

Redes sociales en materia política electoral: noticias falsas y la restricción del derecho a recibir información de calidad para votar en México

Enrique José Chaires Velasco*

https://doi.org/10.35242/RDE_2026_41_9

Nota del Consejo Editorial



Recepción: 24 de junio de 2025.

Revisión, corrección y aprobación: 27 de octubre de 2025.

Resumen: La presente contribución tiene como objetivo analizar, a partir de su distinción y precisión conceptual, las redes sociales y el fenómeno de las noticias falsas como las *deepfakes* en materia política electoral, por medio del estudio de las repercusiones que tiene en la calidad de la información vertida como clave para asegurar la emisión del sufragio informado y a la vez resaltar cómo esto lesiona la democracia.

Palabras clave: Redes sociales / Noticias falsas / Derecho a la información / Libertad de expresión / Comunicación electrónica / Comunicación política / México.

Abstract: The goal of this contribution is to analyze, based on its distinction and conceptual precision, social networks and the phenomenon of fake news such as deepfakes in electoral politics, through the study of the repercussions it has on the quality of the information given as a key to ensure the issuance of informed suffrage and at the same time highlight how this harms democracy.

Key Words: Social networks / fake news / Right to information / Freedom of speech / Electronic communication / Political communication / Mexico

* Mexicano, abogado, correo enrique_chaires@ucol.mx. Doctor en Derecho (Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo), doctor en Ciencias Sociales (Universidad de Colima), maestro en Derecho (Universidad de Colima), especialista en Justicia Electoral (Escuela Judicial Electoral del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación), licenciado en Derecho (Universidad de Colima). Actualmente, profesor en la Universidad de Colima. Fue director de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad de Colima. Se desempeñó como director de Investigación de la Contraloría General de la Universidad de Colima. Fue integrante del Comité de Ética y Prevención de Conflictos de Interés de la Universidad de Colima. <https://orcid.org/0000-0002-9300-7820>

1. INTRODUCCIÓN

Las redes sociales abrieron canales de comunicación con mayor pluralidad donde las personas externalizan su sentir en la arena política y electoral en uso pleno de la libertad de expresión, lo que aparentemente genera un debate abierto y sólido. Sin embargo, esto se afecta por la presencia de noticias falsas y *deepfakes*¹ dentro de las redes sociales.

Así, es necesario reflexionar si en las redes sociales es posible apreciar la existencia de un derecho a la información de calidad para evaluar candidaturas y emitir el sufragio, visualizando si debe ser regulado para garantizar la recepción de información con estándares mínimos de calidad para evitar la generación de cualquier tipo de información falsa o inexacta. Por lo anterior, resulta fundamental plantear si desde las redes sociales y ante la existencia de noticias falsas y *deepfakes*, se asegura la presencia de un verdadero derecho a la información de calidad para la emisión del sufragio, sobre todo ante la confrontación con el derecho a la libertad de expresión y valorar a cuál de ellos darle mayor peso en el sistema democrático.

2. DISTINCIÓN CONCEPTUAL DE LAS REDES SOCIALES EN MATERIA POLÍTICA ELECTORAL

Las redes sociales se instauraron como una actividad obligada para las personas actoras políticas, se hicieron indispensables y permitieron tres estrategias: 1) transparencia, son vías de comunicación para reflejar y dar a conocer las actividades propias del ejercicio político; 2) libertad de expresión y de acceso a la información, permite a la ciudadanía tener contacto de forma directa con sus representantes y 3) derecho de petición en redes sociales. A partir de lo anterior, es preciso distinguir que pueden ser usadas para fines democráticos y para ocio o mercantilización. Las primeras son las que nos ocupan, al ser utilizadas por las candidaturas y los partidos políticos con el objetivo de contribuir a la información de calidad en materia política electoral.

¹ Término combinado de “deep” (profundo) y “fake” (falso), que se define como el uso de técnicas de aprendizaje profundo para fabricar contenidos mediáticos engañosos.

Pero el uso de las redes sociales enfrenta dos dificultades para asegurar el derecho a la información de calidad. Primera, la proliferación de noticias falsas y *deepfakes*. Y, segunda, la presencia de algoritmos que eliminan la pluralidad, ya que llevan a las personas a escenarios sesgados donde se les sugiere y muestra contenido a partir de un escaneo de los gustos y patrones personales. En este sentido, Chadi (2004) explica las redes sociales diciendo que “se puede imaginar a cada grupo de personas como **puentes** [resaltado agregado], que se construyen cruzando de un extremo al otro de los ámbitos, estableciendo de ese modo una comunicación que genera intercambio e interconexión” (p. 27). A partir de esta perspectiva, las redes sociales son lazos que unen a las personas de forma inmediata y directa desde cualquier parte.

Asimismo, Fernández (2013) expone que las redes sociales constituyen una “estructura compuesta por un conjunto de actores, individuos u organizaciones que están vinculados por lazos interpersonales, que se pueden interpretar como relaciones de amistad, parentesco o intereses comunes” (p. 521). De esta forma, las redes sociales se crean a través de vínculos entre las personas que les acercan conforme a ideologías, puntos de vista o discrepancias que les hacen afines a compartir información común, es decir, que se juntan o interactúan por un acto de coincidencia; existen sesgos que les hacen interactuar.

Danah Boyd y Nicolle Ellison (2008) refieren que las redes sociales digitales tratan de un fenómeno donde las personas crean perfiles públicos o parcialmente públicos, tienen interacción con otras personas y a su vez pueden ver las listas de interacción compartidas por otros usuarios. En materia política electoral, las redes sociales se basan en identificar si los perfiles son a) privados: para uso particular y donde se comparten asuntos o posturas personales; b) públicos: usados por candidaturas o partidos políticos para distribuir información electoral de interés social y general; y c) semipúblicos: combinan contenidos personales de interés colectivo.

La Oficialía Electoral del Instituto Nacional Electoral de México (INE) define que las redes sociales “juegan un papel importante en el escenario político electoral de nuestro país, logrando grandes alcances en la difusión de información e incidencia de la opinión pública respecto a los candidatos de partidos políticos e independientes (2018, p. 9). El INE expone la relevancia de las redes sociales y sus aportes a la democracia en materia de alcance de

la información. Por lo que ahora es necesario certificar y realizar acciones de verificación en las páginas de las redes sociales de candidaturas y partidos, ya que su destino es fortalecer la comunicación electoral y buscar persuadir al electorado como medios de comunicación; por tal motivo, se requiere detectar la presencia de contenidos falsos o inexactos.

Así, la existencia de información de noticias falsas o *deepfakes* puede presentar dos situaciones: a) son distribuidas con cierto grado de malicia efectiva con el propósito de dañar, y b) existe una manifiesta omisión en el interés de verificar su autenticidad.

De esta forma, el uso de las redes sociales ha vigorizado la comunicación política electoral, presentando como ejes centrales la inmediatez en la transmisión de la información, la gratuidad en la emisión de contenidos, libertad de acceso, la ausencia de una regulación estatal o debilidad de esta, la inexistencia de un intermediario para la emisión y autorización de contenidos, los altos niveles de penetración y alcance y la facilidad de réplica y distribución de contenidos.

Como se expresa, la liberación de contenidos es un punto medular del uso de las redes sociales en materia política electoral. A este respecto, Meneses Rocha (2015) resalta que uno de los usos de las redes sociales es en el ámbito político, y las reconoce como estrategias de identificación y distinción personal; así, indica que “las redes sociales virtuales son espacios de interacción que están mediados por la computadora y que son representativos de Internet. Se usan para diversos objetivos, desde la autoexpresión, la promoción personal, política o de marca y la movilización social” (Sección 1.7 Redes sociales virtuales, párr. 4).

En estos términos, las redes sociales juegan un papel fundamental en la promoción personal de cara al crecimiento político. Se utilizan como esquemas de popularización y presencia con objetivos y metas trazadas para persuadir y posicionarse, como cualquier persona que pretende ser popular, pero no se trata de publicidad y fama, sino de información de calidad que fortalezca la democracia mediante la emisión del sufragio.

En este caso, las redes sociales en materia política electoral deben ser definidas como espacios de interacción virtual inmediata de dos vías, con un emisor que es la persona actora política o la institución y, por otro, el receptor o replicador de contenido. Deben ser creadas con la finalidad de acercar las

partes en un intercambio de información relacionada con las candidaturas y que tiene como objetivos llegar a la mayor cantidad de personas, centrando su contenido en la motivación de la competencia electoral; por lo que deberán dirigirse a lograr la maximización de los derechos de libertad de expresión y a la información de calidad como valores centrales de la democracia digital.

Las redes sociales destinadas al uso político electoral no persiguen el mismo fin y objetivo que las redes sociales tradicionales utilizadas para entretener, ganar popularidad y obtener ingresos; su fin esencial es brindar información de calidad. Así, son espacios de pluralidad que fortalecen la democracia a partir de la generación e interacción de contenidos con el objetivo de persuadir a la ciudadanía con base en información de calidad que fortalezca la participación ciudadana y la emisión de un sufragio informado.

3. NOTICIAS FALSAS

Una de las fortalezas de las democracias radica en tener la mayor cantidad de fuentes de información posibles, diversas, variadas y mejores. Las redes sociales contribuyen a ello; sin embargo, producen dos amenazas: a) generación y proliferación de noticias falsas y b) debilitamiento de la calidad de la información. Así, al tratar de ganar se mueve en dos variantes: una positiva, destinada a obtener simpatía de manera natural a través de la información de calidad; en tanto que la negativa se refiere a generar esa simpatía haciendo uso de estrategias que alteran la calidad de la información como la emisión de noticias falsas, contenidos inexactos o mediante desprestigio.

En cuanto a las noticias falsas en redes sociales, no es un hecho nuevo su proliferación en el ámbito político electoral, pues se han utilizado en las campañas y discursos políticos para distraer de los contenidos ciertos o para para potenciar discursos que resten votos. Sin embargo, su distribución es más sencilla desde las redes sociales, apoyadas con herramientas como la inteligencia artificial que simula imágenes y hasta voces haciéndolas pasar por reales.

De acuerdo con Moya (2019), las noticias falsas o *fake news* son definidas:

como aquellas informaciones no veraces cuya publicación y difusión tienen la finalidad de engañar y confundir a los receptores con un propósito propagandístico. Estas informaciones también se caracterizan por ser manipulaciones o difundirse descontextualizadas, es decir, una *fake news* no tiene por qué ser necesariamente un hecho que nunca ocurrió, sino que éste pudo tener lugar (una declaración, por ejemplo), pero se presenta en un marco contextual malintencionadamente falso. (p. 125)

En este caso, la propuesta resalta dos elementos, engañar o confundir, por lo que estos contenidos no pueden ser considerados información. Lo anterior vulnera el derecho que tienen las personas a recibir información electoral de calidad. Esta obligación es responsabilidad de candidaturas y partidos políticos para asegurar que las personas tengan más y mejor información. Así, en el momento oportuno de emitir la decisión de su voto, contarán con elementos reales y tangibles de las candidaturas en un verdadero escenario de elección y evaluación de trayectorias y oficios políticos que nos dirijan rumbo a democracias consolidadas y de mayor nivel.

Aruguete y Calvo (2020) explican que la “gran mayoría de individuos propaga enseguida información no verificada si esta se alinea con sus preferencias y las de sus comunidades” (p. 69). Este conjunto de sesgos hace que los contenidos inexactos puedan trasladarse de forma eficiente y produzcan las siguientes consecuencias: a) dañar al oponente político; b) causar confusión de lo que realmente sucede debido a la manipulación e inexactitud de contenidos y c) generar desconfianza, rechazo y polarización.

Lo anterior deja de lado la información de calidad, por lo que nos preguntamos hasta qué punto se debe mantener la emisión de contenidos falsos, inexactos y sin calidad que afectan la democracia, y en cuándo se debe regular su contenido de manera proporcional para promover el sufragio informado.

En materia política electoral, las redes sociales tienen dos intensiones: persuadir para ganar o evitar que alguien más obtenga el triunfo. Para este segundo fin las noticias falsas y *deepfakes* persiguen el objetivo de confundir y engañar para evitar el respaldo a candidaturas o partidos políticos. Justo ahí radica su atención y consecuencia, la desinformación que afecta el sistema democrático al trastocar los principios de certeza y libertad en las

elecciones. Así, de acuerdo con Olaya Godoy (2023) este concepto implica la:

difusión de información distorsionada o de contenido total o parcialmente fraudulento, de forma consciente y deliberada, para provocar un daño concreto a una persona, colectivo, ideología, organización o institución y promover la posición ideológica contraria; y la propagación del discurso de odio, de forma consciente y deliberada, para denostar a una persona, colectivo, ideología, organización e institución y promover la posición ideológica contraria. (p. 299)

Esto quiere decir que la desinformación tiene como objetivo político específico afectar al contrario para que no se posicione, así se amparan bajo la libertad de expresión, lo cual resulta contrario a recibir información de calidad para emitir el sufragio. El Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación de México (TEPJF) a través de su sala superior se ha pronunciado sobre la emisión de noticias falsas en internet; en el caso de expediente SUP-REP-143/2018 estableció que:

la imputación de hechos falsos -y no sólo de delitos falsos- por parte de los partidos políticos o los candidatos, no estará protegida por el derecho a la libertad de expresión, siempre que se acredite tener un impacto en el proceso electoral y haberse realizado de forma maliciosa (malicia efectiva). (p. 23)

Conforme a esto, la presencia de noticias falsas o hechos falsos, como las estudia el Tribunal, pueden ser permitidos porque de lo contrario se restringe la libertad de expresión, pero si esos contenidos falsos que se divulgan en internet configuran calumnias, estas escapan a ese manto protector por lo que esos contenidos pueden limitarse proporcionalmente al afectar el espíritu de la democracia como es referido por el propio órgano jurisdiccional al señalar que “ la finalidad imperiosa de garantizar el derecho de los ciudadanos a ser informados verazmente respecto a hechos relevantes, para poder ejercer debidamente sus derechos políticos” (SUP-REP-143/2018, p. 22).

Conforme a lo anterior, la difusión de contenido falso, inexacto o distorsionado se encuentra permitido, pero cuando entra al terreno de las calumnias es posible prohibir y sancionar su emisión cuando se acrediten dos hipótesis:

a) La existencia de “malicia efectiva”. En la tesis de jurisprudencia “Libertad de expresión. Sus límites a la luz del sistema de protección dual y del estándar de malicia efectiva”, se sostuvo que el estándar de malicia efectiva “requiere no sólo que la información difundida haya sido falsa, sino que se haya difundido a sabiendas de su falsedad o con la intención de dañar”. En dicha jurisprudencia, emitida por la Suprema Corte de Justicia de la Nación de México (SCJN), se “requiere no sólo que se demuestre que la información difundida es falsa sino, además, que se publicó a sabiendas de su falsedad, o con total despreocupación sobre si era o no falsa” (2019) para, de esta manera, justificar que era divulgada con el fin primario de causar daño.

b) Acreditar un impacto en el proceso electoral, característica bajo la cual, a parte del dolo, necesita presentar un impacto directo en el resultado y desarrollo del proceso electoral. Conforme a este punto, es posible advertir que para entender una noticia falsa que impacte en el proceso electoral deberá generar la violación grave a un principio electoral y derecho humano, valorando el nivel de afectación causado, además de considerar si es o no determinante para evaluar si las noticias falsas pudieron afectar el resultado final de la votación obtenida y alterarlo a favor o en contra de alguna persona o partido político.

3.1 DEEPPFAKES

Las *deepfakes* como esquemas de producción y reproducción de videos y audios falsos o inexactos han crecido debido a las aplicaciones de inteligencia artificial. Según Ramos-Zaga (2024), se conceptualizan como “el uso de técnicas de aprendizaje profundo para fabricar contenidos mediáticos engañosos” (p. 365).

Estas comunicaciones se desarrollan rápidamente en el marco de las democracias digitales entendidas por Elaine (2019) como la acción de “poner Internet y la tecnología al servicio de la ciudadanía, para que contribuyan en la consolidación del sistema democrático” (p. 39). Pero en lugar de fortalecer la democracia, la hacen más compleja al no propiciar la proliferación de información de calidad, lo que afecta el derecho a emitir el sufragio informado.

Estos medios deben introducir nuevas opciones en la búsqueda de información que abonen a tener más y mejores medios informativos para el

desarrollo de una democracia de mayor calidad. La falta de estas opciones causa incertidumbre sobre la procedencia de la información creada y transmitida, la cual pone en peligro el derecho a una información de calidad en materia política electoral, por lo que la ciudadanía de no verificar lo que recibe, vive en el engaño.

Para García (2021), las “deepfakes son vídeos hiperrealistas manipulados digitalmente para representar a personas que dicen y hacen cosas que en realidad nunca dijeron ni sucedieron” (p. 107). Bajo este esquema, la democracia no se fortalece, se debilita porque se sustenta en un escenario irreal, y confunde al electorado porque no votarían por una oferta, sino por discursos falsos.

Al respecto, el Centro Regional de Información de las Naciones Unidas reconoce que “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” (2024, 10, junio).

En el sentido anterior, no es posible ver este tipo de contenidos como información, mucho menos con calidad para informar a la ciudadanía y que esta emita el sufragio de manera efectiva, lo que lastima el espíritu de una democracia informada. Desde esta perspectiva es preciso preguntarnos si estas aplicaciones de creación de contenido aseguran el acceso a un derecho a la información de calidad para emitir el sufragio y hacen que la democracia se fortalezca o se debilite.

Nos lleva a reflexionar sobre las tareas que las autoridades electorales, judiciales y legislativas están llevando a cabo para atender la presencia de noticias falsas en materia electoral, por ejemplo: a) imponer sanciones por el uso inadecuado de las *deepfakes*, b) regular las *deepfakes*, c) establecer parámetros de verificación de información, d) imponer restricciones proporcionales en el marco de la libertad de expresión y e) garantizar el derecho a recibir información de calidad en materia política electoral como eje central de la democracia.

4. DERECHO A LA INFORMACIÓN DE CALIDAD EN REDES SOCIALES

El derecho a la información de calidad en redes sociales dirigido a garantizar la emisión del sufragio informado es un tema pendiente, ya que no se encuentra reconocido en las leyes mexicanas como una premisa básica de la democracia para elegir representantes populares bajo un estándar mínimo de conocimiento para comparar y decidir quién representará a la ciudadanía y tomará decisiones.

Sin embargo, es clave hablar y discutir que con las redes sociales estamos en presencia de una democracia de mayor calidad sustentada en tener más medios de comunicación, sobre todo porque rompen el monopolio de radio y televisión. Pero se necesita cuestionar si son mejores, no solo en cantidad, sino que arrojen información de calidad para la emisión del sufragio porque en la realidad está detectada la proliferación de noticias falsas y *deepfakes*.

En este sentido, el derecho a la información en redes sociales maximiza la democracia y coadyuva a incrementar su calidad bajo la variable de contar con más medios de comunicación, con la problemática de que no se encuentra reconocido en las leyes de forma explícita, ya que sí se habla del derecho a la información, pero no de calidad en materia política electoral.

De esta manera, el artículo 6 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM) indica que “el derecho a la información será garantizado por el Estado” (art. 6, párr. 1) en tanto que en el párrafo segundo dice “toda persona tiene derecho al libre acceso a información plural y oportuna, así como a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole por cualquier medio de expresión” (art. 6, párr. 2). Pese a su incorporación constitucional, no se distingue aquella información requerida para emitir el sufragio y en qué medida es útil o no lo es para decidir y votar, sobre todo en un marco de redes sociales plagado de múltiples contenidos falsos e inexactos.

Así, este derecho en redes sociales se desarrolla en cuatro vías. Primera, posibilidad de difundir cualquier contenido con pocas restricciones, salvo aquellas generadoras de violencia o que impliquen la comisión de delitos; segunda, recibir o acceder a cualquier tipo de contenido libremente; tercera, comunicación bidireccional: las personas tienen la posibilidad de compartir, replicar o interactuar con los contenidos; y cuarta, derecho a la información de calidad: debe ser suficiente y adecuada, dirigida a comunicar propuestas,

acciones y proyectos que se pretenden desarrollar producto de sus funciones, absteniéndose de contenidos estériles que confundan o estén dirigidos a evitar el sufragio de otras candidaturas.

Entonces, ¿qué es información de calidad en materia electoral? Se trata del derecho de las personas a recibir contenidos de las candidaturas para tener la mayor cantidad de elementos ciertos y posibles que le permitan a la ciudadanía contar con un panorama de las distintas propuestas electorales y garantizar el derecho a la emisión de un sufragio informado el día de la jornada electoral, coadyuvando a una democracia de mayor calidad centrada en el valor de la decisión informada. Esta definición plantea la idea de reconocer la necesaria existencia de un derecho a la información de calidad en materia electoral, lo cual es una ausencia permanente, producto de la desnaturalización de las campañas electorales al tergiversar su contenido esencial y volverlas un acto de mercado.

Este derecho deriva del artículo 35 de la CPEUM el cual en la fracción I indica que la ciudadanía tiene derecho a “votar en las elecciones populares” sin que establezca un parámetro para contar con información suficiente y de calidad. Por otro lado, la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales de México (LGIPE) indica en su artículo 7, numeral 2 que el “voto es universal, libre, secreto, directo, personal e intransferible”.

Como se aprecia, el derecho a la información de calidad no se encuentra garantizado dentro del marco normativo electoral. Esto produce la desnaturalización de los procesos de campañas electorales al convertir las elecciones en un escenario donde lo único importante es ganar, de la manera que resulte y mediante el camino que lleve a ese fin, donde no le brinden elementos suficientes a la ciudadanía para votar, y la prioridad sea persuadir respecto a figuras y no sobre acciones o proyectos. Así, la norma protege las candidaturas y no a la ciudadanía y olvida el derecho a la información de calidad para emitir el sufragio. Aunado a esto, las redes sociales son un factor que potencializa campañas electorales donde el fin específico es obtener la mayor cantidad de personas simpatizantes, por lo que su objetivo es entretener y no informar con calidad.

Sin embargo, la LGIPE abre una puerta, en el artículo 242 indica que las campañas electorales “deberán propiciar la exposición, desarrollo y discusión ante el electorado de los programas y acciones fijados por los partidos

políticos en sus documentos básicos y, particularmente, en la plataforma electoral que para la elección en cuestión hubieren registrado” (numeral 4). La norma crea un parámetro mínimo de calidad informativa al exponer que los debates electorales tienen como línea transversal la exposición de ideas y programas por implementarse, pero el artículo no tiene el peso que debería y no se asegura el derecho a la información de calidad. Así, las redes sociales usadas por las candidaturas deben privilegiar la difusión de programas y acciones que guiarán su función.

El Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) tampoco ha reconocido dicho derecho y le otorga mayor peso a la libertad de expresión como eje central de la propaganda electoral, aunque sí se han dictado criterios en los que se valora el impacto de las redes sociales, como es la Jurisprudencia 13/2024 “Redes sociales. Para acreditar la infracción de una conducta se debe tomar en cuenta la calidad de la persona emisora y el contexto en el que se emite un mensaje”, donde sostiene que las redes sociales son espacios más democráticos, pero cualquier medida que les afecte debe garantizar el respeto a la libre expresión.

El criterio anterior no valora la libertad de expresión en torno a la calidad informativa recibida y a la promoción del sufragio informado. Por lo que tampoco se estudia a las redes sociales como espacios de formación ciudadana para la emisión del sufragio a partir de información de calidad. Al contrario, genera la evidencia de que es más importante la popularización o mercantilización por encima de la existencia de información de calidad.

A la luz de lo anterior, se desarrolla una propuesta de acción para el estudio y análisis que permita reconocer el derecho a la información de calidad en redes sociales ante la libertad de expresión donde las personas cuenten con el fundamento informativo indispensable para elegir. Así, el estudio debe distinguir:

a) Emisarios de la información. Conformado por las candidaturas y partidos políticos. En consecuencia, son quienes verán limitada su libertad de expresión para privilegiar la difusión de ideas que le permitan a la ciudadanía tener los elementos suficientes para conocer los proyectos políticos y decidir.

Deberán gozar de un margen de apreciación especial a los contenidos que generan. Su libertad de expresión será plena siempre y cuando sea

dirigida a informar de sus candidaturas para la promoción efectiva del sufragio. Fuera de este escenario cualquier persona podrá ejercer su libertad de expresión de manera amplia, siempre y cuando se respeten las limitaciones o restricciones válidamente impuestas y que la propia legislación señala, como la violencia de género.

b) Finalidad de la información. Se trata del fin adecuado que tiene la sociedad en materia de información electoral, a través del cual los partidos políticos y candidaturas en procesos electorales deben producir, difundir, generar, compartir y respaldar contenidos dirigidos a promocionar las candidaturas garantizando los valores de la democracia a partir de convencer con información de calidad.

Esta información debe satisfacer las necesidades básicas electorales que apoyen la toma de decisión, incluyendo i) propuestas: centradas en proyectos, planes y programas por desempeñar en caso de obtener el triunfo; ii) claridad informativa: especificar con exactitud los problemas que serán atendidos y las estrategias; iii) lenguaje ciudadanizado: los contenidos se deben mostrar sin tecnicismos, pero con la suficiente especialización en la que se haga notar las acciones que se llevarán a cabo, en qué lugar, momento, así como las posibles consecuencias.

c) Contexto en el que se emite la información. Debe ser emitida exclusivamente en el marco del proceso electoral de que se trate, ya sea en etapa de precampaña o campaña exclusivamente. Además de ser generada de manera directa por las redes sociales oficiales de las candidaturas y de los partidos políticos. De no ser emitida en esos canales, serán responsables mediante la culpa invigilando².

5. CONCLUSIONES

Las redes sociales utilizadas en materia política electoral representan un beneficio para el ejercicio de la democracia al generar más espacios de interacción comunicativa entre las personas con las instituciones, los partidos políticos y las candidaturas, lo que incrementa la calidad de la democracia.

² Concepto jurídico que implica la responsabilidad de una persona por los daños causados por otra, debido a que tenía un deber legal o moral de vigilarla y falló en hacerlo.

Se generan procesos informativos bidireccionales, sin intermediación; con pluralidad, libertad, inmediatez y contacto directo. Sin embargo, provocan dificultades claras al proliferar contenidos falsos y *deepfakes* los cuales confunden y generan contextos desinformativos en una democracia que debe estar construida en un esquema de información de calidad, con lo cual se da una pérdida de certeza en el proceso electoral.

Las normas, tribunales y autoridades han propiciado un debate abierto en redes sociales donde se privilegia la libertad de expresión como valor fundamental. Sin embargo, no se hace la diferencia clara respecto a quiénes emiten los contenidos, el sentido en el cual lo hacen y su propósito, por lo que no se les otorga la responsabilidad en la emisión de los mensajes que publican.

Los partidos políticos y las candidaturas actúan dentro de las redes sociales como si fueran cualquier persona usuaria que busca posicionarse y ganar popularidad. Omiten por completo que en el escenario de la democracia los partidos políticos y las candidaturas tienen el compromiso de la generación de contenidos de calidad dirigidos a que las personas emitan su voto con los mayores elementos posibles respecto a las propuestas y ofertas políticas que deberán ejecutarse en el ejercicio del cargo público por quienes resulten electos y electas.

No existe el reconocimiento del derecho a la información de calidad en materia política electoral, visto en el marco de aquel correspondiente a todas las personas para tener más y mejores elementos posibles emitidos por las autoridades, partidos políticos, candidaturas, gobiernos y personas servidoras públicas, obligadas a garantizar que este derecho brinde a las ciudadanas y ciudadanos todas las herramientas para emitir, el día de la renovación de los poderes públicos, el sufragio de manera informada. El derecho al sufragio informado no está considerado en las normas por las autoridades de gestión y jurisdiccionales electorales, situación que va en detrimento de la democracia y genera la proliferación de noticias falsas y contenidos inexactos que solo buscan sacar ventaja pero no informar, debido a que se concibe a las elecciones como una competencia donde cualquier estrategia es válida sin reconocer que el crecimiento de la democracia se da a partir del voto informado, a diferencia de las aspiraciones o derechos personales que siempre estarán por debajo de los mayoritarios.

Las elecciones no son una simple competencia o carrera de popularidad que deba ser inundada por notificaciones falsas, *deepfakes* o cualquier tipo de contenido sin sentido; debe propiciar una sociedad informada para decidir política y electoralmente lo que permita evaluar y cuestionar el ejercicio de la función pública. Es preciso ver el derecho a la información de calidad y el derecho a un sufragio informado ponderados por encima de la libertad de expresión, ya que no se trata de censurar o restringir de forma desproporcionada todo discurso político electoral, sino de dotarle de la responsabilidad que corresponde a cada una de las partes involucradas dentro del proceso comunicativo.

Se debe establecer un parámetro de comunicación en redes sociales que evite la proliferación de noticias falsas y en el cual se haga la diferencia entre personas ciudadanas sin fines políticos, instituciones, personas ejerciendo cargos de elección popular y candidaturas. Es necesario generar un umbral de responsabilidad preciso para partidos políticos, candidaturas y quienes nos representan por haber obtenido el voto popular. Los llamados influencers deben manejar un estándar más alto de comunicación política electoral en la que se brinde información de calidad, en virtud de que su naturaleza es la de coadyuvar a la democracia como vehículo de formación política y no convertirse en personas influyentes dentro de redes sociales que no tienen ninguna obligación y responsabilidad con la sociedad al tratarse de relaciones de libertad personal y hasta de intereses económicos para obtener ganancias a través de la monetización de redes sociales.

Es clara y queda evidenciada la ausencia de un derecho a información de calidad y al sufragio informado en una democracia dentro de las redes sociales, antepuestos por una imprecisa interpretación de la libertad de expresión leída en sentido contrario a su ámbito de aplicación que es para el desarrollo de la democracia y no de la vida ordinaria de las personas, ya que las consecuencias son mayores, la elección de quienes tomarán las decisiones y encabezarán los poderes del Estado en un sistema democrático donde se les entrega esa representación para que decidan a favor de la colectividad.

Se debe pujar por un sentido efectivo de calidad informativa, el cual pueda contrarrestar toda la desinformación existente, además de entender la política como una trayectoria u oficio que más allá de ser representación lograda en las elecciones, se trata de un empleo público u oficio

desempeñado que requiere habilidades y competencias específicas, como las de cualquier persona empleada y en la que se tiene la responsabilidad de rendir cuentas y dar los resultados esperados para la sociedad desde la gestión y satisfacción de necesidades colectivas.

REFERENCIAS

- Boyd, D. y Ellison, N. (2008) Social network sites: definition, history and scholarship. *Journal of Computer_Mediated Communication*, 13, 210-230.
- Calvo, E. y Aruguete, N. (2020). *Fake news, trolls y otros encantos*. Siglo Veintiuno.
- Chadi, M. (2004). *Redes sociales en el trabajo social*. Espacio editorial.
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos [Const.]. Art. 6. 15 de abril de 2025 (México).
- Decreto 6. Reforma y adición de diversas disposiciones de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, en materia de elección de personas juzgadoras del Poder Judicial de la Federación. 23 de mayo de 2014. Diario oficial del 14 de octubre de 2024.
- Elaine, F. (2019). *El reto de la democracia digital. Hacia una ciudadanía interconectada*. Jurado Nacional de Elecciones, Konrad-Adenauer-Stiftung y Democracia y Desarrollo Internacional.
- Fernández, N. (2013). Trastornos de conducta y redes sociales en internet. *Salud mental*, 36(6), 521-527.
- García-Ull, F. (2021). Deepfakes: el próximo reto en la detección de noticias falsas. *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 64, 103-120. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3378>
- Godoy, M. (2023). La desinformación como herramienta política: repercusión en los derechos fundamentales y en la calidad democráticas de los Estados. *Foro, Nueva época*, 26(2), 293-326. <https://dx.doi.org/10.5209/foro.97652>
- Instituto Nacional Electoral (INE), Oficialía Electoral. (2018). *Primer informe trimestral. Diciembre 2017-febrero 2018*. Instituto Nacional Electoral.
- Meneses, M. (2015). *Ciberutopías. Democracia, redes sociales, movimientos-red*. Tecnológico de Monterrey.

- Moya, D. (2019). Las fake news en los procesos electorales: el proyecto Verificado.mx en las elecciones mexicanas de 2018. En J. Candón-Mena y M. L. Cárdenas-Rica (Eds.), *Nuevos debates para la comunicación y la filosofía* (pp. 117-136). Egregius.
- Naciones Unidas. Centro Regional de Información (10 de junio, 2024,). ¿Puede la inteligencia artificial influenciar los procesos electorales? <https://unric.org/es/peligros-y-beneficios-de-la-inteligencia-artificial-en-procesos-electorales/>
- Ramos-Zaga, F. (2024). Deepfake: análisis de sus implicancias tecnológicas y jurídicas en la era de la inteligencia artificial. *Derecho global. Estudios sobre derecho y justicia*, (27), 359-387. <https://DOI.org/10.32870/dgedj.v9i27.754>
- Suprema Corte de Justicia de la Nación, México. Jurisprudencia 1a./J. 80/2019 (10.ª); 11 de octubre de 2019.
- Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF). Jurisprudencia 13/2024; 24 de enero de 2024.
- Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF). Recurso de Revisión del Procedimiento Especial Sancionador 143/2018; 23 de agosto de 2018.