

# REDES SOCIALES,

LA ARENA DONDE  
SE DISPUTARÁ LA  
ELECCIÓN JUDICIAL



Texto: **OTILIA CARVAJAL**

—nacion@eluniversal.com.mx

Ilustración: **LILIANA PEDRAZA**

**L**as campañas para renovar la mitad del Poder Judicial en México, por primera vez por voto popular, comienzan este domingo. La promoción se desarrolla en un escenario inédito, sin financiamiento público y con las redes sociales como principal herramienta.

A nivel federal se renovará la totalidad de la Suprema Corte de Justicia, las Salas Regionales y las dos vacantes de la Sala Superior, así como la primera integración del Tribunal de Disciplina Judicial.

También se votará por la mitad

de los Juzgados de Distrito y magistrados de Circuito, para un total de 3 mil 422 candidaturas que competirán por 881 cargos.

A este proceso se suman elecciones en 19 estados donde se renovarán jueces y magistrados locales la jornada del 1 de junio.

Las campañas tendrán una duración de 60 días a nivel federal, aunque en las entidades puede variar entre 35 hasta 60.

### De las calles al internet

Aunque las campañas convencionales se realizan mediante mítines y concentraciones multitudinarias o espectaculares en las calles, la lógica del Poder Judicial obliga a una nueva dinámica para darse a conocer a la ciudadanía.

El Instituto Nacional Electoral (INE) tampoco transmitirá spots personalizados de los contendientes, sino que serán promocionales genéricos para dar a conocer el nuevo diseño de boletas y el sitio Conóceles, donde podrán consultar los perfiles de los candidatos.

La opción fue hacer las campañas principalmente en redes sociales y medios digitales —sin pagar pauta publicitaria—, así como foros de discusión entre candidaturas y reuniones, sin llegar a eventos masivos.

Los aspirantes tendrán prohibida la contratación de tiempos de radio y televisión, espacios publicitarios y de promoción personal en medios de comunicación impresos o digitales, anuncios espectaculares y bardas en la vía pública, vallas, parabuses, entre otros.

De acuerdo con los lineamientos de fiscalización aprobados por el INE, sí podrán utilizar propaganda impresa, producción o edición de imágenes, spots o promocionales para redes sociales, pasajes terrestres, aéreos o combustible para sus traslados, hospedaje y alimentos dentro del ámbito territorial de su candidatura.

Otro rubro importante es la contratación de asesorías para los contenidos en redes e imagen, que también será un recurso permitido.

### De su bolsillo

Las campañas en México se han caracterizado por otorgar financiamiento público, a fin de blindar los

## Este domingo arrancan las campañas de los candidatos, que **tienen prohibido anunciarse en radio, TV y medios impresos** o realizar eventos masivos

### Sector público no podrá promover voto

● El Consejo General del INE estableció una serie de lineamientos para que ningún gobierno de cualquier nivel, servidores públicos, instituciones ni los ministros de culto puedan promover el voto y la participación ciudadana en la elección judicial.

En la sesión extraordinaria de este sábado se acordó que “ni las personas servidoras públicas no candidatas ni las autoridades o instituciones públicas pueden emplear recursos públicos para promover el voto y la participación en la elección”.

Tampoco crear espacios para la difusión de los perfiles en las candidaturas, y en su caso, el INE podrá celebrar convenios para que la propia autoridad electoral lleve a cabo actividades de promoción o difusión. ●

Luis Carlos Rodríguez

Algunas consejerías electorales mostraron su desacuerdo con los topes, ya que anteriormente habían determinado un monto único de 220 mil pesos como marca la ley, al advertir que elevar esta cifra pondría en desventaja a candidaturas con menos recursos.

### Reglas y sanciones

El Instituto Nacional Electoral también emitió reglas en materia de fiscalización, que de incumplirse podrían traducirse en multas e incluso la cancelación del registro, cuando se trate de faltas graves.

Las candidaturas no podrán hacer eventos conjuntos, es decir, reunirse para promocionar a más de una persona, ya que la fiscalización de los recursos es individual.

Sin embargo, sí estarán permitidas reuniones en plazas públicas, que no sean concentraciones masivas. Además, deberán avisar al instituto cinco días antes para llevar un registro de la agenda de los aspirantes.

Quienes buscan entrar al Poder Judicial tendrán prohibido repartir o promover cualquier tipo de material en el que se oferte o entregue algún beneficio directo, indirecto, mediato o inmediato, en especie o efectivo, a través de cualquier sistema que implique la entrega de un bien o servicio; la difusión de propaganda electoral impresa en material distinto al papel, es decir, que no sea biodegradable o contenga sustancias tóxicas o nocivas para la salud o el medio ambiente.

También será motivo de sanción no presentar el informe único de gastos, recibir recursos públicos o privados y asistir a eventos de partidos políticos, coaliciones, aspirantes, candidaturas, entre otros.

Cualquier falta en materia de fiscalización que sea considerada grave puede ser causa para la cancelación de la candidatura. ●

procesos de injerencia de terceros mediante recursos, incluso de procedencia ilícita.

Para la elección judicial, el Congreso determinó que los participantes tendrán prohibido utilizar recursos públicos y privados, por lo que el único medio para sostener sus campañas será su patrimonio.

El INE determinó cuatro topes de campaña según el cargo: Suprema Corte de Justicia de la Nación, Sala Superior del Tribunal Electoral y Tribunal de Disciplina Judicial, que son cargos nacionales, un millón 468 mil 841 pesos.

Para las magistraturas de las Salas Regionales del Tribunal Electoral el tope es de 881 mil 304 pesos; Tribunales Colegiados de Circuito, 413 mil 111 pesos, y Juzgados de Distrito, 220 mil 326 pesos.

# TikTok, Facebook y X, donde intentan ser *influencers*

SHARON MERCADO

—nacion@eluniversal.com.mx

Redes sociales como TikTok, X, Instagram y Facebook se han convertido desde hace días en la arena principal donde aspirantes a un cargo judicial promocionan su imagen y propuestas.

Con contenido “inocente”, explican sentencias, amparos, entre otros términos, para acercar a la población.

Los abogados y litigantes copian las estrategias de *influencers* para publicitar desde contenido académico o revelar detalles de sus vidas privadas, “chismes judiciales” y hasta videos de tendencias bailando o cantando el tema de moda.

Especialistas en comunicación política y asesores en marketing electoral los calificaron como “inexpertos” en estos rubros.

“Hay áreas de oportunidad, hay errores que están cometiendo los candidatos. El contenido que están generando no es idóneo, porque se están enfocando más en una marca personal que en difundir; por ejemplo, cómo benefician a la justicia”, consideró Dafne Bernal.

La estrategia en proyectos de comunicación política y campañas dijo en entrevista con EL UNIVERSAL que los políticos

tienen un equipo mucho más estructurado de estrategias. Mientras que los jueces no saben qué rumbo tomar.

“En términos de habilidades de comunicación, no están teniendo la estrategia adecuada y quienes sí la tienen, están haciendo contenido más genérico e informativo, que está bien, pero puede reforzarse con más estrategia en términos de cómo beneficia a la población”.

Dafne Bernal advirtió que Facebook e Instagram también son utilizadas para este fin, especialmente para acercarse a generaciones más grandes del electorado.

Ricardo Rodríguez Inda, asesor en discurso para secretarios de Estado y coordinador de campañas, comentó que los contenidos en internet deben ser orgánicos y pensados para la zona geográfica en la que se encuentran.

“Se ve muy fácil que los candidatos hagan TikTok y comenten y publiquen, pero muchos no tienen una capacitación. Sus discursos pueden ser muy técnicos, incluso sin suficiente carisma, no proyectan la suficiente autoridad o confianza y van a requerir de personal que les asesore en eso”, coincidió.

Sobre los aspirantes a ministros de la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN), afirmó que algunos ya están de gira utilizando recursos sin saber cuál es su origen, porque no hay transparencia.

En las comunidades donde no hay acceso a internet, los candidatos deberán emprender una campaña terrestre, a través de juntas vecinales, brigadas o visitas domiciliarias y hablarles en términos muy sencillos y accesibles. Aunque todas estas herramientas son muy limitadas, remarcó Rodríguez Inda. ●

5\_8

“

El contenido que están generando no es idóneo, porque se están enfocando más en una marca personal que en difundir cómo benefician a la justicia”

DAFNE BERNAL

Estratega en proyectos de comunicación política