

Internet y Redes Sociales

Dr. José Antonio Pérez Parra



TRIBUNAL ELECTORAL
del Poder Judicial de la Federación

Redes sociales y su importancia



La importancia de estas tecnologías de la información y comunicación cada día es más relevante.



Las posibilidades de los ciudadanos de a pie de ejercer su libertad de expresión a través de la radio, la televisión o medios impresos es limitada y depende de las decisiones que tomen los directivos y editores del medio de comunicación.



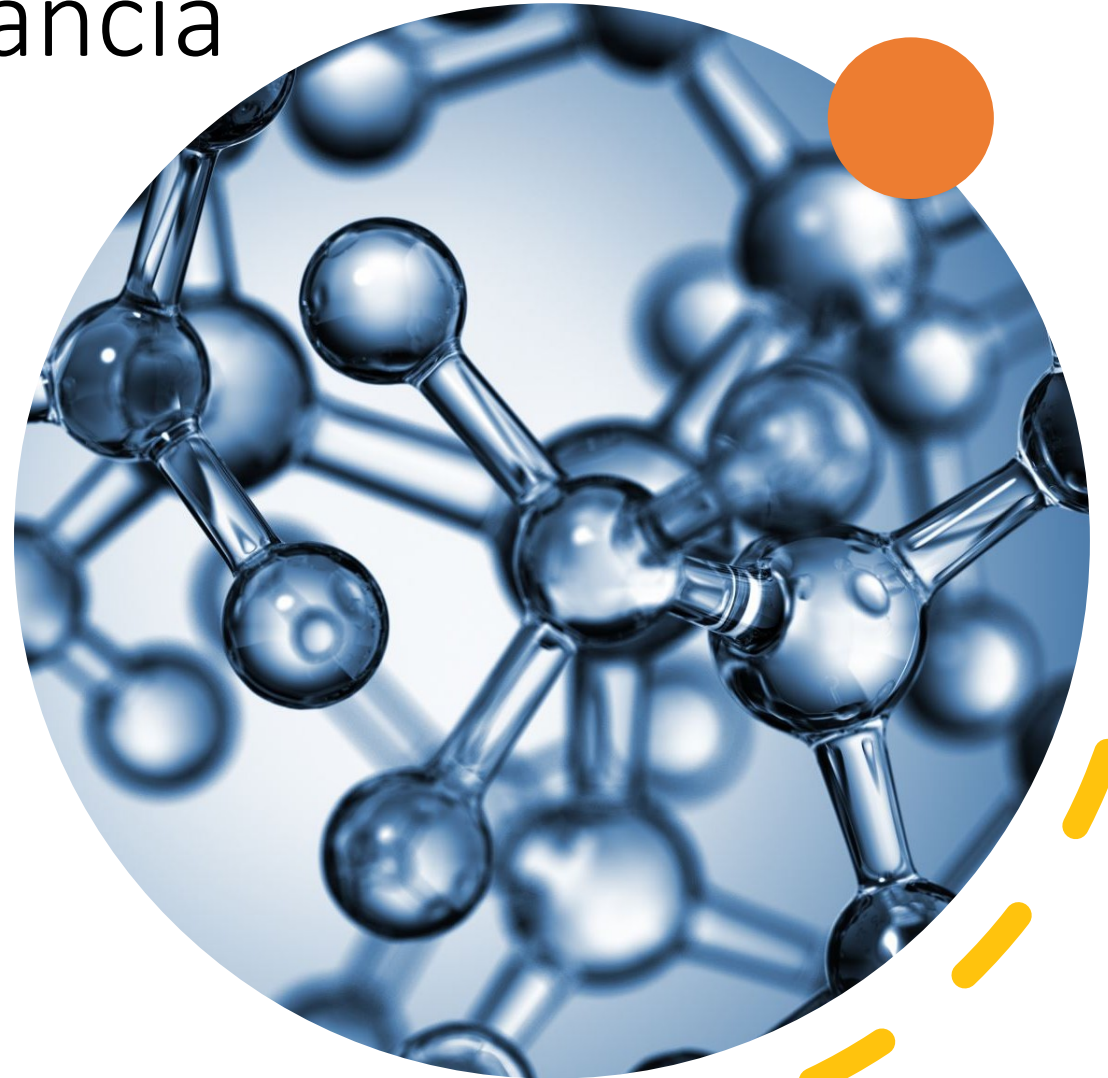
Los editores, productores y periodistas toman decisiones respecto a qué temas se incluyen en las transmisiones y de qué manera se presentan, convirtiéndose en una especie de guardianes.



El Internet hace posible que cualquier persona sea un productor de contenido, pudiendo expresarse de maneras antes inimaginables.



El usuario de Internet se convierte en actor al tener la posibilidad de participar activamente, en especial, en países donde se ejerce control férreo de los medios masivos de comunicación (Álvarez 2011, 79).



Redes sociales y su problemática



Una de las preocupaciones principales fue que determinados actores políticos (candidaturas, partidos políticos), emplearan las redes sociales para la difusión de propaganda electoral y también se apoyaran en figuras públicas (influencers, youtubers, blogueros) para promoción, fuera de los límites legales.



La mayor preocupación en la actualidad recae en la difusión intencionada de informaciones falsas a través de las redes sociales que puedan impactar negativamente en la reputación.



Si bien no es un fenómeno nuevo, el auge informativo sobre las fake news ha reavivado esta preocupación. En el ámbito institucional y político, su uso ha estado siempre relacionado con las campañas de propaganda. Se observa que la desinformación sigue siendo una técnica habitual para desprestigiar al adversario político.



La ONU ha emitido una Declaración Conjunta sobre Libertad de Expresión y Noticias Falsas, Desinformación y Propaganda, en la que declara su inquietud porque la desinformación y propaganda se implementen para confundir a la población e interferir en su derecho a recibir información variada y a formarse su propia opinión



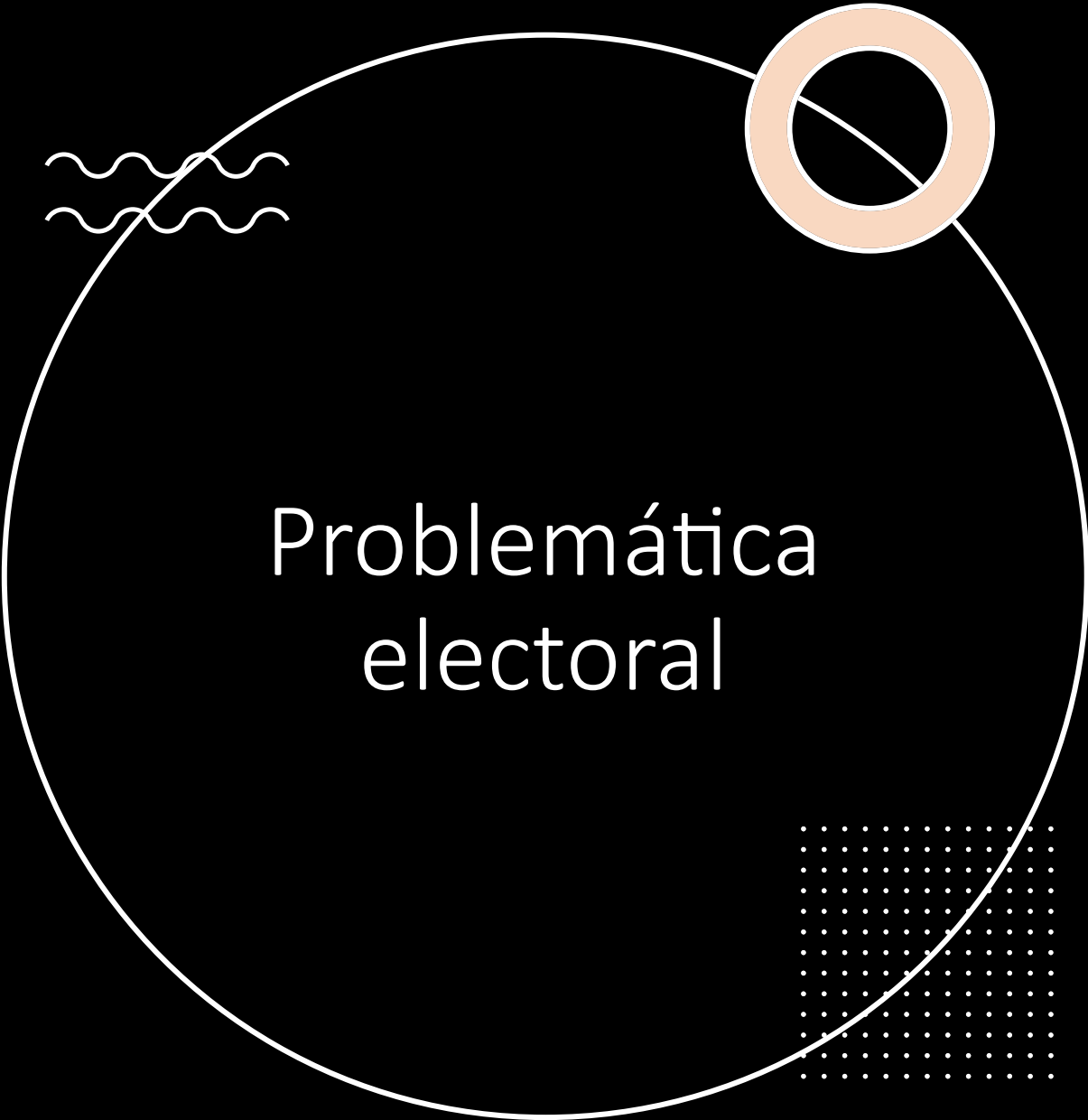
Problemática electoral

- ☐ Los recientes avances en inteligencia artificial, en particular la IA generativa como ChatGPT (OpenAI) y Copilot (Microsoft), podrían tener un impacto mayúsculo en los procesos electorales.
- ☐ Los chatbots con IA pueden proporcionar información en tiempo real sobre los colegios electorales, las plataformas de candidatos y los procedimientos de votación, haciendo que el proceso electoral sea más accesible y transparente.
- ☐ La IA también mejora la gestión de datos al garantizar la recopilación, el almacenamiento y el análisis precisos de una gran cantidad de datos electorales, lo que permite a los funcionarios tomar decisiones rápidas e identificar tendencias con eficacia.
- ☐ Uno de los riesgos más importantes de la IA es la posible propagación de la desinformación. Los deepfakes generados por IA -audios, vídeos e imágenes muy realistas pero falsos- pueden utilizarse para engañar a los votantes y socavar la confianza en el proceso electoral. Los deepfakes pueden hacer que las personas parezcan hacer o decir cosas que nunca hicieron. (Centro Regional de Información de las Naciones Unidas para Europa Occidental (UNRIC))

Problemática electoral

- Un ejemplo es la imagen que muestra a Trump con un chaleco salvavidas caminando por una zona inundada y que se difunde junto a mensajes que alaban al expresidente por "salir de los despachos" y ayudar a las víctimas.
- También es el caso de la fotografía de una niña sosteniendo a su mascota que ha circulado en una publicación compartida más de 19.000 veces que afirma en inglés que Kamala Harris y Joe Biden han abandonado a las víctimas.
- Estas imágenes no son reales. La herramienta del proyecto IVERES de detección de contenidos generados con inteligencia artificial revela que ambas instantáneas son falsas.
(<https://www.rtve.es/noticias>)





Problemática electoral

- Las tácticas de desinformación en las elecciones presidenciales de Estados Unidos han evolucionado desde 2016, cuando ganó Donald Trump.
- En aquel entonces, hubo intentos documentados por parte de potencias extranjeras hostiles, como Rusia, de utilizar redes de cuentas falsas para tratar de sembrar división y plantar ideas particulares.
- En 2020, la atención se centró en la desinformación local, en particular las narrativas falsas de que las elecciones presidenciales fueron robadas, que fueron ampliamente compartidas por usuarios de redes sociales con sede en Estados Unidos y respaldadas por Trump y otros políticos republicanos.
- Los principales políticos de todo el mundo también han destacado este año los riesgos del contenido generado por IA.
- Todas las principales empresas de redes sociales cuentan con políticas para abordar posibles operaciones de influencia, y varias, como Meta, propietaria de Facebook e Instagram, han introducido nuevas medidas para lidiar con el contenido generado por IA durante las elecciones.

Uso de las redes en procesos electorales



En las campañas, los candidatos y los usuarios utilizan robots en las elecciones hace casi desde una década, pero la campaña estadounidense del 2016 fue un hito en el uso de automatización política y propaganda computacional en el ambiente electoral de Estados Unidos



En base a una muestra de 17 millones de tweets, una investigación advirtió que se demuestra cómo los bots fueron capaces de ocupar posiciones centrales en la mediación de la información en Twitter durante las elecciones.



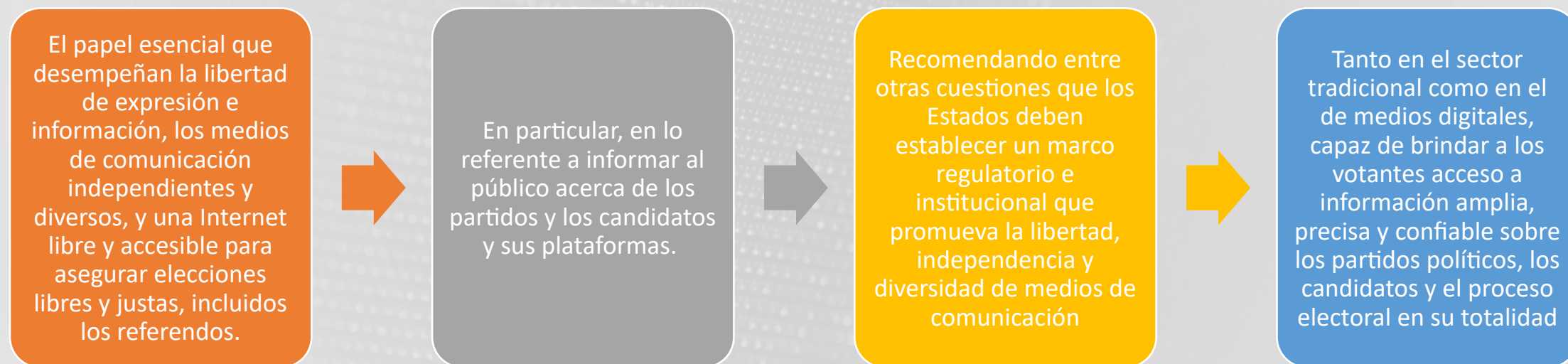
Un actor central de la campaña de Donald Trump fue la empresa Cambridge Analytica, que almacenaba los perfiles en grandes bancos de datos y, por medio de ellos, ofrecía el *psychological targeting* de cada usuario.



En dicho proceso electoral, se empleó la estrategia de envío de mensajes específicos a grupos seleccionados a través de Facebook.

Redes sociales y su problemática

La Declaración Conjunta sobre Libertad de Expresión y Elecciones en la Era Digital de 2020, destaca:



La participación de usuarios en redes sociales en temas electorales va incrementando, y también es una vía por la cual la propaganda electoral es transmitida.

Así, cada vez se difunde propaganda en redes sociales (Facebook, X, antes Twitter, YouTube, Instagram, Tik Tok) o mensajería instantánea (WhatsApp y Telegram).

Uso de las redes en procesos electorales



La censura a gobernantes en redes sociales es también tema a discusión. El empleo de las redes sociales como medio para difundir información tanto oficial como personal por parte de gobernantes, y el contexto empleado para su uso, es motivo de problemas.



Ante la decisión de las plataformas de internet de cerrar las cuentas de Donald Trump después de pronunciar el presidente norteamericano un discurso, el 6 de enero de 2021, en el que incitó a sus militantes a la toma del Capitolio, las principales redes sociales suspendieron sus cuentas; y a los pocos días, las cancelaron.



Se han manejados escenarios de una regulación de las redes sociales, sin embargo, se debe considerar que las plataformas de internet son fundamentalmente propiedad privada.

Problemática en discursos electorales



DISCURSOS POLÍTICOS QUE, LEJOS DE CONSIDERARSE CRÍTICOS, CONLLEVAN MENSAJES DE ODIO, DISCRIMINACIÓN Y VIOLENCIA.



EXISTIRÁN CONFLICTOS CUANDO SURJAN DEBATES, TANTO POLÍTICOS COMO JUDICIALES, CUANDO SE DIFUNDA EN MEDIOS ORDINARIOS Y DIGITALES, MENSAJES CON LLAMADOS A ABOLIR INSTITUCIONES, QUEMAR SÍMBOLOS O MONUMENTOS, EN UN SENTIDO FIGURADO, A AQUELLOS CASOS EN LOS CUALES SE LLAME AL TERRORISMO O A COMETER ATENTADOS CONTRA GRUPOS SOCIALES DETERMINADOS.



LAS TENSIONES ENTRE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN POLÍTICA CON LA LIBERTAD RELIGIOSA ESTÁN PRESENTES EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL.

Encuesta de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO)

Survey on the impact of online disinformation and hate speech SEPTEMBER 2023

“Encuesta sobre el impacto en línea de la desinformación y discurso de odio”

El 87% de la población de 16 países, entre ellos México, que tendrán elecciones en el 2024, consideró que las noticias falsas podrían afectar en los resultados de los comicios.

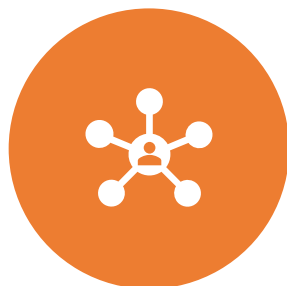
Los países que participaron en la encuesta fueron: Argelia; Austria; Bangladesh; Bélgica; Croacia; República Dominicana; El Salvador; Ghana; India; Indonesia; México; Rumania; Senegal; Sudáfrica; Ucrania y Estados Unidos.

En general se reveló que, ante la pregunta de quién debe ser el encargado de identificar y contrarrestar la información falsa que circula en línea, **29% los encuestados, de las 16 naciones, indicó que debe ser el gobierno y los reguladores**; 23% afirmó que deben ser los mismos usuarios de las redes sociales.

20% sostuvo que son los medios de comunicación los que deben de identificar y contrarrestar las noticias falsas; 19% las mismas redes sociales; 5% respondió que deben ser las organizaciones internacionales y 4% comentó que deben ser los políticos.

Encuesta de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco)

Survey on the impact of online disinformation and hate speech SEPTEMBER 2023



En el caso de México las redes sociales juegan un papel importante ya que **61% dijo consumir información a través de ellas**; 55% por televisión; 25% en páginas web de medios de comunicación; 14% por radio y 9% a través de periódicos y revistas.



El **67% de los mexicanos sondeados afirmó que la desinformación o fake news están extendidas a través de redes sociales**; 33% dijo que pasa lo mismo, pero en grupos de mensajería instantánea; 24% indicó que pasa en la televisión; 16% respondió que esto pasa en los sitios web de los medios de comunicación.



Para la radio el 6% dijo que en este medio estaban extendidas las noticias falsas y 8% en los periódicos y las revistas impresas.



El **53 por ciento de la población en México** se pronunció a favor de que “**gobiernos y reguladores deberían poder exigir servicios sociales plataformas de medios para implementar medidas de confianza y seguridad durante las campañas electorales para proteger la integridad de las elecciones**”.

Problemática electoral

La problemática existente en opiniones críticas o desagradables al destinatario, en interacciones en redes sociales, por ejemplo, no pueden en principio ser silenciadas o amenazadas bajo la imposición de sanciones.

Pero también deben distinguirse de aquellas expresiones que sí constituyan llamados a cometer delitos o faltas administrativas, como en cualquier otro medio de comunicación.

El INE reportó en 1918 un cálculo de audiencia de 11.4 millones de personas por televisión y alrededor de 6.6 millones a través de redes (4.6 millones en Facebook), cifras que superan el antecedente de 2012, que habría alcanzado una audiencia de 15 millones, fundamentalmente en televisión.

Sólo en Facebook se registraron alrededor de 18 millones de interacciones entre unos 3.4 millones de personas (Rodríguez Zepeda 2018, 146).

La novedad no reside únicamente en el aumento de espectadores, sino que la naturaleza de la participación.

Mientras que en televisión y radio el acceso es unidireccional y prácticamente no permite retroalimentación, las redes sociales constituyen un circuito de comunicación en el que los receptores de un mensaje son de manera inmediata potenciales emisores de nuevos mensajes.

La ENDUTIH (La Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares) estimó que, en 2022, había 93.1 millones de personas usuarias de internet, lo que representó 78.6 % de la población de 6 años o más. El aumento fue de 3.0 puntos porcentuales respecto a 2021.

Para las elecciones de 2024 el uso de redes sociales se disparó aún más. Los partidos políticos mexicanos invirtieron en publicidad digital y en campañas de influencers, aprovechando la tendencia de micro influencers para llegar a audiencias más segmentadas y de nicho, lo que resultó clave para atraer el voto joven y de primera vez.

Crterios internacionales

Las restricciones al flujo de información por Internet deben ser las mínimas posibles, excepción hecha de unas cuantas circunstancias excepcionales y limitadas prescritas por el derecho internacional de los derechos humanos (Informe A/HRC/17/27, 20).

Internet también puede ser utilizado para causar perjuicios, lo que ha generado en los gobiernos la preocupación de determinar si se deben reglamentar los contenidos en línea. La regla general debe ser mantener la apertura y el libre flujo de información, y excepcionalmente se admitirán limitaciones, ajustadas a los criterios de la normativa internacional de los derechos humanos (Informe A/66/290, 23).

Todos los Estados adopten medidas para garantizar la libertad de opinión y de expresión en Internet, concediendo, entre otras cosas, a los que tienen sitios en la web y a los bloggers la misma protección que a otros medios de comunicación. (Informe E/CN.4/2006/55, 20).

Criterios de la SCJN

Se reconoce el principio que el flujo de información por Internet debe restringirse lo mínimo posible, esto es, en circunstancias excepcionales y limitadas, previstas en la ley, para proteger otros derechos (tesis 2a. CII/2017 [10a.]).

El bloqueo de una página de Internet implica una medida adoptada para impedir que determinados contenidos en línea lleguen a un usuario final.

Las prohibiciones genéricas como lo es el bloqueo, son incompatibles, salvo situaciones verdaderamente excepcionales tipificadas como delitos, acorde con el derecho penal internacional: (I) la incitación al terrorismo; (II) la apología del odio nacional, racial o religioso que constituya incitación a la discriminación, la hostilidad o la violencia -"discurso de odio"-; (III) la instigación directa y pública a cometer genocidio; y (IV) la pornografía infantil.

Las restricciones no deben ser excesivamente amplias, por el contrario, deben referirse a un contenido concreto (tesis 2a. CIV/2017 [10a.]).

Para que las limitaciones al derecho humano referido ejercido a través de una página web, puedan considerarse apegadas al parámetro de regularidad, resulta indispensable que deban: (I) estar previstas por ley; (II) basarse en un fin legítimo; y (III) ser necesarias y proporcionales. La regla general es la permisión de la difusión de ideas, y, excepcionalmente este derecho puede restringirse (tesis 2a. CV/2017 [10a.]).

Las cuentas de redes sociales utilizadas por los servidores públicos para compartir información relacionada con su gestión gubernamental adquieren notoriedad pública y se convierten en relevantes para el interés general.

Los contenidos compartidos a través de las redes sociales gozan de una presunción de publicidad, y deben ser accesibles para cualquier persona, razón por la cual bloquear o no permitir el acceso a un usuario sin una causa justificada, atenta contra los derechos de libertad de expresión y de acceso a la información (tesis 2a. XXXIV/2019 [10a.]).

Es posible que los comportamientos abusivos puedan ocasionar una restricción o bloqueo justificado, pero para que sea válida, es necesario que las expresiones estén excluidas de protección constitucional; en este sentido, las expresiones críticas, severas, provocativas, chocantes, indecentes, escandalosas, perturbadoras, inquietantes o causen molestia, disgusto u ofensa, no deben ser consideradas un comportamiento abusivo por parte de los usuarios de la red (tesis 2a. XXXVIII/2019 [10a.]).

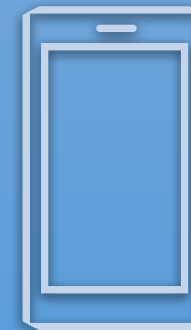
Criterios del TEPJF



Al analizarse conductas posiblemente infractoras respecto de expresiones difundidas en Internet, se deben tomar en cuenta sus particularidades, a fin de potenciar la protección especial de la libertad de expresión; toda vez que tiene un diseño distinto de otros medios como la radio, televisión o periódicos, por la forma en que se genera la información, debate y opiniones de los usuarios, lo que no excluye la existencia de un régimen de responsabilidad adecuado (Jurisprudencia 17/2016).



Las redes sociales por sus características son un medio que posibilita un ejercicio más democrático, abierto, plural y expansivo de la libertad de expresión, lo que provoca que la postura que se adopte en torno a cualquier medida que pueda impactarlas, deba estar orientada, en principio, a salvaguardar la libre y genuina interacción entre los usuarios, como parte de su derecho humano a la libertad de expresión (Jurisprudencia 19/2016).



El sólo hecho de que uno o varios ciudadanos publiquen contenidos a través de redes sociales en los que exterioricen su punto de vista en torno al desempeño o las propuestas de un partido, sus candidatos o su plataforma ideológica, es un aspecto que goza de una presunción de ser un actuar espontáneo, por lo que ello debe ser ampliamente protegido cuando se trate del ejercicio auténtico de la libertad de expresión e información, las cuales se deben maximizar en el contexto del debate político (Jurisprudencia 18/2016).



Crterios del TEPJF



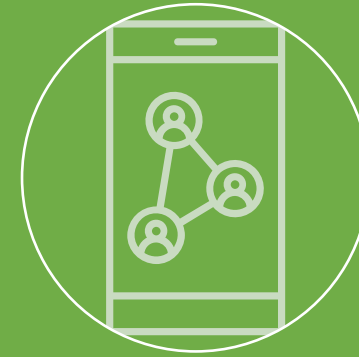
El hecho de que varias personas famosas publiquen mensajes en redes sociales a favor de un partido, sus candidatos o su plataforma ideológica, es un aspecto que goza de una presunción de espontaneidad.

Por lo que, al resolver el procedimiento sancionador atinente, se deberá realizar un análisis riguroso de cada mensaje en lo individual y administrativamente, tomando en cuenta el contexto de su difusión, pues sólo así podrá identificar si existen elementos que permitan desvirtuar la citada presunción en su emisión y determinar si se actualizó alguna infracción (Tesis LXVIII/2016).



La prohibición dirigida a quienes ostenten una candidatura de difundir propaganda electoral por cualquier medio durante la veda electoral, abarca los mensajes que publican a través de sus redes sociales.

Tal prohibición constituye una limitación razonable a su libertad de expresión y salvaguarda la equidad en la contienda (Tesis LXX/2016).



La información pública de carácter institucional puede difundirse en portales de internet y redes sociales durante las campañas y veda electoral, siempre que no se trate de publicidad ni propaganda gubernamental, no haga referencia a alguna candidatura o partido, no promocióne a algún funcionario o logro de gobierno, ni contenga expresiones de naturaleza político electoral, dado que sólo constituye información sobre diversa temática relacionada con trámites y servicios a la comunidad (Tesis XIII/2017).



Algunos casos relevantes. SUP-REP-16/2016 Y SUP-REP-22/2016 ACUMULADOS. Influencers

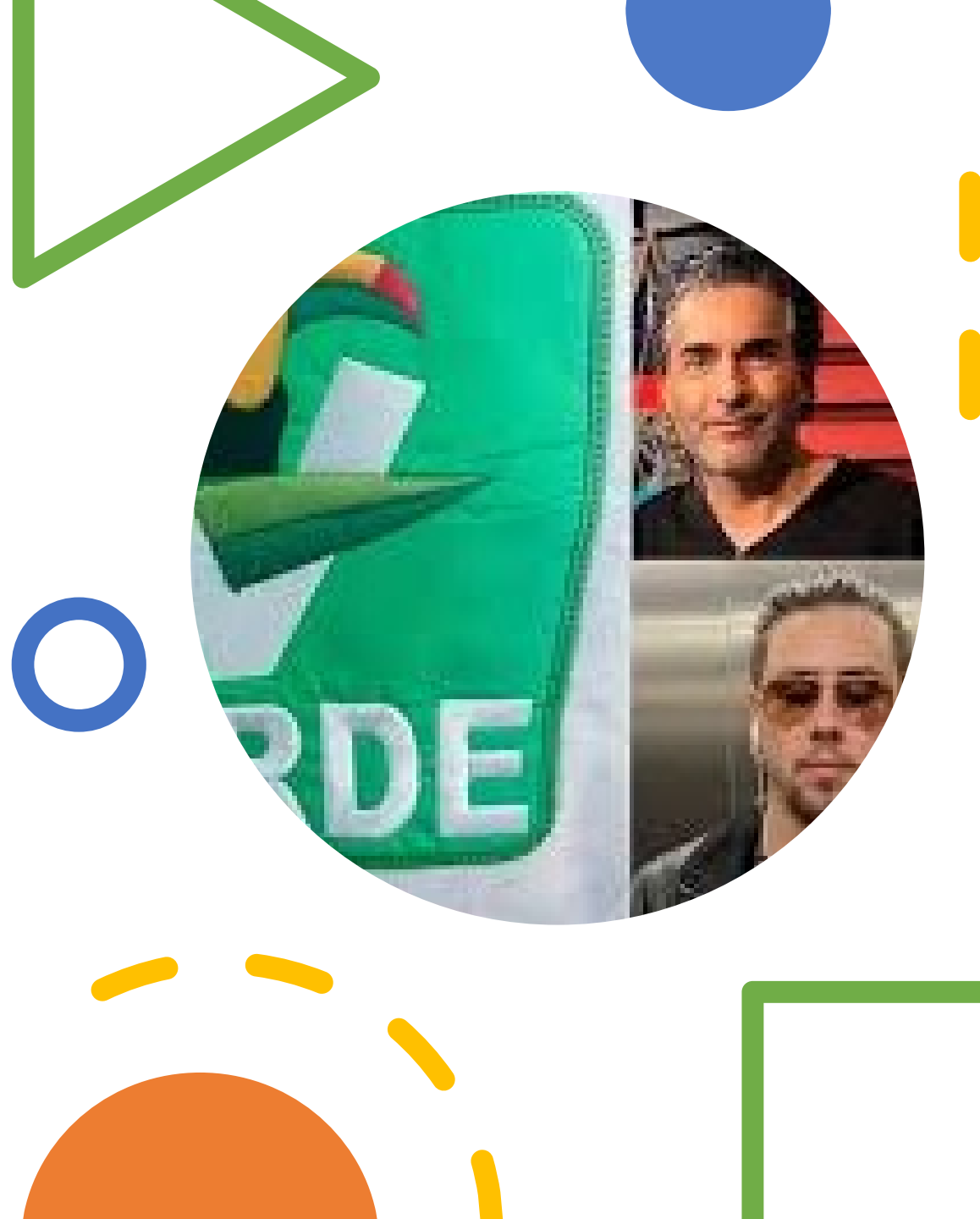
Múltiples personas famosas, pertenecientes al mundo del espectáculo, desplegaron un comportamiento atípico y coincidente en sus respectivas cuentas en la red social Twitter, al emitir durante el periodo de veda electoral, con decenas de tweets con contenidos muy similares o incluso idénticos.

Alusivos a temas relacionados con la plataforma electoral del PVEM, en los que se emplearon frases y hashtags –como, por ejemplo, **#VotaVerde**, **#VamosVerdes**, **#ApoyemosALosVerdes** o **#VamosConLosVerdes**– que exaltaban las propuestas de dicho partido político e implicaban la exteriorización de apoyo hacia dicho instituto político.

Dicha circunstancia, bien pudo traducirse en una ventaja indebida, porque al haber sido publicados durante la veda electoral, dicha propaganda no compitió o compartió espacio con alguna otra relativa al resto de las fuerzas políticas que contendió en el proceso electoral federal.

Se concluyó que, en el caso, el uso de las redes sociales puso en peligro alguno de los principios constitucionales que rigen la materia electoral que se estiman necesarios para la validez de una elección.

Se ordenó sancionar al partido tomando en cuenta su responsabilidad por culpa in vigilando en la comisión de los hechos denunciados (SUP-REP-16/2016 Y SUP-REP-22/2016 ACUMULADOS).





SUP-RAP-172/2021. Influencers

- La Sala Especializada acreditó que el Partido Verde Ecologista de México y diversas personas, conocidas como "influencers", realizaron publicaciones el 5 y 6 de junio de 2021 durante la veda electoral, a través de la red social Instagram, lo cual vulneró el principio de equidad en la contienda.
- El Tribunal Electoral confirmó las sanciones impuestas al PVEM y a los "influencers", sin embargo, se dejaron sin efectos las medidas de reparación impuestas por dicha Sala, consistentes en la publicación de un mensaje en sus cuentas de Instagram y tomar un curso sobre equidad en la contienda.

SUP- RAP-172/20 21. Influencers

- El INE concluyó que el partido se había beneficiado de un ejercicio propagandístico diseñado bajo un supuesto ejercicio de libertad de expresión en las redes sociales, pero que, en el caso, dada la coincidencia entre los mensajes difundidos, el pago detectado a determinados influencers y el número de personas participantes en dicha acción comunicativa conjunta a favor del PVEM, se diluía la presunción de espontaneidad que caracteriza a las publicaciones que ahí se producen. Además, advirtió que se trataba de una conducta similar con elementos comunes a la acontecida en el 2015 con Twitter propiciada por el propio PVEM.
- Esto es, se trataron de infracciones declaradas por dos autoridades diversas, que tienen por objetivo, en última instancia, impedir la vulneración a bienes jurídicos constitucionales que, necesariamente, se deriva de la conducta normada.
- Se confirmó la sanción que el INE impuso. Dicho organismo consideró que la sanción a imponerse al sujeto obligado es de índole económica y equivale al 200% sobre el monto involucrado, lo que da como resultado total la cantidad de \$40,933,568.00 (cuarenta millones novecientos treinta y tres mil quinientos sesenta y ocho pesos /100 M.N.).
- Por tanto, ordenó una reducción del 25% de la ministración mensual que corresponda al partido, por concepto financiamiento público para el sostenimiento de actividades ordinarias permanentes, hasta alcanzar dicha cantidad.
- Adicionalmente, estimó que la sanción adicional que debía imponerse al PVEM era la interrupción de la transmisión de la propaganda política o electoral que se transmita dentro del tiempo asignado por el INE en la pauta ordinaria, por el periodo de un año
- La infracción que se tuvo por acreditada y la que fue materia de sanción por parte de la Sala Regional Especializada en el año dos mil quince (que sirvió como parámetro para que la autoridad responsable aseverara la comisión de una conducta reincidente), son formalmente distintas pero comparten como elemento objetivo la misma conducta desplegada, con independencia de que derivan de procedimientos administrativos sancionadores de diversa naturaleza, pues lo que importa es que la infracción cometida impacte respecto a identidad de bienes jurídicos tutelados.

SUP-RAP-180/2021 Y ACUMULADOS Influencers



- Mariana Rodríguez Cantú, “influencer” en redes sociales, dedicada al ámbito empresarial, quien estuvo publicando diversas actividades que realizaba su esposo Samuel García Sepúlveda, entonces candidato a la gubernatura de Nuevo León por el partido Movimiento Ciudadano, y en las cuales, ella, participaba activamente.
- Con el mensaje "¡Arrrrrrrrrrrrrécate, Nuevo León!", García Sepúlveda compartió este sábado en redes sociales un video en el que aparece él y su esposa, Mariana Rodríguez Cantú, acompañando a músicos como Pato Machete, los grupos Genitallica, Tropical Panamá, Avanzada Regia, Banda Bogotá y Yuawi López, el niño originario del pueblo wixarika, en la Sierra Alta de Jalisco, que en 2018 encabezó los spots de MC.
- Este video este fue producido de manera profesional y participaron cantantes profesionales, lo cual, da un contexto y una connotación distinta al caso de las publicaciones en la cuenta de Instagram.
- Se confirmó la sanción impuesta derivada de la aparición de Mariana Rodríguez Cantú en el video “ARRÁNCATE NUEVO LEÓN ROCK.

SUP-REP-31/2017. Tweet “promocionado”

Se denunció a Rafael Moreno Valle Rosas, entonces Gobernador del Estado de Puebla, por promoción personalizada y actos anticipados de precampaña y/o campaña, por la difusión de un tweet “promocionado”.

Se estableció que la materia de análisis no se trataba del ejercicio genuino de la libertad de expresión en redes sociales, sino de la contratación de un servicio, con la posibilidad de pago para la difusión de contenidos virtuales, con lo cual, se podría estar generando una campaña de difusión.

Se consideró que entre las características de la red social Twitter generan una serie de presunciones en el sentido de que los mensajes difundidos son expresiones espontáneas.

Sin embargo, existe en la propia red social otro tipo de contenidos, entre los cuales se encuentran los tuit promocionados y los *trending topics* promocionados, los cuales ofrecen a los anunciantes la posibilidad de realizar una campaña de publicidad con el propósito de promover sus productos o servicios (SUP-REP-31/2017).

.@INEMexico viola mis derechos al prohibirme hablar de mis logros como gobernador de Puebla y de mis capacidades personales.





SUP-REP-50/2019. Fake News

- Se denunció una publicación en contra del candidato a la Gobernatura en Puebla, Miguel Barbosa, derivado de la difusión de un video en Facebook en el cual se afirmaba que cuando era precandidato se retiró de la contienda.
- El ocho de marzo se difundió un video en la red social Facebook, en las cuentas “La Verdad Noticias” [@LAVERDADNOTICIAS18][17] y “A FONDO MX” [@AFondoMXNoticias]
- “*Me voy a retirar del procedimiento de elección en el estado, del Partido de Movimiento de Regeneración Nacional, presentaré hoy un escrito a la Dirección Nacional para desistirme de mi interés de ser encuestado y la visión estratégica que hay en Morena es competir con perfiles genuina y auténticamente ciudadanos y teniendo claro eso es por lo que he decidido retirarme de este procedimiento*”.
- El denunciante **señaló que el impacto de la difusión de la noticia falsa, por presentarla fuera de su contexto como una declaración actual, pudo generar confusión en la ciudadanía y una falsa apreciación de la realidad**; y que la acreditación de la difusión del video que contiene declaraciones de dos mil diecisiete, que se presentan como emitidas en el proceso electoral en desarrollo en ese momento, las ubicaba como una noticia falsa.

SRE-PSD-83/2021 y SUP-REP-365/2021.

Imagen de menores de 18 años.

Se denunciaron publicaciones de campaña en Facebook del candidato Rommel Aghmed Pacheco Marrufo, en la cual se utilizaron imágenes de niñas, niños y adolescentes con cubrebocas, presumiblemente sin su consentimiento; y sin difuminar su imagen.

Se adujo que portaban cubrebocas y caretas de protección personal, que hacían irreconocible su identidad; sin embargo, se señaló que el uso de cubrebocas no implica que los menores no sean identificables, ya que actualmente, al ser ese elemento de uso diario y necesario por cuestiones de salud (por la pandemia de COVID-19), forman parte de los accesorios que las personas utilizan en su rostro, por lo cual no puede afirmarse que su uso impide identificar a las personas.



SUP-REP-98/2024. Símbolos religiosos

La UTCE determinó desechar la queja, esencialmente, al señalar que los hechos denunciados no constituían una infracción en materia electoral, porque en dichas publicaciones solo se promociona su visita a diversas entidades, utilizando imágenes representativas de dichos sitios, siendo que las estructuras religiosas solo tuvieron una aparición incidental y no fueron utilizadas dentro del mensaje emitido por escrito o auditivamente en las mismas.



Sala Superior coincide con el razonamiento de la UTCE, en el sentido que, de un análisis preliminar, la propaganda denunciada de manera alguna pudiera actualizar una infracción en materia electoral en los términos que se promueve, pues no existe un vínculo entre el contenido denunciado y la aparición incidental de las fachadas de las iglesias, que permita suponer al menos de manera indiciaria, el uso indebido de símbolos religiosos para influir en el ánimo del electorado.



Además de que correspondía al denunciante aportar en su escrito de queja, mayores elementos probatorios para demostrar los hechos constitutivos de las infracciones aducidas, que evidenciara al menos de manera objetiva e indiciaria, la eventual influencia en el electorado por la utilización de símbolos religiosos con motivo de la difusión de las publicaciones denunciadas.

1. <https://twitter.com/XochitlGalvez/status/1747650364411671010?s=20>

Al ingresar al vínculo, se aprecia una publicación, realizada desde la cuenta @XochitlGalvez en X (antes Twitter) el diecisiete de enero de dos mil veinticuatro a las 10:01 a.m., a la cual acompaña una imagen.

En la publicación se aprecia el siguiente texto:

Buenos días desde Villahermosa, Tabasco.

#MéxicoVaConX
#MereceMás

La publicación al momento cuenta con 52,2 mil reproducciones, 826 reposts, 2,930 Me gusta y 3 elementos guardados.



La publicación aloja una imagen de Xóchitl Gálvez en la que se aprecia el siguiente texto:

¡HOLA! VILLAHERMOSA (En Negritas y en color blanco)

XÓCHITL (letras en formato negritas y en color blanco)

PRECANDIDATA A PRESIDENTA (letras en color blanco)

Mensaje dirigido a los militantes del Partido Revolucionario Institucional (letras en color blanco)

De lado derecho de esta se aprecia la imagen de un corazón color rosa con lo que parece ser una x en color blanco.

2. <https://twitter.com/xochitlgalvez/status/1748075123658117400?s=46>

Publicación realizada desde la cuenta @XochitlGalvez en X (antes Twitter) el dieciocho de enero de dos mil veinticuatro a las 2:09 p.m, a la cual acompaña una imagen.

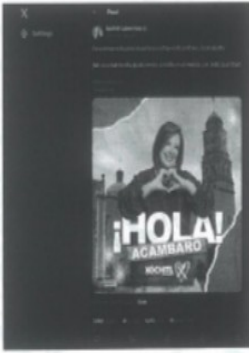
En la publicación se aprecia el siguiente texto:

Para cerrar esta precampaña ya estoy en Acámbaro, Guanajuato.

¡Me va a dar mucho gusto verlos al ratito en el evento con toda la actitud!

#MéxicoVaConX

La publicación al momento cuenta con 79,6 mil visualizaciones, 1,443 reposts, 5,185 Me gusta y 10 elementos guardados.



En la imagen alojada en dicha publicación se aprecia el siguiente texto:

¡HOLA! ACAMBARO (En Negritas y en color blanco)

XÓCHITL (letras en formato negritas y en color blanco)

PRECANDIDATA A PRESIDENTA (letras en color blanco)

Mensaje dirigido a los militantes del Partido Revolucionario Institucional (letras en color blanco)

De lado derecho de esta se aprecia la imagen de un corazón color rosa con lo que parece ser una x en color blanco.

SUP-REP-248/2022. Intervención de funcionarios públicos en procesos

Se denunció a la Jefa de Gobierno de la Ciudad de México porque publicó en su perfil de Twitter dos mensajes, uno al hacer referencia a que se invertirían cerca de 800 millones de pesos en obras de agua potable y drenaje en Iztapalapa, y, el otro, una indebida difusión del referido proceso de revocación de mandato (al señalar: Buenas noches. Les invito a participar en eso que me prohibieron hablar 😊).

Se resolvió que el primero sí constituyó propaganda gubernamental al promover diversas acciones de gobierno relacionadas con obras públicas, aunado a que tal mensaje estaba acompañado de una imagen en la que aparece la funcionaria en una conferencia de prensa en la que comunicó tales acciones.

En cuanto al segundo mensaje, se estableció que se deducía que invitó a la ciudadanía a participar en el proceso de revocación de mandato, en contravención a la normativa constitucional que reserva tal actividad de difusión y promoción al INE y a los organismos electorales locales.



SRE-PSC-18/2020 y SUP-REP-27/2019.

Violencia política en contra de las mujeres.

Se acreditó la existencia de la infracción, en su modalidad digital.

Se estableció que la tecnología permite que la violencia de género pueda cometerse a distancia, sin contacto físico y más allá de las fronteras mediante el uso de perfiles anónimos para intensificar el daño a las víctimas.

Se determinó la ilicitud del video titulado “Entrevista del Monchi a Lilly Téllez” difundido a través de Facebook en el perfil de “El Chou de Monchi”, ya que, en la supuesta entrevista a la entonces candidata a senadora por Sonora, María Lilly del Carmen Téllez García, se utilizó lenguaje sexista, misógino y machista con la intención de ridiculizarla y demeritar su capacidad como persona y como candidata, por el solo hecho de ser mujer (SRE-PSC-18/2020 y SUP-REP-27/2019).



...las respuestas que “crearon o formularon” para el “personaje de Lilly Téllez” tienen una connotación burlesca:

...Ay Monchito cómo crees, en mi multi premiada carrera de periodista yo he sido incapaz de aprovecharme de los hombres para subir de nivel.

...No Monchi, al contrario, ellos son los que se aprovechan de mi fama.

...No Monchi, te equivocas sobre mí, faltas a mi respeto de réplica porque yo... (el Monchi interrumpe su participación).

...Le pregunta: ¿te casaste por dinero? Y el personaje de Lilly responde: Sí, que diga no.

SUP-REP-72/2022 y SUP-REP-252/2022.

Violencia política de género

La diputada federal Salma Luévano Luna denunció al diputado federal Gabriel Ricardo Quadri de la Torre por violencia política en razón de género en su contra por su identidad como mujer transgénero, solicitando retirara la campaña violenta realizada en Twitter y se abstuviese de publicar discursos de odio en contra de ella y la población LGBTTTIQ+, particularmente de las personas trans.

La Comisión de Quejas declaró improcedente la solicitud de adopción de las medidas cautelares por considerar que algunos mensajes en redes sociales no aludían a ella, mientras que otros se llevaron a cabo en el marco del debate parlamentario.

La Sala Superior señaló en cambio que los mensajes en los cuales se emplean categorías sospechosas basadas en elementos de identidad o expresión de género, generan una situación de riesgo real que debe ser prevenido a partir del dictado de medidas cautelares. La recurrente pertenece a un grupo en condición de vulnerabilidad de la diversidad sexual, en específico la transexual.

En cuanto al fondo, la Sala Superior estableció que las publicaciones analizadas de manera integral y contextual, sí constituyeron violencia política de género y no podían considerarse protegidas por la libertad de expresión ni por la inviolabilidad parlamentaria.

Asimismo, se determinó que, si bien como diputada es una persona pública, en las publicaciones en su contra, no se hizo una crítica severa o vehemente de su trabajo legislativo o de sus acciones en el ámbito público o privado, sino que se utilizó lenguaje discriminatorio y estigmatizante en contra de las mujeres trans y de ella, por tanto, no hay un interés público en privilegiar la difusión de esos mensajes sobre el derecho a un trato igualitario del que goza la denunciante.

← Tweet



Que quede claro. En la Cámara de Diputados de la 65 Legislatura no hay paridad entre hombres y mujeres. Hemos 252 hombres y 248 mujeres, gracias a la ideología Trans y/o a la ideología de género. Entran los hombres por la puerta de atrás a desplazar (otra vez) a las mujeres...

11:46 a. m. · 16 feb. 2022 · Twitter for Android

208 Retweets 40 Tweets citados 1.018 Me gusta



← Tweet



El Trans-fascismo de Morena y la ideología Trans toma la Cámara de Diputados. Reprime la libertad de expresión, intolerante, pretende avasallar a quienes opinan diferente, no dialoga, no argumenta (no tiene capacidad ni inclinación para ello), insulta. Van contra las mujeres...

5:45 p. m. · 3 feb. 2022 · Twitter for Android

318 Retweets 63 Tweets citados 1.148 Me gusta



← Tweet



Morena, además de TODO se convierte en el partido de la ideología Transexual y Transgénero. Lo que nos faltaba...

6:59 p. m. · 16 feb. 2022 · Twitter for Android

239 Retweets 21 Tweets citados 1.187 Me gusta





Enrique Cárdenas @ECardena... · 14 abr. ✓

La creatividad de los jóvenes nunca dejará de sorprenderme. Hoy me sacaron una carcajada con esta imagen de [#GameOfThrones](#) 🐉 😄

No me queda duda: si queremos que Puebla sea un gran lugar para vivir, sí o sí tenemos que escuchar a los jóvenes. ¡Ayúdanos en esta [#NuevaBatalla](#)!



SRE-PSL-20/2019.

Propaganda comercial

Se denunció a Enrique Cárdenas Sánchez, candidato común a la Gubernatura de Puebla, así como a los partidos políticos que lo postulaban, por utilizar la serie de televisión de HBO, “Game of Thrones” para promocionar su candidatura, en una publicación en su cuenta de Twitter.

Se estableció que la publicación con referencia a tal programa televisivo es una forma casual de utilizar el entorno comunicacional que ofrecen las redes sociales de una manera razonable, sin un uso indebido de la marca comercial, que vaya en contra de las normas de la propaganda electoral.

Se estimó razonable que el candidato decidiera en ese tuit referirlo como un evento de la vida cotidiana que acaparaba la atención de la gente, para subirse al tema y ser parte de él, y por ello no se consideró una actividad premeditada o que llamara la atención por una frecuencia atípica en el uso de la serie (SRE-PSL-20/2019).

Nulidad de elección ST- JIN-39/2021 y acumulados



La Sala Toluca declaró la nulidad de la elección de la diputación federal por el 3 distrito electoral en Michoacán, con cabecera en Heroica Zitácuaro al considerar que se vulneró la veda electoral, con motivo de mensajes difundidos en redes sociales por como influencers.



El PES, el PRD y FxM impugnaron los resultados que habían favorecido a la coalición integrada por los partidos PVEM, PT, y MORENA y solicitaron la nulidad de la elección.



La Sala Toluca consideró que hubo 104 influencers que hicieron campaña a favor del PVEM, durante los días cinco y seis de junio. Además, los seguidores de esos influencers superan los **ciento cuarenta millones de personas en su conjunto**. Y, en lo individual, tienen un promedio de 1.3 millones de seguidores.



Los mensajes evidencian una estrategia de campaña y propaganda prohibida, planificada, concertada y generalizada, con un discurso uniforme y tiempos sincronizados, y el contenido de es similar respecto a frases como “Partido Verde” o “vota verde” o “yo soy verde”.



En consideración de la Sala Toluca, la difusión de esos mensajes fueron violaciones sustanciales, porque transgredieron directamente los principios de certeza, legalidad y la equidad, además de que no se respetaron las reglas de propaganda.



También consideró que las redes sociales tienen una naturaleza masiva, es decir, son recibidas simultáneamente por muchas personas, y quedó acreditado una estrategia de comunicación o campaña propagandística pagada para influir en el sentido del voto.

Nulidad de elección ST- JIN-39/2021 y acumulados

En consideración de la Sala Toluca, la difusión de esos mensajes fueron violaciones sustanciales, porque transgredieron directamente los principios de certeza, legalidad y la equidad, además de que no se respetaron las reglas de propaganda.

También consideró que las violaciones fueron generalizadas, porque las redes sociales tienen una naturaleza masiva, es decir, son recibidas simultáneamente por muchas personas, y quedó acreditado una estrategia de comunicación o campaña propagandística pagada para influir en el sentido del voto.

Finalmente, consideró que la violación es determinante, porque si bien no es posible conocer el número de visitas o interacciones, un elemento objetivo son los seguidores.

Al respecto, infirió que cada uno de los seguidores vio el mensaje y que se viralizó, y presumió que el total de los 12,809 votos que recibió el PVEM se debió a la influencia de los mensajes difundidos en redes.

La diferencia entre el primer lugar de la elección, y el segundo lugar, fue de 9,561 votos, esto es, el 6.01% de la votación total de la elección que fue de 159,006 votos, y existen elementos para concluir que la incidencia en el electorado podría ser de tal magnitud, que la diferencia de votos solamente aportados por el Partido a la coalición ganadora de la elección impugnada sería determinante.

De esta manera, concluyó la Sala Toluca, si la coalición obtuvo 74,302 votos y el PVEM 12,809, si hipotéticamente los votos del PVEM fueran anulados, la coalición tendría 61,493 cantidad menor a los votos del segundo lugar (64,741).

Nulidad de elección SUP- REC-1159/2021 Y ACUMULADOS

- A juicio de Sala Superior, no quedó acreditado que la violación alegada por el PRD y por FxM en la instancia regional, de manera similar, hubiera sido determinante para el resultado de la elección.
- No es posible determinar el impacto de las irregularidades en la elección, porque los datos antes precisados, no permiten tener un panorama objetivo del grado de afectación.
- En el mejor de los casos, lo único que se puede acreditar es que los mensajes pudieron tener una cobertura nacional, pero no que fueron determinantes para el resultado concreto del distrito 3 en Michoacán.
- los datos que se utilizaron reflejan índices muy bajos de acceso a internet, que es el insumo indispensable para que los promocionales en cuestión hubiesen llegado al electorado. De los trece municipios correspondientes al distrito electoral, destaca Susupuato, en el que el porcentaje de población con acceso a internet es del 3.3 %. El municipio con mayor acceso es Zitácuaro con 39.1 %. El promedio de porcentaje de acceso a internet de los trece municipios es de 19.13 %; esto es, ni siquiera el 20 % de población en el distrito cuenta con acceso a internet. Porcentaje que se reduce aún más respecto de la ciudadanía de dicha población.
- Por tanto, ni siquiera el 20 % de la ciudadanía del distrito electoral cuenta con acceso a internet, que es el presupuesto para poder recibir los mensajes difundidos a través de las redes sociales electrónicas, por lo que con la propia información que consideró la sala regional se desvirtúa la presunción de que los mensajes de los influencers tuvieron un impacto concreto en el territorio del distrito electoral en cuestión.

Nulidad de elección SUP- REC-1159/2021 Y ACUMULADOS

- La Sala Toluca partió de inferencias que no son válidas en tanto no se encuentran sustentadas de manera fehaciente o en elementos sólidos, pues concretamente en el rubro relativo a la determinancia, se basó en que existieron las publicaciones emitidas por los mencionados ciento cuatro influencers, notas periodísticas que dieron cuenta del suceso y que se evidenció que la propaganda se mantuvo en internet al menos los días cinco y seis de junio.
- Pero al no poder establecer con exactitud el número de visitas o interacciones que tuvieron las publicaciones, se basó en la suma de seguidores de las cuentas de influencers y concluyó que los mensajes que contenían publicidad estuvieron expuestos a 142,188,613 personas en beneficio del PVEM.
- De esta manera, esta Sala Superior considera que la ilegalidad de la resolución estriba en que el elemento relativo a la determinancia de la violación en el resultado electoral, no se sustenta en pruebas fehacientes.
- Por el contrario, se basa en una mera inferencia que, incluso, rompe con las reglas de la sana crítica y la lógica, ya que no existe una vinculación necesaria entre el número de posibles usuarios de redes sociales y las personas que votaron en el distrito cuya votación fue anulada, máxime que, el número que mencionó la responsable supera toda la población de nuestro país, que ronda los 126 millones 14 mil 24 personas.
- En suma, no está demostrado en autos que los mensajes de los influencers a favor del PVEM durante la veda electoral tuvieron un impacto en los votantes del distrito 3 y que fue tal magnitud que trascendió al resultado de la elección.

Reflexiones finales



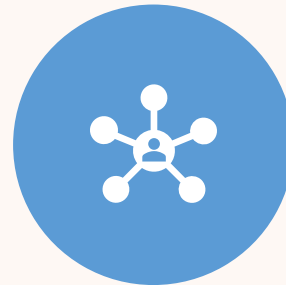
Si bien no se trata de fenómenos nuevos, **la desinformación y la difusión masiva de noticias falsas ocasiona una mayor inquietud** porque la desinformación y propaganda político-electoral **se difunde en una mayor escala a través de las tecnologías de la información**, para confundir a la población e interferir en su derecho a recibir información variada y a formarse su propia opinión.



Disuadir encarecidamente a las personas funcionarias públicas, incluso a través de medidas como códigos de conducta profesionales, de difundir desinformación, y la información errónea, e intervenir en los procesos electorales y de participación ciudadana.



Combatir las noticias falsas con censura previa no es una opción. Se deben garantizar los derechos de las personas usuarias de plataformas digitales a la libertad de expresión, el acceso a la información, la igualdad y la no discriminación, así como proteger los derechos de las personas usuarias a la privacidad, protección de datos, asociación y participación pública.



Contrastar información con más información. Utilizar las propias herramientas de las redes sociales para denunciar información que constituya desinformación.



Reflexiones finales

- Las **plataformas digitales deben adherirse a la normativa internacional en materia de derechos humanos**, incluido en el diseño de la plataforma, la moderación y la curación de contenidos. Las plataformas deben respetar la normativa internacional pertinente en materia de derechos humanos.
- **Cerrar la brecha digital**, colmar las lagunas de información, eliminar otras barreras a las que se enfrentan los grupos en situación de vulnerabilidad y marginación, y hacer realidad el derecho de todas las personas a acceder a la información.
- *“Hay un requisito cardinal que ha guiado nuestro trabajo: el de preservar siempre la libertad de expresión y todos los demás derechos humanos. Coartar o restringir la libertad de expresión sería una solución terrible. **Los medios de comunicación y las herramientas de información libres, de calidad e independientes son la mejor respuesta a largo plazo a la desinformación.**”* Directora General de la UNESCO.



Muchas gracias

Dr. José Antonio Pérez Parra