o comportamento que desenvolveram nas redes sociais, especificamente no Twitter, são importantes para compreender como candidatos em períodos de campanha eleitoral promovem valores democráticos no contexto da profissionalização política.

3 X de incógnita e Twitter de debate

O México é o segundo país da América Latina em número de usuários no Twitter (Statista, 2025), com 17 milhões de usuários em 2024, que incluem os incumbentes e líderes políticos mexicanos. Por isso, foi a rede escolhida por este trabalho para ser o espaço de estudo de comunicação política dos candidatos presidenciais do México nas eleições de 2024.

De acordo com Parmelee e Bichard (2012), o Twitter permanece uma ferramenta atrativa para campanhas políticas, tanto para líderes políticos quanto para seus seguidores, por diversos motivos. Segundo eles, do ponto de vista do seguidor, o Twitter vai além de ser uma simples fonte de informações políticas. Ele se transformou em um espaço onde os usuários podem compartilhar essas informações e se engajar em propostas e ações políticas promovidas pelos perfis políticos. Além disso, o Twitter exige que os usuários resumam suas mensagens e "irem direto ao ponto". Esse estímulo à concisão difere dos discursos políticos tradicionais, trazendo uma nova dinâmica para as discussões políticas.

Porém, conforme as pesquisas de Rossetto, Carreiro e Almada (2013) embora a plataforma ofereça um grande potencial para engajamento participativo, muitos políticos ainda a utilizam como uma ferramenta de comunicação unilateral, semelhante a uma transmissão tradicional, sem explorar completamente as oportunidades de diálogo que a rede social proporciona. Líderes políticos utilizam geralmente o Twitter para compartilhar informações sobre suas políticas e suas próprias personalidades, em detrimento da conversação direta.

Concordando com os autores, Rossini e Leal (2013) realizaram uma pesquisa sobre o comportamento dos eleitores no Twitter durante as eleições de 2010. A pesquisa mostrou que, embora os usuários seguissem os candidatos para obter informações diretas, a interação efetiva foi baixa. As mídias digitais se mostraram mais um meio de comunicação nas campanhas, e os usuários perceberam que, apesar da ausência de intermediários, o Twitter é usado principalmente para angariar votos. O estudo concluiu que os políticos, ao se fazerem presentes nas redes digitais, estão mais focados em divulgar suas ações e construir suas imagens do que em interagir ou ouvir os cidadãos.

Como o Twitter é uma esfera pública com disputas online de narrativas onde os líderes políticos fazem postagens desde o seu dia a dia a propostas e medidas de governo, pode ser considerado um ringue político em períodos eleitorais, e estar dentro dessa rede se tornou indispensável no fazer político porque é uma das redes online que mais se encontra a presença da opinião pública sem intermediação (Marx; Pedra, 2021) e que pode ser considerado eleitores em potenciais em períodos de campanha eleitoral.

4 Teoria Democrática em Robert Dahl

Robert Dahl em sua obra "Um prefácio à teoria democrática" apresenta critérios definidores característicos de uma democracia poliárquica com medições específicas. Nessa forma de governo, há

a dificuldade de alcançar os critérios em sua totalidade, porém, conforme argumenta o autor, para a poliarquia ser real ela precisa ser um sistema político compatível com a maioria dos critérios democráticos. São os índices de participação, controle de agenda, igualdade de voto, informação coletiva e entendimento esclarecido (1989) que norteiam o ordenamento da poliarquia. Nesse contexto, Dahl trabalha essas características no período das eleições, durante e após o período eleitoral.

Como este trabalho foca no período da campanha eleitoral no México em 2024, utiliza-se a abordagem do autor para analisar esse momento crucial. De acordo com sua perspectiva, três fundamentos são essenciais para garantir o funcionamento pleno da democracia durante uma disputa eleitoral. Primeiro, é imprescindível que todos os cidadãos tenham o direito de expressar suas preferências políticas respeitado, sem interferência das instituições. Segundo todos os votos devem ter o mesmo peso, garantindo que nenhum voto seja considerado mais importante ou "valioso" do que outro.

A equidade posicional entre os votos é fundamental para assegurar a igualdade democrática. Por fim, a escolha da maioria deve ser respeitada como a vencedora, sem questionamentos indevidos sobre os resultados eleitorais. Dahl propõe uma forma de medição da poliarquia feita em escalas a partir da opinião pública. Como este trabalho realiza uma análise lexical e de conteúdo das postagens dos postulantes em detrimento das respostas dos eleitores, optou por utilizar os critérios possíveis do autor para analisar o comportamento dos candidatos nas eleições do México que refletem valores democráticos a partir dos discursos no Twitter.

220

5 Metodologia

Para este trabalho, o objeto de pesquisa foram os tweets dos candidatos presidenciais do México durante o período oficial de campanha política de março a junho de 2024. Foram coletadas 1.267 postagens da conta oficial @AlvarezMaynez, 921 postagens da conta oficial @Claudiashein e 3.763 postagens da conta oficial @XochitlGalvez totalizando um corpus com 5.951 publicações nas contas pessoais dos presidenciais no Twitter.

A coleta foi realizada de maneira sistemática com a raspagem dos dados visíveis no navegador da interface pela plataforma do Zeeschuimer que permite a extração de dados das mídias sociais. Os dados referentes às publicações de cada perfil, foram extraídos do Twitter a partir de uma sessão de navegação não logada (Peeters, 2022).

Posteriormente, utilizou-se do software Iramuteq para a análise automatizada de conteúdo (Cervi, 2018) dos tweets sistematizados em "lexos" estatisticamente significante para a construção de clusters os termos que norteiam as discussões presentes nas contas dos três candidatos. O banco de dados foi submetido a análise hierárquica descendente, seguindo o método de Reinert (1990) onde se aplica o teste do qui-quadrado estatístico de Pearson. Em seguida, foi selecionado uma amostra randômica do corpus textual com 95% de confiabilidade com um alcance de 365 tweets como amostragem para a análise de conteúdo categorial, seguindo a proposta de Sampaio e Lycarião (2021).

6 Análise dos dados

O corpus textual formado pelos tweets foi submetido à Classificação Hierárquica Descendente (CHD) no Software do Iramuteq. Nessa fase, visualizam-se quais os temas mais presentes no contexto do discurso pelos termos significantes dado pelo método de Reinert (1990). Abaixo, segue o quadro 1 com os termos advindos do dendrograma gerado pelo iramuteq com seis classes compostas pelos “lexos” que mais apareceram no corpus textual de análise.

Quadro 1 - Termos estatísticos da Classificação Hierárquica Descendente (CHD)

Classe 1 (19,5%)	Classe 2 (12,1%)	Classe 3 (11,1%)	Classe 4 (17,1%)	Classe 5 (19,4%)	Classe 6 (20,7%)
Pautas de campanha e diálogo com o público	Justiça Social	Futuro e Juventude	Embate e Campanha Negativa	Regionalismo	Apoio e Cumprimento
governo xóchitl2024 presidenta mexicano mi criminosos mxsonmiedo empregos comigo rua debate água sair mensagem	garotas crianças prosperidade novo oportunidade solitário pacificação novo México geração justiça igualdade sexênio	ideias escolha jovens futuro possível diálogo melhorar geração universidade roteiro velho novo México jogo	faz sujo prian conjunto dele campanha guerra pri Tchertorivsky forma voto anos era	transformar Puebla quarta sigamos amor os comparação lindo São blenestar legamos Yucatán cidade mirene	abraço saudações murchas mando obrigado forte apoio agradeço adelante abrazote meio un envio querer

Fonte: Elaboração dos autores (2024).

Conforme o quadro 1 acima, percebe-se que muitos termos foram considerados estatísticos para a formação dos clusters e que um tweet pode ter sido classificado em mais de um clusters pelo alto grau significativo de termos. Para as análises feitas aqui, é importante ressaltar que as postagens dos candidatos foram encontradas na linguagem espanhol, então, alguns termos podem não ter uma tradução exata para o português, principalmente as gírias regionais. Logo, não interfere nos resultados.

Dentre as seis categorias acima, a classe seis encontram-se 20,7% dos “lexos” significantes, sendo a maior categoria dentre todas. Essa classe foi nomeada de apoio e participação por conter os termos que representam essa ação presente nos discursos dos candidatos, como “obrigado”, “apoio”, “abraço”

e “saudações”. Esses termos remetem aos apoios sociais e políticos durante a campanha dos candidatos que eventualmente recebem ao longo do processo eleitoral.

Com 19,5% dos termos lexicais analisados, a categoria intitulada “pautas de campanha e diálogo com o público” destaca-se por incluir palavras como “governo”, “água”, “empregos” e “criminosos”. Esses termos refletem as preocupações dos candidatos com questões sociais e de segurança pública. A utilização do termo “água” em uma disputa presidencial está diretamente ligada aos desafios enfrentados pela região da América Latina, particularmente pela escassez de água que se intensificou em 2024 e que afetou muitas regiões do México. Outros dois termos que chamaram atenção nessa categoria foram a presença de “xóchitl2024” e “presidenta” como lexis estatisticamente significantes. O primeiro ponto refere-se ao uso das redes sociais na campanha de Xóchitl Gálvez, evidenciando uma presença ativa online. Já o segundo ponto destaca que ambas as candidatas mulheres abordam a questão de gênero de alguma forma em suas atividades no Twitter, seja citando suas próprias candidaturas.

A terceira classe com mais termos significantes, que reúne 19,4% dos termos, foi nomeada “regionalismo” devido à presença dos lexis “cidade”, “transformar”, “pueblo” e “Yucatán”. Quando mencionam “cidade”, os candidatos descrevem as principais cidades visitadas durante a campanha, como Guzmán, Guadalajara e Cidade do México, além das propostas de melhorias para cada uma delas. No caso de “pueblo”, os candidatos adotam duas abordagens distintas: a primeira refere-se ao “pueblo” como povo, destacando o capital social das regiões; a segunda faz alusão à capital do estado de Puebla, no México. Finalmente, “Yucatán” também é citado como outro estado importante do país, que os candidatos fizeram questão de mencionar em suas campanhas.

A classe “embate e campanha negativa” com a presença de 17,1% das palavras significantes, teve essa titulação pela presença dos termos “sujo”, “prian”, “campanha” e “guerra”. Interessante nessa categoria que o termo “prian” citado em 40 tweets do banco de dados especificamente em 33 tweets do candidato Alvarez Maynez e em 7 tweets de Claudia Sheinbaum que apoiada pelo presidente Andrés Obrador utilizou para se referir ao partido de oposição em um contexto de embate político, afirmando que o Prian seria o partido com mais governadores presos e foragidos no México. Abaixo, se encontra o quadro 2, com os exemplos de tweets dos dois candidatos que trataram sobre o partidarismo no México.

Quadro 2 - Citação ao Partido Revolucionário Institucional - Prian, no México

Tweet	Claudiashein	O PRIAN tem mais governadores presos e foragidos do que em exercício. Isso são fatos, o resto é conversa. DebateINE ://t.co/xB4dWuT1D4
Tweet	Claudiashein	O PRIAN e aqueles que lideram a oposição, bem como aqueles que teorizam contra o nosso movimento, não compreenderam a grande transformação que está a ocorrer no nosso país. O que o presidente conseguiu é algo muito profundo. Você tem que chegar um pouco mais perto de ://t.co/uFd8L2WqJj

Tweet	Alvarez Maynez	O que criticam Morena é o que o PRIAN faz em Guanajuato e em todos os lugares que governa. (Que, aliás, estão se tornando cada vez menos) A novidade é ver os programas sociais como direitos e lutar contra a desigualdade por convicção e não por conveniência.
Tweet	Alvarez Maynez	Nuevo León continua a ser o primeiro em criação de empregos até agora em 2024. Jalisco é o terceiro. O CDMX não está entre os primeiros lugares, apesar da sua população, e nenhum estado é governado pelo PRIAN.

Fonte: Elaboração dos autores (2024).

As classes 2 e 3, que contém 12,1% e 11,1% dos termos estatísticos, foram nomeadas como "Justiça Social" e "Futuro e Juventude", respectivamente. A primeira recebeu essa nomenclatura devido à presença de termos como "garotas", "crianças", "novo", "igualdade", "solitário", "justiça" e "prosperidade" em uma mesma categoria. Já a segunda classe foi assim denominada porque inclui termos como "ideias", "jovens", "futuro", "geração", "universidade" e "jogo", que remetem à temática da juventude.

Nesse contexto, a presença de termos relacionados a juventude pode estar atrelado ao fato dos jovens representarem 38% do eleitorado mexicano habilitados ao voto. Por isso, os três candidatos propuseram propostas específicas para esse grupo focal.

No quadro 3, analisamos o grau de associação das diferentes classes quanto à significância dos termos relacionados aos critérios democráticos, como participação, competição política e acesso à informação. Observa-se que a Classe 5 apresenta a maior significância estatística nesta análise. Isso indica que os termos ("lexos") presentes nessa categoria têm a maior associação com valores democráticos, demonstrando um valor de qui-quadrado superior em comparação às demais classes. Embora as seis classes apresentem diferentes níveis de significância, todas mostram uma forte associação entre si. Isso sugere que os termos das diferentes classes estão inter-relacionados, com uma baixa probabilidade de serem desconexos.

Portanto, o contexto de regionalismo parece estar mais fortemente ligado aos critérios de valores democráticos do que as outras categorias analisadas.

Quadro 3 - Significância de termos relacionados aos critérios democráticos

Participação Competição Política Acesso à Informação	Porcentagem, Qui-Quadrado, Significância Estatística		
	%	χ^2	P
Classe 1	39,87	516,16	P <0,0001
Classe 2	29,27	382,26	P <0,0001
Classe 3	27,72	386,66	P <0,0001
Classe 4	39,02	469,91	P <0,0001
Classe 5	80,45	1691,99	P <0,0001
Classe 6	47,7	873,1	P <0,0001

Fonte: Elaboração dos autores (2024).

No quadro 4 abaixo, analisamos o valor democrático da participação efetiva observada na amostra dos tweets dos três candidatos à presidência do México. Considera-se a teoria democrática de Robert Dahl (1997) para compreender aspectos que demonstram a presença ou ausência dos critérios democráticos em um sistema mais próximo do “real” democrático. O autor trabalha esses conceitos principalmente em períodos de governança, mas por este trabalho é analisado os critérios no período da campanha eleitoral do México.

Para Dahl (1997), nesse sistema democrático que o chama especificamente de poliarquia, é necessária a garantia da participação efetiva. Ou seja, os cidadãos devem ter o livre arbítrio para suas escolhas, como se manifestar sem distinções de peso para tal. Para este trabalho, a análise dos tweets na categoria participação efetiva considerou a manifestação dos candidatos nos seguintes aspectos: 1) quando o candidato reforçou a participação pública; b) agradecimento de apoio e cumprimentos aos indivíduos que tuitaram e conseqüentemente houve resposta do candidato, seja no modo de criação de um tweet ou com um repost do tweet original do seguidor “eleitor”, e c) os tweets em que os candidatos travaram um debate sobre a necessidade de ampliação da sua base eleitoral foi classificada como participação efetiva.

Conforme o quadro 4, ao analisar a participação no critério de presença e ausência da temática, é possível observar que a candidata Xóchitl Gálvez foi a que mais abordou a participação efetiva em suas publicações de campanha no Twitter, com 63,3%. Em seguida, aparecem Jorge Álvarez, com 30,8%, e Claudia Sheinbaum, com 15,9%.

Mesmo considerando que a candidata da Direita, Xóchitl, teve uma frequência absoluta de postagens maiores, não significa que por isso a participação efetiva estaria sendo presente em suas publicações. E por estar presente, pode-se relacionar com o fato da candidata incentivar que os cidadãos participem ativamente das escolhas políticas do México. Além disso, Xóchitl reforçou constantemente em sua campanha que os cidadãos avaliassem os governos anteriores e pontuou se os mesmos gostariam de um novo modelo de governança ou a continuidade do projeto político do ex-presidente Manuel López Obrador.

Quadro 4 - Valor Democrático de Participação Efetiva nos tweets dos candidatos durante a campanha presidencial no México

	Presença		Ausência		Total	
	N	%	N	%	N	%
Claudia Sheinbaum	26	13,4%	32	18,7%	58	15,9%
Jorge Álvarez Máynez	25	12,9%	51	29,8%	76	20,8%
Xochitl Galvez	143	73,7%	88	51,5%	231	63,3%
Total	194	100%	171	100%	365	100%

Fonte: Elaboração dos autores (2024).

No Quadro 5, procurou-se entender até que ponto os candidatos abordaram a competição política em suas campanhas. Conforme a literatura de Dahl (1997), tanto na democracia quanto na poliarquia, a competição política guia os conflitos humanos dentro do cenário político e está profundamente conectada ao critério de participação, pois é através da competição que se estimula a participação dos cidadãos no processo democrático. Assim como Dahl afirma que a competição ocorre entre grupos distintos ao alcance do eleitorado, aqui foram mapeados os tweets que mencionam a competição política de três maneiras: primeiro, quando os candidatos faziam ataques ou conduziam campanhas negativas contra seus oponentes; segundo, quando promoviam suas próprias propostas e ideias de campanha, destacando por que elas eram superiores às de seus concorrentes; e, por fim, quando discutiam os debates políticos.

O que se pode concluir dessa análise é que o candidato Jorge Alvarez Maynez foi o que mais tratou sobre o valor democrático de competição política durante a campanha eleitoral e isso pode significar a responsabilidade do candidato com a democracia no México. Em compensação, a candidata Xóchitl Gálvez, com mais tweets analisados, foi a que menos reforçou o debate democrático de competição política. Embora seja uma análise de presença e ausência que envolve também uma campanha negativa de seus opositores, foi possível perceber que apenas 32,3% dos tweets totais (118, absoluto) tratavam sobre esse valor democrático de competição política.

Portanto, os candidatos não priorizaram a competição política durante o período de campanha presidencial. Isso implica que eles estiveram focados em outras agendas de debate. Ao não reforçarem esse valor democrático, sugere-se, conforme Dahl (1997), que há uma dificuldade em promover um debate de ideias voltado para a participação coletiva dos cidadãos, a defesa de suas próprias propostas e a criação de oportunidades para a confrontação democrática com seus oponentes. Além disso, pode-se argumentar que existe uma dificuldade em tratar sobre a alternância de poder, especialmente considerando que dois dos candidatos deveriam ter abordado essa questão, dado que López Obrador estava à frente da presidência do México por vários mandatos.

225

Quadro 5 - Valor Democrático de Competição Política nos tweets dos candidatos durante a campanha presidencial no México

	Presença		Ausência		Total	
	N	%	N	%	N	%
Claudia Sheinbaum	30	25,4%	28	11,3%	58	15,9%
Jorge Máynez	46	39%	30	12,1%	76	20,8%
Xochitl Galvez	42	35,6%	189	76,5%	231	63,3%
Total	118	100%	247	100%	365	100%

Fonte: Elaboração dos autores (2024).

No Quadro 6, observa-se a análise do valor democrático de acesso à informação. Constatou-se que essa foi uma discussão menos enfatizada em comparação com a competição política. Apenas os candidatos Claudia Sheinbaum, com 60% dos tweets, e Jorge Álvarez Máynez, com 40%, abordaram

essa temática, e mesmo assim, de forma relativamente limitada quando comparado ao total de tweets analisados. Como a amostra representa o conjunto total dos tweets, pode-se afirmar que o acesso à informação não foi um valor democrático abordado com destaque pelos candidatos. A candidata Xóchitl Gálvez, por sua vez, não realizou nenhum tweet relacionado a esse tema.

Para essa análise é preciso considerar que a América Latina vem ampliando o caráter democrático de expansão das tecnologias de informação e comunicação e o México está inserido nesse contexto. É relacionado ao acesso a informação que se encontram os trabalhos sobre e-government nos países latinos (Lau et al, 2008) onde os governantes buscam reforçar a democracia a partir da transparência pública nas tomadas de decisões. Por isso, esperava-se que o valor democrático de acesso à informação fosse presente na comunicação dos candidatos no Twitter.

Quadro 6 - Valor Democrático de Acesso à informação nos tweets dos candidatos durante a campanha presidencial no México

	Presença		Ausência		Total	
	N	%	N	%	N	%
Claudia Sheinbaum	3	60%	55	15,3%	58	15,9%
Jorge Máynez	2	40%	74	20,6%	76	20,8%
Xochitl Galvez	0	0%	231	64,2%	231	63,3%
Total	5	100%	360	100%	365	100%

Fonte: Elaboração dos autores (2024).

226

Por fim, o valor democrático analisado abaixo foi a presença e a ausência do recorte de gênero nos tweets dos três candidatos. A escolha de investigar se essa discussão esteve presente no discurso de campanha justifica-se por alguns fatores.

Primeiramente, a participação de mulheres na disputa eleitoral no México foi significativa, com duas candidatas alcançando o segundo turno — um marco histórico na política eleitoral do país. Em segundo lugar, a violência de gênero foi intensamente noticiada durante o processo eleitoral, destacando a relevância dessa questão, por isso, esperava-se que houvesse um discurso de repúdio das mulheres sobre essa situação. Por fim, entende-se que as pautas voltadas para os direitos das mulheres deveriam ser abordadas por todos os candidatos, independentemente do fato de o pleito contar com uma maioria de candidatas mulheres.

Na literatura de valores democráticos de Robert Dahl não há um valor democrático de recorte de gênero. Mas, entende-se que a discussão sobre políticas públicas voltadas para as mulheres ampliou-se ao longo dos anos, e que a pauta de recorte de gênero se tornou crucial em períodos de campanhas eleitorais (D'Avila, 2018; Rita, 2018). Nesse sentido, este trabalho considerou essa categoria como uma categoria de representação democrática para compreender como o recorte de gênero esteve presente no discurso dos candidatos durante o processo eleitoral.

Dos 365 tweets analisados, o assunto recorte de gênero esteve presente em 25 tweets dos candidatos. Xóchitl Gálvez com 64%, Claudia Sheinbaum com 20% e Jorge Alvarez Maynez com 16%

de postagens sobre essa temática. Quando comparado à presença e ausência da abordagem nas postagens totais, pode-se afirmar que não houve uma discussão significativa em termos quantitativos sobre o recorte de gênero. Por mais que os três candidatos tenham tratado em poucas postagens sobre o assunto, o quantitativo é inferior às outras abordagens democráticas.

A hipótese inicial era que a discussão sobre gênero e a violência enfrentada pelas mulheres estaria presente no discurso de campanha eleitoral. No entanto, os dados revelam que essa expectativa não se concretizou. E que, embora as candidatas mulheres tenham sofrido violência de gênero durante a campanha presidencial, elas não apresentaram essa discussão em suas postagens na plataforma do Twitter. Como afirma a autora D'Avila (2018), a discussão sobre a presença das mulheres em posições institucionais com sua ampliação nesses espaços de poder pode ser meramente ilustrativa quando elas não pautam as discussões de recorte de gênero e representação substancial das mulheres. Sendo assim, para uma consolidação democrática deste debate, as próprias mulheres institucionalizadas precisam reforçar essa abordagem temática que também é gerida pelas candidaturas e pelos representantes políticos homens.

Logo, com a vitória eleitoral de Claudia Sheinbaum nas eleições presidenciais no México, qual a garantia que seu atual governo presidencial consolidará políticas públicas para o combate à violência de gênero e mais oportunidades para as mulheres, se em seu discurso de campanha eleitoral, não foi encontrada tal discussão de recorte de gênero?

227

Quadro 7 - Valor Democrático de Recorte de Gênero nos tweets dos candidatos durante a campanha presidencial no México

	Presença		Ausência		Total	
	N	%	N	%	N	%
Claudia Sheinbaum	5	20%	53	15,6%	58	15,9%
Jorge Máynez	4	16%	72	21,2%	76	20,8%
Xochitl Galvez	16	64%	215	63,2%	231	63,3%
Total	25	100%	340	100%	365	100%

Fonte: Elaboração dos autores (2024).

7 Conclusão

Este trabalho teve como foco compreender se a comunicação política dos três candidatos presidenciais nas eleições do México reflete valores democráticos, à luz da teoria democrática de Robert Dahl. Foram utilizadas como categorias de análise a participação e a competição política, o acesso à informação e o recorte de gênero, considerando que as eleições de 2024 marcaram a primeira vez na história do México em que o segundo turno foi disputado por duas candidatas mulheres.

As principais temáticas identificadas na formação das classes, com base nos termos estatisticamente significativos nas falas dos postulantes, foram: pautas e ideias de campanha, justiça

social, futuro e juventude, embates e campanhas negativas, regionalismo, além de apoio e cumprimento de promessas. Entre essas, a categoria mais fortemente associada aos valores democráticos foi o regionalismo, onde os candidatos destacaram a importância das transformações nas cidades e as possibilidades de angariar capital político por meio dessas mudanças.

Outra categoria que emergiu na análise automatizada de conteúdo, de maneira inesperada, foi o partidarismo político dos candidatos. A amostra revelou que dois postulantes focaram suas publicações em destacar os pontos negativos dos líderes do Partido Revolucionário Institucional (PRI). Assim, percebe-se um discurso de anti partidarismo, em que os candidatos relacionam a hegemonia do Priar no México com o que poderia ocorrer com o partido Morena de López Obrador, sinalizando uma crítica à concentração de poder partidário.

Na análise das variáveis de valores democráticos, foram encontrados os seguintes pontos: primeiro, os candidatos priorizaram um discurso focado na participação efetiva, em detrimento do acesso à informação e da competição política. Assim, pode-se afirmar que a comunicação política desses candidatos não refletiu plenamente os valores democráticos. Entre os três candidatos, a candidata que mais realizou publicações — Xóchitl Gálvez — foi também a que mais abordou os critérios democráticos analisados, embora tenha sido a candidata que não venceu as eleições.

Ao analisar o recorte de gênero, esperava-se que os candidatos abordassem essa questão, considerando especialmente a onda de violência política de gênero que marcou essas eleições no México. O fato de duas mulheres terem chegado ao segundo turno reforçou a importância dessa categoria para a observação. Na análise de conteúdo automatizada, foram identificados termos relevantes para essa discussão, como "presidenta", "garotas" e "crianças". No entanto, ao aprofundar a análise qualitativa, observou-se que esses termos não estavam necessariamente vinculados ao contexto de gênero. Portanto, conclui-se que o debate sobre violência de gênero também esteve ausente nas discussões dos presidencialistas nas eleições mexicanas.

Por fim, é possível afirmar que, durante o processo eleitoral presidencial no México em 2024, os candidatos não se concentraram em discutir temas que Robert Dahl considera essenciais para uma democracia mais próxima do "ideal poliárquico". Como resultado, observa-se um distanciamento do eleitorado e um potencial instabilidade democrática, uma vez que os pilares fundamentais para a participação, competição, acesso à informação e recorte de gênero não foram devidamente abordados.

8 Referências

Aggio, C. D. O. (2020). Comunicação eleitoral "desintermediada", mas o quão realmente interativa? Jair Bolsonaro e o Twitter nas eleições de 2018. *E-Compós*, 23.

ALCÁNTARA, M. **A profissionalização da política**. Curitiba: CPOP-PPGCP/UFPR, 2016.

AMADO, A; TARULLO, R. **Las redes sociales en la comunicación política: ¿comunicación unidireccional o conversacional?** 2015.

BAUER, M. **Análise de conteúdo clássica**: uma revisão. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (Org.). Pesquisa quantitativa com texto, imagem e som: um manual prático. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

BIZBERG, I. México: una transición fallida. **Desacatos**, n. 48, p. 122-139, mai.-ago. 2015. Acesso em: 09 de jul.2024..

BIROLI, F. Mulheres e política nas notícias: estereótipos de gênero e competência política. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, n. 90, p. 45-69, 2010.

CERVI, E. Análise de conteúdo automatizada para conversações em redes sociais: uma proposta metodológica. In: **42º Encontro Anual da Anpocs**, Caxambu, 2018.

DAHL, R. **Poliarquia**: participação e oposição. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo, 1997.

229

DAHL, R. **Um prefácio à teoria democrática**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1989.

D'AVILA, M. **Mulheres implementam mais políticas públicas para mulheres?** O efeito da presença de mulheres no comando do poder executivo municipal para a implementação de políticas públicas com recorte de gênero nos municípios brasileiros. 2018. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10183/189845>. Acesso em: 04 de set. 2024.

FRANZONI, M; DOS SANTOS, F. L. B. O Governo López Obrador no México: entre a crise e as relações com os Estados Unidos. **Revista de Estudos e Pesquisas sobre as Américas**, v. 14, n. 2, p. 310-337, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.21057/10.21057/repamv14n2.2020.31867>. Acesso em: 12 set. 2024.

LAU, T; ABOULHOSON, M. Adoption of e-government in three Latin American countries: Argentina, Brazil and Mexico. **Telecommunications Policy**, n. 32, p. 88-100, 2008. Disponível em: [10.1016/j.telpol.2007.07.007](http://dx.doi.org/10.1016/j.telpol.2007.07.007). Acesso em: 12jun. 2024.

MARX, G; PEDRA, A. S. O Twitter como instrumento de (in)formação política: a impossibilidade de autoridades públicas bloquearem o acesso de usuários às suas contas. **Revista da Faculdade de Direito da FMP**, 2021.

DULCI, T. M. S.; MECCHI P. S. . Apresentação: Extrema-direita e neoconservadorismo na América Latina e no Caribe. In: Dulci, T.M.S; Mechi, P.S. (Org.). **Extrema-direita e neoconservadorismo na América Latina e no Caribe**. 1ed. v. 1, p. 9-26. Pedro & João Editores. São Carlos, 2023.

NACIF, B. **Para entender las instituciones políticas del México democrático**, 2006. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11651/1388>. Acesso em: 03 de jul.2024.

PANKE, L; IASULAITIS, S. Mulheres no poder: aspectos sobre o discurso feminino nas campanhas eleitorais. **Opinião Pública**, v. 22, n. 2, p. 385-417, 2016.

PARMELEE, J; BICHARD, S. **Politics and the Twitter Revolution: How Tweets Influence the Relationship between Political Leaders and the Public**. Maryland: Lexington Books, 2012.

PEETERS, S. Zeeschuimer. **Zenodo**, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.5281/zenodo.6845136>>. Acesso em: 22 set. 2024.

REINERT, M. Alceste, une méthode d'analyse des données textuelles. Application au texte "Aurélia" de Gérard de Nerval. **Bulletin de Méthodologie Sociologique**, 26(1), 25-54, 1990.

230

RITA, M. Representação na mídia das candidaturas à presidência nas eleições brasileiras em 2010 e em 2014: um recorte de gênero. 2018. Dissertação de Mestrado, UFRGS. Disponível em <http://hdl.handle.net/10183/179475>. Acesso em: 22 set.2024.

ROSSINI, P; LEAL, P. F. Efeitos da campanha virtual no universo das mídias sociais: o comportamento do eleitor no Twitter nas Eleições 2010. **Revista Compólitica**, Rio de Janeiro, v. 3, p. 7-28, maio 2013.

ROSSETO, G; CARREIRO, R; ALMADA, M. P. Twitter e comunicação política: limites e possibilidades. **Revista Compólitica**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, p. 189-216, jul./dez. 2013.

SAMPAIO, R. C; LYCARIÃO, D. **Análise de conteúdo categorial**: manual de aplicação. 2021.

SILVA, J. Os mandatos da antipolítica. **Revista Compólitica**, v. 13, n. 1, p. 171, 2023.

SOUZA, R. Nova Onda Rosa Latino-Americana: As eleições de 2022 da Colômbia no Twitter. **Revista Política Hoje**, v. 32, n. 1, 2023.

STATISTA. Number of active Twitter users in selected countries. 2025. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/242606/number-of-active-twitter-users-in-selected-countries/>. Acesso em: 14 abr. 2026.

TELLES, H.; SILVA, J.; RUIZ, L. Sumário e Apresentação do Dossiê: Poder na América Latina: uma homenagem ao Professor Gláucio Soares. **Revista Debates**, v. 16, n. 1.

Mexican Presidential Elections: an analysis of the candidates' discourse on Twitter

ABSTRACT: This study compares how the three main candidates in the Mexican presidential elections - Claudia Sheinbaum, Xóchitl Gálvez, and Jorge Álvarez Máynez - used the social media platform Twitter as a campaign tool. The aim is to understand the key themes in these candidates' discourse and whether the victory of the first woman in a Mexican presidential election is reflected in the content of their posts. The decision to analyze electoral campaigns on Twitter stems from the platform's increasing adoption by political leaders as a strategic tool rather than merely an obligatory extension of electoral communication. A total of 5,951 tweets were collected from March 1 to May 31, 2024, and analyzed using content analysis techniques. The results indicate that active participation emerged as the dominant democratic value in the candidates' discourse during the campaign, while discussions on gender issues and political violence took a secondary role.

KEYWORDS: Presidential elections; Mexico; Twitter; Electoral campaigns; Gender equality.

Elecciones presidenciales en México: una náalisis del discurso de los candidatos en Twitter

RESUMEN: Este estudio compara cómo los tres principales candidatos en las elecciones presidenciales de México - Claudia Sheinbaum, Xóchitl Gálvez y Jorge Álvarez Máynez - utilizaron la plataforma de redes sociales Twitter como herramienta de campaña. El objetivo es comprender los temas clave en el discurso de estos candidatos y si la victoria de la primera mujer en una elección presidencial en México se refleja en el contenido de sus publicaciones. La decisión de analizar las campañas electorales en Twitter se debe a la creciente adopción de esta plataforma por parte de los líderes políticos como una herramienta estratégica, y no solo como una extensión obligatoria de la comunicación electoral. Se recopiló un total de 5,951 tuits entre el 1 de marzo y el 31 de mayo de 2024, los cuales fueron analizados mediante técnicas de análisis de contenido. Los resultados indican que la participación activa surgió como el valor democrático predominante en el discurso de los candidatos durante la campaña, mientras que las discusiones sobre cuestiones de género y violencia política ocuparon un papel secundario.

PALABRAS CLAVE: Elecciones presidenciales; México; Twitter; Campañas electorales; Igualdad de género