Recomendaciones electorales 2025

Campañas, plataformas sociodigitales, ciudadanía y derecho a la información en las Elecciones judiciales.

PUEDJS
PROGRAMA UNIVERSITARIO DE ESTUDIOS SOBRE DEMOCRACIA, JUSTICIA Y SOCIEDAD

Tlatelolco LAB

Recomendaciones electorales 2025

El presente documento fue elaborado por investigadoras e investigadores de Tlatelolco Lab, laboratorio digital del Programa Universitario de Estudios sobre Democracia, Justicia y Sociedad (PUEDJS) de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Primera edición, mayo de 2025.
Derechos Reservados. Universidad Nacional Autónoma de México.
Programa Universitario de Estudios sobre Democracia, Justicia y Sociedad (PUEDJS).
Torre UNAM-Tlatelolco, Piso 13.
Ricardo Flores Magón 1, Colonia Nonoalco Tlatelolco, Alcaldía Cuauhtémoc, Código Postal 06995, Ciudad de México.
www.puedjs.unam.mx

Cómo citar:

Tlatelolco Lab (2025). *Recomendaciones electorales 2025. Campañas, plataformas sociodigitales, ciudadanía y derecho a la información en las elecciones judiciales.* Observatorio de las Elecciones Judiciales de México 2025, PUEDJS-UNAM, México, 21 páginas.

El presente documento es producto de una investigación realizada por el PUEDJS-UNAM, en el marco de su Observatorio de las Elecciones Judiciales de México 2025. El contenido y las opiniones son responsabilidad exclusiva de sus autores.

Contacto: contacto.puedjs@gmail.com

Tlatelolco Lab
Laboratorio digital para democracia

Coordinación
John M. Ackerman
Jesús Ricardo Miranda Medina

Área de investigación jurídica
Dardo Emanuel Neubauer

Área de investigación cuantitativa
Diego L. Espitia Cabrejo
Luis Ángel Escobar Loera
Marxil Sánchez García

Área de investigación cualitativa
Eloy Caloca Lafont
Fernando Ruiz Molina
Laura Ivonne Quiroz Castillo

Diseño e ilustración
Horacio Leonardo Vázquez García
Fernanda Galeana Berber
Karen Ivonne Tarango Torres
Yeneli Sánchez García

Sitio web
Jorge López Ochoa
Joel Ramos Guillén

Tlatelolco Lab y el Observatorio de las **Elecciones Judiciales de México 2025**

Tlatelolco Lab, laboratorio digital del Programa Universitario de Estudios sobre Democracia, Justicia y Sociedad de la Universidad Nacional Autónoma de México, es un grupo interdisciplinario de investigación e incidencia ciudadana, comprometido con la defensa de la pluralidad, la opinión informada y el empoderamiento directo de la ciudadanía, a través del análisis crítico de los debates públicos en redes sociodigitales y medios masivos de comunicación. Por medio de una metodología mixta (cuantitativa y cualitativa), y multiplataforma, nuestro laboratorio ha sido pionero en la defensa de la **democracia digital y mediática**, especializándose en áreas como la tecnopolítica; los estudios culturales; la economía de algoritmos, contenidos, audiencias e infraestructuras; la regulación de plataformas de Internet y los derechos digitales; la aproximación a los discursos y afectos en línea; el combate a la desinformación; y las humanidades digitales. Asimismo, ha innovado, desarrollado e implementado técnicas de análisis de *big data*, *machine learning*, análisis de textos y análisis de emociones, junto con aportes a los derechos de las y los usuarios, la etnografía digital y el análisis de imagen y video. Con estos bagajes, Tlatelolco Lab ha realizado y publicado, desde 2019, investigaciones académicas y de divulgación, contenidos sociodigitales, recomendaciones para políticas públicas, eventos, herramientas digitales y talleres de acceso abierto, a favor de la ciencia ciudadana, el conocimiento libre y el diálogo democrático.

El **Observatorio de las Elecciones Judiciales de México 2025**, por su parte, es una iniciativa de Tlatelolco Lab para monitorear y analizar la actual contienda por cargos del Poder Judicial, considerando los diferentes actores, contenidos, discursos y emociones en disputa, dentro de las redes sociodigitales. Aunque hemos realizado Observatorios en elecciones pasadas (Estado de México 2023 y presidencial 2024), el presente ejercicio electoral requerirá especial atención, pues no solamente representa una campaña y votación histórica e inusitada, sino también, una posible reconfiguración de la impartición de justicia, involucrando la participación ciudadana. Retomando los antecedentes y la esencia del "Decálogo de Derechos Digitales" y las "Recomendaciones electorales 2024. Por plataformas digitales al servicio de la democracia", las **Recomendaciones Electorales 2025** que se suscriben son un primer esfuerzo para despertar nuevos debates, alertar a las instituciones y convocar a diversas comunidades ciudadanas, con el propósito de evitar sesgos, vacíos legales y prácticas nocivas que pudieran enturbiar el proceso electoral. Por otro lado, la presente publicación se suma a una serie de productos y foros, promovidos por Tlatelolco Lab, a favor de unas elecciones genuinamente democráticas.

Introducción

México se encuentra ante un proceso electoral inédito que determinará, mediante la elección de la voluntad popular, las personas que ocuparán los cargos de ministros de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, los magistrados de la Sala Superior y Salas Regionales del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF), las Magistraturas del Tribunal de Disciplina Judicial (TDJ), Magistraturas de Circuito y Personas Juzgadoras de Distrito en un ejercicio inusitado para la democracia del país.

Tanto por lo novedoso de la elección, como por la cantidad de personas candidatas a elegir para ocupar los diversos cargos, el "Proceso Electoral Extraordinario para la elección de diversos cargos del Poder Judicial de la Federación", presenta un gran desafío de cara a promover la participación democrática de la ciudadanía en instancias restringidas hasta el momento. Frente a esto, las redes sociodigitales son uno de los principales medios por los cuales las personas candidatas se dan a conocer públicamente, despliegan sus estrategias y la población puede conocer sus propuestas electorales. Es decir, las plataformas, como TikTok, Facebook, Instagram y X, deben ser canales fundamentales para lograr un proceso verdaderamente democrático, donde la ciudadanía podrá conocer la diversidad de propuestas y la relevancia histórica de la elección.

Ante este contexto histórico, desde el Laboratorio Digital Tlatelolco Lab del PUEDJS-UNAM, se presenta el documento "Recomendaciones electorales 2025. Campañas, plataformas sociodigitales, ciudadanía y derecho a la información en las Elecciones judiciales", una serie de recomendaciones a las autoridades electorales, las plataformas sociodigitales, los y las candidatos y a la sociedad en general con el fin de aportar un conjunto de principios rectores que permitan transitar el proceso electoral judicial de forma libre, transparente y equitativa. La elaboración de estas recomendaciones se enmarcan en el trabajo que desde el Tlatelolco Lab se viene desarrollando en torno a la imperiosa necesidad de establecer marcos regulatorios claros y precisos a las plataformas sociodigitales. En este camino, es fundamental señalar la construcción del "Decálogo de Derechos Digitales en Redes Sociales[1]", iniciativa que plantea los principios elementales que debe constituir un marco regulatorio que anteponga una regulación pública, transparente y participativa, que persigue

1 https://puedjs.unam.mx/decalogo-digital/

la defensa de los derechos ciudadanos y el fortalecimiento del sistema democrático, por sobre un sistema autorregulado y liderado por intereses privados y transnacionales que privilegian la rentabilidad económica y los intereses políticos de las plataformas. Por otro lado, se retoma el documento "Recomendaciones electorales. Por plataformas al servicio de la democracia[2]", emitido en el contexto electoral del 2024 que buscaba establecer una serie de principios en materia electoral, enfocados en la regulación de plataformas digitales y el actuar de la autoridad en la materia. Dichas recomendaciones fueron emanadas de un debate público y abierto entre expertos, académicos y personalidades públicas y políticas con el fin de que su construcción se apoye sobre la base del pluralismo de ideas para fortalecer el proceso electoral y se respete la voluntad democrática.

"Recomendaciones electorales 2025. Campañas, plataformas sociodigitales, ciudadanía y derecho a la información en las Elecciones judiciales", recupera el espíritu normativo de estas dos iniciativas previas, pero enfocándose en el proceso electoral judicial, con las particularidades pertinentes y con el objetivo de promover condiciones equitativas para las candidaturas, impulsar la transparencia comunicativa y proteger los derechos a la información y la libertad de expresión. Para ello, es necesario un diálogo amplio entre autoridades, sociedad civil, partidos políticos y plataformas tecnológicas, que permita avanzar hacia reformas significativas en defensa de los derechos humanos y la integridad democrática frente a los intereses corporativos. Este documento representa una contribución en esa dirección.

2 https://puedjs.unam.mx/recomendaciones-electorales-2024/

El papel de las plataformas

La influencia de las plataformas sociodigitales en los procesos electorales es cada vez más determinante. Su capacidad para moldear la voluntad ciudadana mediante complejas redes algorítmicas, así como su rol en la difusión y amplificación constante de estrategias de desinformación, les permite incidir indirectamente en los resultados electorales.

No hay que olvidar que las plataformas sociodigitales, particularmente las "consolidadas" constituyen un campo donde rigen sus propias reglas e intereses políticos y económicos. Algunos análisis del último proceso electoral federal del 2024 a cargos ejecutivos y legislativos (Tlatelolco Lab, 2024), han documentado cómo se orquestaban campañas de manipulación a través de diversas estrategias digitales como el posicionamiento de hashtags y tendencias, a favor o en contra de ciertos actores políticos, impulsados artificialmente mediante un amplio abanico de cuentas falsas en redes sociales y que fueron utilizadas para favorecer intereses partidistas específicos. La elección federal del 2024 ya vislumbraba una serie de irregularidades ante los cuales se evidenciaba el insuficiente marco regulatorio actual para enfrentar las nuevas formas de interferencia electoral, especialmente ante el surgimiento de técnicas avanzadas basadas en algoritmos y perfiles digitales individualizados, como así también, los procesos tercerizados de financiación de las campañas electorales.

La elección judicial

México está atravesando una elección histórica emanada de una Reforma Constitucional y la modificación a la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales en materia de elección de personas juzgadoras del Poder Judicial de la Federación (LGIPE), por primera vez, la ciudadanía podrá elegir a quienes les representen en las instancias de impartición de justicia. Frente a ello, las campañas desplegadas por las personas candidatas se están

desarrollando con el objetivo de dar a conocer a la ciudadanía del proceso electoral en general y de las propuestas de cada candidato o candidata que aspiran a lograr un porcentaje de votos para conformar el poder judicial. Ello es un desafío importante si se consideran que deben cubrirse 881 cargos entre 3423 candidatos.

Este proceso electoral presenta particularidades que deben ser tomadas en cuenta. Una de ellas es la participación de personas candidatas que actualmente ocupan cargos dentro de la misma institución a la que aspiran, lo que les permitiría hacer campaña desde una posición de poder. Aunque la normativa electoral prohíbe el uso de recursos y privilegios públicos con fines proselitistas, en la práctica resulta difícil garantizar su cumplimiento efectivo. En el ámbito de la propaganda electoral, el INE, autoridad en materia electoral ha establecido una serie de requisitos y obligaciones en torno al desarrollo de las campañas en el ámbito comunicativo. Por un lado, un tope máximo de gastos de campaña según la jurisdicción de la elección (en el caso de los tribunales federales alcanza a $1,468,841.33[3]) que saldrá de fondos propios de la persona candidata, prohibiendo el financiamiento público y privado de las candidaturas. Uno de los puntos con mayor relevancia derivada de la reforma constitucional y la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales que se diferencia de otros procesos electorales, es lo relativo a la financiación de las campañas electorales, las cuales, según el Art. 509 de la LGIPE señala que:

1. Queda prohibida la contratación por sí o por interpósita persona de tiempos de radio y televisión para fines de promoción de las personas candidatas, así como de espacios publicitarios y de promoción personal en medios de comunicación impresos o digitales.
2. Las personas candidatas podrán hacer uso de redes sociales o medios digitales para promocionar sus candidaturas, siempre y cuando no impliquen erogaciones para potenciar o amplificar sus contenidos.

En este contexto, las presentes recomendaciones electorales van dirigidas a garantizar

3 https://centralelectoral.ine.mx/2025/03/20/determina-ine-topes-de-gastos-de-campana-de-las-candidaturas-del-peepjf-2024-2025/

condiciones equitativas para las personas candidatas en el debate público digital y también fortalecer la transparencia en la comunicación y proteger de forma integral el derecho a la información pública electoral y la libertad de expresión de la ciudadanía.

Finalmente, es imprescindible señalar que las recomendaciones electorales centradas en las plataformas sociodigitales deben ser parte de un debate mucho más amplio que logre confluir en un marco jurídico integral que establezca la preponderancia del interés públicoy la defensa y protección de los derechos humanos por sobre los intereses particulares de las grandes corporaciones tecnológicas. Para ello es imprescindible aunar esfuerzos a través de un diálogo amplio entre autoridades, sociedad civil, partidos políticos y las propias plataformas digitales, que impulse reformas significativas orientadas a preservar la integridad y autenticidad del proceso democrático en México.

Recomendaciones

A partir del marco legal para la primera elección en México a cargos del Poder Judicial por voto popular y considerando la necesidad de propuestas novedosas y específicas para la campaña electoral en redes sociales, desde el laboratorio digital Tlatelolco Lab del Programa Universitario de Estudios sobre Democracia, Justicia y Sociedad de la Universidad Nacional Autónoma de México, se presentan las siguientes recomendaciones en materia de plataformas sociodigitales:

1. Verificación de perfiles y etiquetado de contenido político-electoral en plataformas digitales

La verificación de perfiles de candidaturas y el etiquetado de contenidos en plataformas sociodigitales no es una mera cuestión técnica, sino un componente central para garantizar transparencia, autenticidad y equidad informativa en procesos electorales. Estas acciones están orientadas a fortalecer el derecho a la información de la ciudadanía en contextos caracterizados por la saturación de contenido, la desinformación y la opacidad algorítmica.

Desde una perspectiva de derechos, la libertad de expresión y el derecho a participar en la vida pública deben estar acompañados de medidas que permitan distinguir entre

contenido auténtico, manipulado o fraudulento. En este sentido, la verificación y el etiquetado actúan como mecanismos de trazabilidad digital, permitiendo identificar el origen de los mensajes en circulación.

La autorregulación de plataformas ha demostrado ser insuficiente ante campañas orquestadas de desinformación, por lo que se requiere un modelo de corregulación, en el cual la autoridad electoral establezca criterios obligatorios que las plataformas deban aplicar de forma homogénea y verificable. Para ello se recomienda al INE:

- *Establecer un convenio* con las plataformas digitales que operen en el país durante el proceso electoral para activar un sistema de verificación oficial de perfiles de personas candidatas, garantizando que estos perfiles estén claramente identificables para la ciudadanía.

- *Desarrollar un sello digital* de verificación institucional, visible en todas las publicaciones realizadas por dichas cuentas, con leyendas como "Cuenta oficial verificada por el INE" y "Publicación etiquetada como contenido electoral orgánico".

- *Crear un sistema de etiquetado* de "videos oficiales de campaña", "contenido proselitista sin paga", "contenido proselitista con financiamiento" y "contenido engañoso", en caso de que se desmienta y aclare alguna desinformación.

- *Establecer criterios comunes* de clasificación de contenido electoral, incluyendo publicaciones con fines proselitistas, difusión de propuestas de campaña y reacciones a eventos del proceso electoral.

- *El etiquetado deberá ser claro*, no intrusivo y comprensible para usuarios con distintos niveles de alfabetización digital.

Con esta recomendación se busca un impacto que genere transparencia informativa que reduzca la ambigüedad sobre el origen del contenido electoral, evitando que las campañas se mezclen con la conversación orgánica de terceros y fortalezca la confianza de la ciudadanía al mejorar la percepción de legitimidad del proceso electoral. Por otro

lado, se busca evitar la suplantación de identidad al inhibir la creación de cuentas falsas que puedan alterar la voluntad popular a la vez que permite un monitoreo más efectivo por parte del INE, la ciudadanía y organizaciones independientes.

Esta recomendación ya ha sido implementada en otras regiones, como es el caso de Brasil donde el Tribunal Superior Electoral (TSE) arribó a acuerdos de colaboración con las plataformas como Google, TikTok, WhatsApp y Twitter, para que las cuentas de candidatos fueran verificadas de forma prioritaria, que todo contenido electoral generado desde estas cuentas fuera etiquetado automáticamente y se notificará a los usuarios que estaban interactuando con contenido oficial de campaña. En Francia, la "Loi 2018-1202"exige que toda publicación con fines políticos o electorales esté identificada como tal durante los periodos electorales, ya sea orgánica o patrocinada. Las plataformas están obligadas a facilitar herramientas de etiquetado a los actores políticos y a reportar sobre el cumplimiento de esta obligación.

2. Ocultamiento y/o restricción de contenido violatorio de la reglamentación electoral

Para garantizar un proceso electoral transparente y equitativo, las plataformas digitales deben actuar con prontitud ante los requerimientos de la autoridad electoral para ocultar o restringir contenido que viole la normativa electoral. El trabajo colaborativo entre las plataformas y las autoridades tiene como objetivo lograr que los principios básicos de todo proceso electoral no se desvirtúen, promoviendo un debate público informado y de calidad y evitar el desarrollo de campañas de desinformación, fakes news y todo aquello que interfiera en el desarrollo de un proceso electoral transparente.

En apego a los principios de libertad de expresión y derecho a la información estipulados en el marco jurídico nacional como en tratados internacionales vinculantes, las medidas que tome la autoridad electoral se centrarán en delimitar, restringir u ocultar de forma temporal, más no eliminar contenido, con el fin de garantizar un equilibrio justo entre la protección de la integridad electoral y el respeto a los derechos de la ciudadanía.

En esta línea, se promueve ampliar el alcance del artículo 5 inc. IV del "Catálogo de infracciones para el proceso electoral extraordinario del Poder Judicial de la Federación 2024-2025", a fin de brindar una visión amplia de las campañas de desinformación más allá de las asignadas a las personas candidatas y con el objetivo de determinar si dichas calumnias son parte de campañas orquestadas para influir en el proceso electoral.

Para ello, se recomienda que la Unidad Técnica de Fiscalización (UTF) del INE incluya en su labor de monitoreo establecida en el Art 38. de los "Lineamientos para la fiscalización de los procesos electorales del Poder Judicial, federal y local", el análisis, detección y determinación de aquellos contenidos que estén abocados a propagar campañas de desinformación, con el fin de emitir, en conjunto a la Comisión de Quejas y Denuncias del INE, un requerimiento a las plataformas sociodigitales para restringir y/o ocultar dichos contenidos, como paso previo a la retirada del contenido por parte del TEPJF si se considera que tiene como objetivo alterar el proceso electoral. Mientras el Tribunal Electoral resuelve sobre el caso, es importante etiquetar el contenido que está siendo investigado para determinar si constituye o no un acto de desinformación, similar a lo establecido en el art. 155 de la Electoral Reform Act 2022 de Irlanda. En esta línea, es importante considerar que la notificación a la plataforma sobre la restricción de contenido sea acompañada de:

- Justificación legal.
- Alcance temporal de la restricción.
- Indicación de si el contenido será revisado por el TEPJF para su eliminación definitiva.

Por último, en pos de la transparencia, se debe publicar semanalmente un informe de transparencia por parte del INE, donde se informan las restricciones solicitadas, el fundamento legal y el estado de resolución de cada caso. Esta recomendación busca no solo reducir la circulación de información engañosa con efectos electorales, sino también resguardar el principio de equidad en la contienda digital y fortalecer la capacidad sancionadora y preventiva del INE sin vulnerar la libertad de expresión.

3. Informes de transparencia y alcance del contenido orgánico.

En los procesos electorales contemporáneos, la transparencia informativa no sólo debe aplicarse al gasto publicitario, sino también a la distribución orgánica de contenidos en plataformas digitales. En contextos donde está prohibida la contratación de publicidad política (como en las elecciones judiciales mexicanas de 2025), el contenido orgánico —aquél que se genera y difunde sin pago directo— se convierte en el principal vehículo de persuasión política. Sin embargo, este tipo de contenido también puede ser objeto de manipulación, amplificación artificial, o bien, estar sujeto a privilegios algorítmicos no visibles para las autoridades ni la ciudadanía.

Por tanto, el principio de rendición de cuentas en la esfera digital debe extenderse más allá del gasto financiero, abarcando la trazabilidad de los contenidos orgánicos (quién los genera, cómo se distribuyen y a que audiencia llegan), una explicación por parte de las plataformas de las decisiones algorítmicas que afectan o influyen su visibilidad y el monitoreo de la interacción ciudadana con estos contenidos. La falta de información sobre estos aspectos crea un entorno propenso a la opacidad, la manipulación del voto y la captura informativa de las audiencias, lo que vulnera directamente el derecho a la información (artículo 6° de la CPEUM) y el principio de equidad electoral.

Frente a ello, se recomienda que el INE, a través de su Unidad Técnica de Fiscalización, exija informes de transparencia específicos a las plataformas digitales sobre contenido electoral orgánico, que incluya al menos los siguientes elementos:

- *Datos desagregados* sobre cuentas verificadas de personas candidatas, incluyendo número total de publicaciones durante el periodo electoral, número de interacciones (impresiones, clics, compartidos, reacciones) y segmentación demográfica estimada de la audiencia alcanzada.

- *Criterios algorítmicos de visibilidad:* Factores que priorizan o limitan la circulación de dicho contenido (interacción previa, densidad de seguidores, nivel de viralidad, etc.).

- *Contenido etiquetado como electoral:* qué proporción se viralizó, fue denunciada o moderada, como así también señalar si el contenido etiquetado como electoral, fue financiado para potenciar su aparición en redes y quién lo financió.

- *Contenidos denunciados* por desinformación o violación de normas: acciones tomadas por la plataforma (etiquetado, ocultamiento, limitación, suspensión) y tiempos de respuesta.

- *Datos sintéticos* sobre el ecosistema electoral digital: volumen total de interacciones políticas, tendencias de conversación electoral, temas dominantes y fuentes principales.

Para cumplir con esta recomendación, el INE podrá solicitar informes mensuales durante el periodo electoral y un informe final de cierre (15 días después de la jornada). Es importante señalar que los datos deberán estar disponibles en formatos accesibles (CSV, JSON) para permitir análisis por parte de organizaciones de la sociedad civil y periodistas, garantizando la anonimización de datos personales y el respeto a la protección de datos.

Si bien se centra en propaganda pagada, mediante la Ley Electoral n.º 9.504/1997 y Resolución TSE n.º 23.610/2019 de Brasil, el TSE ha solicitado en elecciones recientes que plataformas entreguen datos sobre publicaciones virales con contenido electoral, incluso cuando no hay financiamiento directo.

4. "Auditoría Digital del Uso Orgánico de Redes Sociales" enfocado en la tercerización de la propaganda electoral paga.

En escenarios donde la legislación prohíbe la contratación directa de publicidad política (como lo establece el artículo 509 de la LGIPE para las elecciones judiciales en México), las campañas políticas han migrado hacia formas más opacas de amplificación de mensajes. Este fenómeno se conoce como tercerización de la propaganda, e implica que actores ajenos a las candidaturas (empresas, influencers, medios digitales, asociaciones civiles) financian, promueven o difunden contenido político en su favor, sin declararlo ni rendir cuentas.

Lo anterior distorsiona gravemente el principio de equidad electoral, ya que rompe el marco de fiscalización directa, simula espontaneidad ciudadana cuando en realidad hay coordinación estratégica y aumenta la asimetría informativa en favor de ciertos actores. Este tipo de prácticas forma parte de lo que se ha denominado infraestructura de desinformación (Bradshaw & Howard, 2018), donde medios "exprés" o pseudomedios digitales surgen ad hoc para influir en la conversación electoral, muchas veces bajo apariencia de neutralidad periodística. Frente a esto, se requiere una auditoría digital sistemática e independiente, orientada a identificar el uso de recursos ilegítimos en el ecosistema orgánico de las redes sociodigitales. Para ello, se recomienda al Instituto Nacional Electoral (INE) establecer un sistema de Auditoría Digital Electoral (ADE) con los siguientes componentes:

- Monitoreo algorítmico y semántico de publicaciones patrocinadas en plataformas, enfocándose en publicaciones de medios digitales que

promocionan candidaturas, anuncios con segmentación política que no provienen de cuentas oficiales y contenido orgánico con comportamiento sospechoso (engagement desproporcionado, compartido masivamente por bots, etc.).

- Revisión periódica de las bibliotecas de anuncios (Ad Libraries) de plataformas como Facebook, Instagram, YouTube, Google Ads y TikTok, aunque no haya contratación directa por parte de candidaturas.

- Rastreo de financiamiento indirecto: Identificar si los anuncios provienen de actores que tienen relaciones institucionales o contractuales con las candidaturas o partidos.

- Publicación de un Informe Trimestral de Propaganda Electoral Tercerizada, con alertas públicas sobre patrones irregulares.

Dicha Auditoria Digital podría serllevada a cabo por la Unidad Técnica de Fiscalización y podrá contrastar esta información con el monitoreo en redes, y en caso de violar los reglamentos, iniciar procedimientos por incumplimiento del principio de transparencia y equidad. Esta recomendación busca detectar oportunamente las estrategias ilegales de propaganda digital, generar una mayor trazabilidad de los contenidos con impacto político y reforzar la legitimidad del INE como garante de la equidad digital.

El Tribunal Superior Electoral de Brasil, mediante la resolución 23.610/2019, establece la figura del "contenido impulsado por terceros", el cual debe ser reportado como propaganda incluso si no es contratado directamente por la candidatura. Por otro lado, en Estados Unidos está en debate la Honest Ads Act que propone que cualquier gasto en publicidad digital política, directa o indirecta, sea rastreable, incluyendo información sobre el promotor, el monto invertido y el público objetivo. Aunque no ha sido aprobada, varias plataformas aplican estos principios de forma voluntaria

5. Detección, revisión y limitación de las campañas de desinformación.

La desinformación electoral se ha consolidado como una amenaza estructural para las democracias contemporáneas. Su impacto trasciende la distorsión de hechos: altera el debate público, debilita la confianza institucional y vulnera el derecho ciudadano a tomar decisiones informadas. En contextos electorales, la desinformación no es simplemente un problema comunicacional, sino un fenómeno de ingeniería discursiva con capacidad de condicionar la voluntad popular mediante estrategias de propaganda digital.

Desde el marco de los derechos humanos, la proliferación de contenidos falsos o manipulados vulnera el derecho a la información (art. 6 de la CPEUM) y el principio de equidad en la contienda (art. 41). Frente a ello, el Estado debe asumir una función proactiva, preventiva y correctiva, en diálogo con las plataformas digitales, pero sin ceder su papel como garante de la integridad electoral.

La desinformación electoral opera bajo lógicas algorítmicas, virales y afectivas. Por ello, las medidas no pueden limitarse a respuestas reactivas; requieren sistemas de detección temprana, análisis de comportamiento inauténtico coordinado, y protocolos de intervención ágil para reducir el daño en tiempo real. Frente a ello, se propone al Instituto Nacional Electoral (INE) que, en coordinación con las principales plataformas digitales, establecer los siguientes instrumentos normativos y operativos:

- Sistema de Alerta Temprana Electoral: Plataforma de monitoreo continuo de contenidos virales con potencial de desinformación, desarrollada junto con universidades y centros de investigación en tecnologías de la información y comunicación (TIC).

- Protocolo de Notificación Inmediata: Las plataformas deberán notificar al INE toda actividad sospechosa de manipulación electoral digital, incluyendo el uso coordinado de bots, cuentas falsas con fines electorales, tendencias artificialmente amplificadas y deepfakes políticos.

- Base de datos de desinformadores reincidentes: Registro público de cuentas, dominios o páginas web frecuentemente asociadas a campañas de manipulación, similar a lo aplicado por el TSE de Brasil.

- Informe post-electoral obligatorio: Todas las plataformas deben presentar un informe detallado al INE donde se contemple contenidos denunciados por desinformación, las acciones correctivas adoptadas (restricción, ocultamiento, etiquetado) y la conservación de metadatos para análisis forense digital.

- Unidad de Evaluación de Narrativas Electorales: Grupo multidisciplinario que evalúe, en tiempo real, si determinados discursos o videos virales constituyen una campaña de desinformación organizada.

- Manuales o talleres para la Pronta Detección y Denuncia de Desinformación: Hacer un equipo, por parte de instituciones como el INE o las universidades, encargado de brindar apoyo y capacitación a la ciudadanía para detectar contenidos de desinformación, cortar las cadenas de distribución y denunciar ante las autoridades competentes.

El objetivo de esta recomendación se enfoca en mejorar la calidad informativa en el contexto electoral judicial y poder responder ante diversas crisis de desinformación viral, como así también transparentar el comportamiento de las plataformas y las redes organizadas para proteger el derecho ciudadano a votar con base en información verificada.

Esta recomendación ya ha sido aplicada, en cierta medida, en otros ámbitos internacionales. Por ejemplo, la Electoral Reform Act 2022 de Irlanda, obliga a las plataformas a informar sobre comportamiento inauténtico o manipulador durante los periodos electorales. Se reconoce la categoría de "información electoral en línea" como un ámbito de especial vigilancia por parte del Estado, obligando a las plataformas a compartir datos con la autoridad electoral. Por otro lado, el acuerdo del Tribunal Superior Electoral de Brasil desarrolló un sistema de monitoreo en tiempo real para las elecciones de 2022. TikTok, Google y Meta acordaron

retirar contenido falso una vez notificado por el TSE. También se sancionó el uso sistemático de cuentas de influencers financiadas indirectamente por partidos. Otro ejemplo que se acerca a dicha propuesta es el caso de Elections Modernization Act (2019) de Canadá donde se establece que las plataformas están obligadas a mantener repositorios públicos de contenido político y reportar si detectan comportamiento sospechoso o automatizado.

6. Topes de gastos de campaña y rendición de cuentas del gasto en recursos comunicativos digitales y físicos

La prohibición de contratar publicidad electoral en medios tradicionales y digitales (art. 509 de la LGIPE) representa un avance normativo para garantizar un proceso equitativo, transparente y austero en la elección de personas juzgadoras del Poder Judicial. Sin embargo, esta disposición presenta vacíos regulatorios frente a fenómenos ya mencionados:

- La tercerización de la propaganda digital a través de actores no identificados.
- La amplificación artificial de contenido orgánico, financiada o gestionada por terceros.
- La disfrazada presencia publicitaria en medios nativos digitales, influencers o pseudomedios que no declaran vínculos con candidaturas.

A esto se suma la necesidad de fiscalizar también el gasto en materiales de comunicación no tradicionales, como herramientas tecnológicas, estrategias de posicionamiento en redes, microsegmentación de contenidos, contratación de community managers y uso de inteligencia artificial generativa.

Por tanto, se requiere una ampliación de criterios técnicos y normativos para que el principio de equidad en la contienda (art. 41 de la CPEUM) no se vea vulnerado por vías indirectas, no contempladas explícitamente en la reglamentación. Para ello, se le recomienda al Instituto Nacional Electoral (INE), a través de la Unidad Técnica de Fiscalización (UTF) y con el apoyo del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) a:

- Ampliar los criterios de fiscalización a los siguientes rubros específicos: Servicios de posicionamiento digital no pagados directamente a plataformas, como contratación de agencias de marketing, diseño de campañas orgánicas, coordinación de redes de replicadores, etc.
- Costos indirectos en medios digitales: producción de contenidos multimedia, asesoría en manejo de redes sociales, plataformas de análisis de datos, herramientas de automatización, etc.
- Participación sistemática en medios de comunicación nativos digitales (entrevistas, menciones, transmisiones en vivo): debe reportarse como recurso en especie o apoyo indirecto.
- Incorporar metodologías de auditoría digital avanzadas, como:
- Análisis de tráfico y viralización sospechosa en cuentas de bajo perfil o medios exprés.
- Cruces de datos entre contenidos difundidos y gastos declarados.
- Solicitud de informes a plataformas digitales (Meta, X, Google, TikTok) sobre la presencia y comportamiento de cuentas vinculadas a candidaturas.
- Exigir declaraciones juradas de gastos digitales "no financieros", donde las candidaturas detallen recursos humanos empleados en redes y apoyos logísticos digitales no contratados formalmente.

Esta recomendación en torno a una mayor claridad en torno a los topes de gastos de campaña permitirá brindar una mayor transparencia en el uso de recursos comunicacionales no convencionales, disuadir estrategias indirectas de propaganda oculta y fortalecer la elección judicial frente a operaciones encubiertas de influencia.

7. Veda Electoral, propaganda electoral orgánica y monitoreo

La veda electoral constituye una garantía institucional para la reflexión ciudadana. Su objetivo es impedir que la presión mediática, el proselitismo de última hora o las campañas de desinformación afecten la libertad del sufragio. En el entorno digital, donde la información circula sin pausas ni fronteras, la eficacia de la veda enfrenta nuevos retos.

En México, la veda electoral está regulada por el artículo 251 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE), que establece la prohibición de toda propaganda electoral durante los tres días previos a la jornada comicial, así como el mismo día de la elección. Esta norma busca preservar un espacio de silencio informativo que permita a la ciudadanía deliberar sin interferencias.
No obstante, en las plataformas digitales los contenidos persisten y circulan más allá del momento de publicación, el límite entre opinión personal y propaganda política es difusa, mientras que la amplificación algorítmica puede violar la veda sin necesidad de nuevas publicaciones.

Por tanto, se requiere una adaptación tecnológica y normativa para garantizar que la veda electoral no sea solo formal, sino efectiva en el espacio digital.
Se recomienda al Instituto Nacional Electoral (INE) y al Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF):

Implementar un Protocolo de Veda Electoral Digital, que contemple:

- *Monitoreo intensivo* 72 horas antes de la jornada electoral, enfocado en contenido generado por personas candidatas y sus equipos, contenido promovido por figuras públicas, influencers, medios nativos digitales o pseudomedios y contenido publicitario previo que siga circulando de forma masiva durante la veda.
- *Etiquetado automático* y limitación algorítmica de contenidos publicados antes de la veda pero aún activos, con leyendas como “publicación anterior al periodo de reflexión electoral”.
- *Bloqueo de publicaciones nuevas* con hashtags o keywords electorales en cuentas verificadas o relacionadas con propaganda política.
- *Acuerdos con plataformas digitales* para activar sistemas de detección automatizada de contenido electoral durante la veda, como así también restringir la amplificación de contenidos proselitistas y garantizar respuestas en menos de 6 horas a solicitudes de retiro de contenido.
- *Informe público de cumplimiento* de la veda digital, donde se reporten las cuentas monitoreadas, las publicaciones restringidas o eliminadas y los reclamos ciudadanos recibidos y atendidos.

El Protocolo de Veda Electoral Digital debe desarrollarse en el ámbito de la Unidad Técnica de Fiscalización (UTF) del INE, estableciendo como infracción grave cualquier forma de difusión de propaganda electoral durante este periodo, incluso si es orgánica o disfrazada de contenido editorial o testimonial.
Con esta recomendación, lo que se busca es que se disminuyan las publicaciones que puedan distorsionar el voto y se refuerce el principio de equidad al evitar ventajas comunicativas indebidas, garantizando el derecho ciudadano a deliberar libremente.

Si bien el período de veda electoral está determinado en múltiples marcos jurídicos a nivel internacional, es importante señalar el caso de Chile, donde en la elección de 2021, el Servicio Electoral de Chile (SERVEL) solicitó a plataformas moderar hashtags como #VotaX y estableció un canal de denuncias exprés para retirar contenido ilegal. Por su parte, en Francia se estableció que las plataformas deben limitar el alcance de publicaciones con hashtags políticos durante el periodo de veda.

8. Fortalecimiento de la biblioteca digital de trayectorias judiciales "Conóceles"

En el contexto de elecciones judiciales, la ciudadanía enfrenta un desafío inédito: emitir su voto sobre personas cuya trayectoria, actuación pública o antecedentes jurídicos no son de conocimiento generalizado. A diferencia de elecciones ejecutivas o legislativas, donde la notoriedad de las candidaturas suele estar ligada a sus funciones o discursos mediáticos, las candidaturas judiciales exigen un modelo de transparencia sustantiva que no se limite a datos biográficos, sino que revele con claridad su criterio jurídico, independencia y coherencia profesional.

Desde el enfoque de derechos, el acceso a la información electoral es una condición estructural del derecho al voto libre e informado (art. 6° y 41 CPEUM), así como del principio de máxima publicidad reconocido por el sistema interamericano (Corte IDH, OC-5/85). Sin embargo, la información meramente curricular no permite evaluar con profundidad el perfil de quienes aspiran a juzgar. Es necesario avanzar hacia una transparencia funcional que permita conocer cómo han juzgado o litigado, en qué casos, y con qué criterios.

En este marco, el fortalecimiento de la plataforma "Conóceles" es clave para garantizar el ejercicio de un voto informado, la equidad entre candidaturas y el escrutinio público de trayectorias judiciales. Frente a esta situación, se recomienda que el Instituto Nacional Electoral (INE), en colaboración con el Poder Judicial de la Federación, la Secretaría Anticorrupción y Buen Gobierno y organizaciones de transparencia judicial, implementen las siguientes medidas:

- *Ampliación* del tipo de información disponible en la plataforma "Conóceles", incluyendo de manera clara, ordenada y accesible:
- *Sentencias relevantes* dictadas por la persona candidata cuando haya ejercido funciones como juzgador/a (por ejemplo, resoluciones destacadas, votos particulares, criterios que sentaron precedentes).
- *Casos judiciales relevantes* en los que participó como litigante, especialmente si tuvieron impacto en derechos humanos, justicia penal, género, corrupción o conflicto de interés.
- *Participación* en órganos colegiados o jurisdiccionales, indicando la naturaleza de su voto (mayoría, disidencia, abstención).
- *Opiniones académicas*, artículos doctrinales y declaraciones públicas relacionadas con temas jurídicos sensibles, siempre que se encuentren disponibles en medios de acceso público.
- *Mecanismo de verificación* institucional donde toda información publicada deberá contar con una validación institucional que garantice su veracidad y relevancia, sin violar derechos fundamentales ni invadir la privacidad injustificada.
- *Accesibilidad estructural* y visual a través de una interfaz amigable y navegable, la posibilidad de búsqueda por nombre, entidad, área temática o cargo al que se postula y el desarrollo de infografías o resúmenes para usuarios no familiarizados con lenguaje técnico jurídico.
- *Participación de la sociedad civil* y de observatorios ciudadanos donde se puedan establecer un módulo para que organizaciones académicas o de derechos humanos puedan complementar la ficha de la persona candidata con alertas sobre conflictos de interés, sanciones disciplinarias o inhabilitaciones previas, acompañadas de documentación oficial.

La implementación de esta recomendación permitirá fortalecer el derecho ciudadano a ejercer un voto informado y razonado, promoviendo así una cultura de rendición de cuentas dentro del sistema judicial al mejorar la calidad del debate público sobre el perfil que debe tener una persona juzgadora.

Si bien la magnitud del proceso electoral judicial en México es inédita, hay ejemplos de la implementación de medidas como la planteada. En Estados Unidos, particularmente en los estados donde se eligen jueces, como Michigan o Texas, los electores pueden acceder a portales con historial profesional, casos relevantes, posición en temas clave y análisis de su comportamiento judicial (fallos a favor/contra ciertos grupos).

9. Programa Integral de Explicación del Proceso Electoral a la Ciudadanía

La legitimidad del proceso democrático no se centra exclusivamente en la emisión del voto, sino también en la deliberación pública que lo precede. El principio de sufragio informado, derivado del derecho a la información y a la participación política (arts. 6° y 35 de la CPEUM), exige que las y los ciudadanos cuenten con las herramientas mínimas para entender qué se vota, a quién se elige y por qué es importante participar de los comicios.

En el caso de la elección judicial de 2025, la distancia entre ciudadanía e instituciones se vuelve más crítica: el desconocimiento generalizado sobre la estructura, funciones y atribuciones del Poder Judicial, como así también el lenguaje técnico-jurídico y el bajo conocimiento público de las personas candidatas, compromete la comprensión del proceso y abre la puerta a su deslegitimación.

Frente a esto, es urgente implementar una política pública que combine educación cívica crítica, alfabetización jurídica básica y comunicación política institucional, que permita comprender el proceso electoral presente y el funcionamiento del poder judicial.

Para ello, se propone que el INE, en colaboración con el Poder Judicial de la

Federación, universidades públicas y privadas, organismos de la sociedad civil y los medios públicos (SPR, Canal 11, Canal 14, Radio Educación), desarrollen un Programa Nacional de Pedagogía Electoral Judicial, que se enfoque en las siguientes recomendaciones:

Desarrollo de una campaña nacional multiformato de educación cívico-jurídica donde se explique cómo funciona el Poder Judicial (juzgados, tribunales, cortes), cuáles son los cargos en disputa (tipos de jueces/as, magistrados/as y ministros/as y sus competencias) y cómo votar, a través de videos animados y didácticos de 1–3 minutos, infografías, historias interactivas en Instagram/TikTok, podcast, etc.

A la par, es fundamental desarrollar talleres y encuentros con la ciudadanía de forma presencial en universidades, preparatorias, centros comunitarios, plazas públicas y ferias informativas que explique el proceso electoral y el trabajo del poder judicial a través de ejercicios prácticos. En estos encuentros, es importante que se haga hincapié en explicaciones sencillas sobre qué hace cada cargo y poder visualizar de forma sencilla y clara qué candidatos han tenido mayor experiencia jurisdiccional para el cargo que compite.
Por último, resulta indispensable articular la campaña informativa y educativa con los medios comunitarios e indígenas, a través de cápsulas y espacios de análisis electoral judicial como así también promover alianzas con comunicadores locales, activistas digitales y periodistas para multiplicar el alcance de la campaña.

Esta recomendación busca reducir la brecha informativa en el proceso electoral judicial con el objetivo de que la participación sea lo más amplia posible, pero a través de un voto informado, consciente y libre de manipulaciones por parte de actores con intereses particulares.

Bibliografía:

Ackerman, John (Coord) y Escamilla, Adrián (Coord) (2023). La disputa por la democracia en las redes y en los medios: desinformaciòn, narrativas e intereses en el México actual. Ed Akal.

Bradshaw, S., & Howard, P. N. (2018). Challenging truth and trust: A global inventory of organized social media manipulation. *The computational propaganda project*, *1*, 1-26.

Rubio, Rafael (2023). "Acciones de terceros en redes sociales durante las campañas electorales". Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (1ª ed.). Ciudad de México, México.

Tlatelolco Lab (2024). "Monitoreo de redes sociales y análisis de participación electoral". PUEDJS-UNAM.

Tlatelolco Lab (2024). "Recomendaciones electorales 2024. Por plataformas digitales al servicio de la democracia". PUEDJS-UNAM

Tlatelolco Lab (2023). "Decálogo de Derechos de las Personas Usuarias de Redes Sociodigitales. PUEDJS-UNAM

Jurisprudencia:

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Electoral Reform Act 2022. Irlanda.

Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales. (Última reforma: 14-10-2024)

Ley nº 9.504/1997 (texto actualizado): https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9504.htm

Ley nº 2018-1202 (*Loi n° 2018-1202 du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information*) de Francia.

Resolución TSE nº 23.610/2019 (texto completo): https://www.tse.jus.br/legislacao/compilada/res/2019/resolucao-no-23-610-de-18-de-dezembro-de-2019

Tribunal Superior Electora (2022). PROGRAMA PERMANENTE DE LUCHA CONTRA LA DESINFORMACIÓN EN EL MARCO DE LA JUSTICIA ELECTORAL DE BRASIL. https://www.justicaeleitoral.jus.br/desinformacao/arquivos/tse-brasil-programa-de-lucha-contra-la-desinformacion-2022-1.pdf

Tribunal Superior Electora (2024). PROGRAMA PERMANENTE DE ENFRENTAMIENTO A LA DESINFORMACIÓN EN LA JUSTICIA ELECTORAL. https://www.justicaeleitoral.jus.br/desinformacao/arquivos/Anexo_2995812_Relatorio_de_acoes_e_resultados_web_espanhol.pdf