



PROCESO ELECTORAL JUDICIAL 2025, EL RETO COMUNICACIONAL

Este jueves 24 de abril inicia una campaña inédita en la historia electoral del Estado de México: por primera vez los mexiquenses elegirán directamente a quienes aspiran a la Presidencia del Tribunal Superior de Justicia del Estado de México, a convertirse en Magistradas y Magistrados del Tribunal de Disciplina Judicial, a obtener las Magistraturas del Tribunal Superior de Justicia o convertirse en Juezas y Jueces del Poder Judicial en la entidad.

Y aunque la novedad institucional es en sí misma un hito, lo verdaderamente disruptivo es el escenario donde se librará buena parte de esta contienda: las redes sociales. No por elección estratégica, sino por necesidad operativa.

El brevísimo periodo de campaña —de menos de 5 semanas— la prohibición expresa de contratar publicidad pagada, la imposibilidad de ocupar espacios oficiales en televisión y radio así como los exigüos recursos aprobados para difusión,

obligan a trasladar la competencia al terreno digital. Así, plataformas como Facebook, Instagram o TikTok dejan de ser herramientas complementarias y se convierten en el campo principal —y en muchos casos, único— para comunicar ideas, presentar trayectorias y tratar de conectar con el electorado.

En ese entorno, regido por la inmediatez, la emotividad y el impacto visual; que privilegia lo inmediato, lo visual y lo emocional, transmitir propuestas jurídicas de fondo jurídico, con profundidad institucional es un desafío monumental: ¿cómo explicar principios de derecho en menos de un minuto y sin presupuesto? ¿Cómo captar atención sin trivializar el mensaje? ¿Cómo hacer política judicial en un ecosistema diseñado para el entretenimiento? Ese es, hoy, el dilema de fondo.

Las plataformas digitales —Facebook, Instagram, TikTok, X— no están diseñadas para el análisis pausado, sino para el scroll infinito. El riesgo es evidente.

Con el inicio previo del proceso de elección del Poder Judicial de la Federación, hemos sido testigos y participantes de una competencia centrada en popularidad, carisma y alcance mediático más que de ideas y propuestas. Así este nuevo capítulo en el Estado de México podría derivar en una elección basada en métricas de likes, no de legalidad. En lugar de discutir trayectorias profesionales, capacidades técnicas o visiones del derecho, podríamos terminar eligiendo a quien mejor encaje en un TikTok de 15 segundos.

Esto no es una exageración. El ecosistema digital ha modificado radicalmente la manera en que las personas procesan la información y toman decisiones. Estudios recientes indican que la capacidad de atención promedio en plataformas móviles ronda los 8 segundos. En ese lapso, un candidato judicial no puede explicar qué es un criterio de interpretación obligato-

ria, ni mucho menos justificar cómo su propuesta fortalecerá la autonomía de los juzgados o modernizará la justicia civil.

La pregunta, entonces, ¿cómo hacer que funcione estas campañas en redes sociales? Aquí es donde la comunicación política —y particularmente la estrategia digital— cobra un valor crítico. No se trata de forzar a los candidatos judiciales a volverse influencers ni de caricaturizar el mensaje jurídico para hacerlo “vendible”. Se trata, en cambio, de adaptar el lenguaje técnico a un formato narrativo comprensible, sin perder rigor. Humanizar el perfil, mostrar la trayectoria a través de historias, explicar propuestas a partir de ejemplos concretos. Educar comunicando.

Porque no hay que olvidar lo fundamental: un juez o magistrado no está llamado a ser popular, sino imparcial. No necesita ser viral, sino confiable. Pero si el nuevo modelo electoral exige que su nombre llegue a las urnas, entonces también requiere que su mensaje llegue a la gente. Y allí está la gran prueba: comunicar sin simplificar en exceso, conectar sin caer en el populismo digital.

La ciudadanía también tiene un papel fundamental. Este nuevo proceso requiere una ciudadanía más informada, más participativa, más crítica. Votar por un juez no es elegir un rostro simpático ni un video bien editado. Es elegir a quien será garante de nuestros derechos, árbitro de nuestros conflictos, defensor del marco legal que nos protege a todos.

Como ciudadanos, debemos informarnos, estamos obligados a conocer a quienes vamos a elegir, y más aún cuando se trata de aquellos que impartirán justicia. A diferencia de otros cargos, el de juez o magistrado no opera desde la retórica política, sino desde la aplicación de la ley. Por eso, no basta con simpatizar: hay que evaluar con rigor.

Revisar trayectorias, contrastar experiencias, analizar desempeños, consultar

antecedentes públicos, preguntar por su visión del derecho, por sus valores éticos, por su compromiso con la imparcialidad, con los derechos humanos y con la justicia pronta y expedita. Hay que investigar quiénes son las y los candidatos más allá de sus slogans o su presencia en redes, buscar información.

El Instituto Electoral del Estado de México, ha habilitado un espacio digital especialmente diseñado para que la ciudadanía pueda conocer a detalle a las personas candidatas en esta elección histórica. Se trata de la plataforma “Conóceles” (<https://www.ieem.org.mx/eleccion-poder-judicial-2025/conoceles.html>), donde se concentra toda la información relevante sobre los aspirantes.

Este sitio permite consultar los perfiles profesionales, trayectorias, experiencia y propuestas de cada candidatura, brindando así una herramienta valiosa para ejercer un voto informado y consciente.

Esta información no solo es útil, sino fundamental para tomar decisiones responsables que fortalezcan la democracia y el acceso a una justicia más transparente y cercana porque estamos transitando de una justicia cerrada al público, a una justicia que debe explicar quién es, qué hace y por qué importa. Si logramos que esta campaña judicial se convierta en una oportunidad pedagógica, en un ejercicio de construcción democrática y no en un concurso de seguidores, habremos dado un paso histórico. Pero si nos dejamos llevar por la superficialidad del algoritmo, podríamos terminar socavando lo que precisamente queríamos fortalecer: la justicia como institución confiable.

La elección comienza en redes, pero la justicia no se juega en un reel. Privilegiemos la experiencia y las trayectorias sólidas comprobables con años de desempeño en el servicio público, no el carisma pasajero ni la estrategia viral, la justicia necesita fundamentos, no likes.