



Informe de Monitoreo de publicidad pagada en Redes Sociales

**del Proceso Electoral Extraordinario del
Poder Judicial del Estado de Michoacán
2024-2025.**



Comisión Temporal para
el Desarrollo del
Proceso Electoral
Extraordinario
del Poder Judicial del
Estado de Michoacán
2024-2025



**Mtra. Marlene Arisbe
Mendoza Díaz de León**
Presidenta



**Licda. Carol Berenice
Arellano Rangel**
Integrante



**Mtro. Juan Adolfo
Montiel Hernández**
Integrante



**Lic. Juan José
Moreno Cisneros**
Secretario Técnico

c

Glosario.

Código Electoral:	Código Electoral del Estado de Michoacán.
Comités Distritales Judiciales:	Comités Distritales Judiciales del Instituto Electoral de Michoacán.
IEM:	Instituto Electoral de Michoacán.
PEEPJM:	Proceso Electoral Extraordinario del Poder Judicial del Estado de Michoacán 2024-2025.

ÍNDICE

Introducción.....	4
Objetivo General.....	4
Unidades de análisis	4
Segmentación del Monitoreo con base en la Distribución Judicial	6
Procedimiento del monitoreo	7
Palabras clave para realizar el monitoreo	7
Proceso de elaboración del monitoreo	8
Resultados del monitoreo en Redes Sociales	10
Implementación de Campaña	10
Conclusiones.....	12



Introducción

El PEEPJM representó un ejercicio inédito en la vida democrática de la entidad, al instaurar por primera vez un mecanismo de elección directa para la designación de personas juzgadoras.

En este marco, se implementó por primera ocasión un sistema de monitoreo en redes sociales, orientado a verificar el cumplimiento que la normativa electoral local estableció, en el sentido de prohibir a las candidaturas, contratar espacios publicitarios en medios de comunicación, incluidos los entornos digitales.

De manera complementaria, se estableció una estrategia de observación regional a través de los Comités Distritales Judiciales y del órgano central, con la finalidad de detectar posibles publicaciones pautadas en redes sociales por parte de alguna candidatura. Este esquema permitió ampliar el alcance del monitoreo y fortalecer la capacidad institucional para dar seguimiento a las actividades de campaña en el entorno digital.

En el presente informe se establecen los resultados de la metodología para la identificación, análisis y documentación de la publicidad pagada en redes sociales por parte de las Personas Candidatas a juzgadoras durante la etapa de campañas electorales en el Marco del PEEPJM.

Unidades de Análisis

Las redes sociales han revolucionado la comunicación en la sociedad contemporánea, posicionándose como plataformas esenciales para el intercambio de ideas y el acceso inmediato a información. Este fenómeno ha modificado sustancialmente la manera en que las candidaturas establecen contacto con la ciudadanía, especialmente en el ámbito electoral, al facilitar la interacción directa y la difusión de mensajes a gran escala.

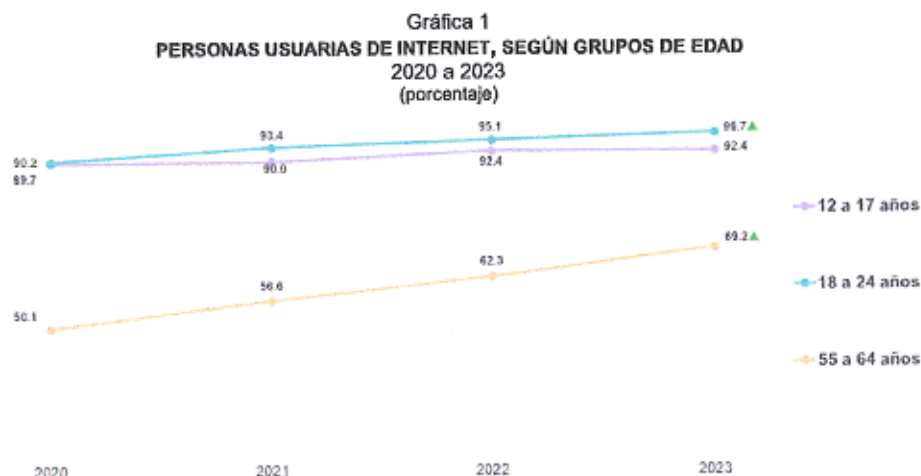
Uno de los cambios significativos en las estrategias de comunicación política ha sido la incorporación de la publicidad pagada en campañas electorales. El uso de algoritmos avanzados por parte de estas plataformas ha permitido que las candidaturas orienten sus mensajes hacia públicos específicos, segmentando a las audiencias en rubros como la ubicación geográfica, grupo etarios, así como criterios demográficos. Esta precisión en el alcance y la segmentación de los mensajes ha evolucionado la manera de llamar

al voto, incrementando la eficiencia y reduciendo los costos en comparación con medios tradicionales como la radio, la televisión o la prensa escrita.

Para la elección de las redes sociales a monitorear es preciso mencionar que de acuerdo con datos del Digital Report 2024¹, elaborado por Hootsuite y We Are Social, México presentó un panorama digital robusto con 107.3 millones de personas usuarias de internet, lo que equivale al 83.2% de la población total. Este número refleja un incremento anual de 6.6 millones de usuarios, lo que indica un crecimiento sostenido en la adopción tecnológica. Sin embargo, el 16.8% de la población, equivalente a 21.65 millones de personas, aún permanece desconectada.

En cuanto al uso de redes sociales, México cuenta con 90.2 millones de personas usuarias activas, lo que representa el 70% de la población total y el 84.1% de los usuarios de internet. Estas plataformas experimentaron un incremento de 6.5 millones de usuarios durante el último año, destacándose Facebook como la más utilizada, con 90.2 millones de usuarios y un alcance del 87.9% de los mayores de 13 años. YouTube alcanza al 77.5% de los usuarios de internet, mientras que TikTok destaca con 74.15 millones de usuarios mayores de 18 años y un crecimiento anual del 28.9%. Instagram, por su parte, registra 44.85 millones de usuarios y un aumento del 22.2% anual, consolidándose como una de las plataformas en mayor expansión.

Por otro lado, la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2024², realizada por el Inegi y el Instituto Federal de Telecomunicaciones, refiere que el “grupo de personas que concentró un mayor



¹ <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>

² https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2024/ENDUTIH/ENDUTIH_23.pdf

porcentaje de personas usuarias de internet fue el de 18 a 24 años, con una participación de 96.7 por ciento. A este grupo, le siguen las personas de entre 12 a 17 años y 25 a 34 años, con un 90 por ciento de participación”.

Por otro lado, el IEM cuenta con perfiles en las 5 principales redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, Youtube y TikTok este último abierto a finales de 2021; las cuales son cuentas difusoras de las actividades institucionales y vínculo directo entre la ciudadanía y el IEM.

Las redes sociales institucionales de Facebook y twitter se abrieron en 2011, de YouTube en el 2015, Instagram en 2020 y de Tiktok en el 2023. Al corte del primer mes de 2025, el IEM cuenta con más de 30 mil seguidores en Facebook; 7 mil 220 en Twitter; 1 mil 600 en YouTube; 1284 en Instagram y 464 en TikTok.

Con base en lo anterior, las plataformas seleccionadas para el monitoreo de publicidad pagada durante dicho proceso electoral fueron las siguientes:

Facebook: es la red social con mayor número de usuarios a nivel global, superando los 3,000 millones. Permite la difusión de publicidad en diversos formatos (*imágenes, videos, Stories*) y tiene herramientas de análisis en tiempo real que facilitan la medición precisa del alcance, la interacción y la efectividad de las campañas. Su alto grado de penetración en México es un canal prioritario para estrategias de comunicación electoral.

Instagram: especializada en contenido visual, permite a las candidaturas difundir mensajes atractivos mediante imágenes y videos. Su vinculación con Facebook posibilita el acceso a sistemas avanzados de segmentación y métricas.

X (antes Twitter): destacada por su inmediatez y capacidad para viralizar mensajes breves. La plataforma es ideal para difundir noticias, anuncios y tendencias de forma rápida.

TikTok: centrada en la creación y distribución de videos cortos, esta plataforma ha experimentado un crecimiento acelerado en México. Su algoritmo promueve la visibilidad de contenidos según los intereses y el comportamiento de los usuarios, lo que resulta eficaz para campañas dinámicas, creativas y de alto impacto, orientadas a públicos jóvenes y diversos.

Segmentación del monitoreo con base en la Distribución Judicial.

Dado que los algoritmos de las redes sociales podían mostrar contenido publicitario a los usuarios con base en su ubicación geográfica, se consideró necesario garantizar una cobertura amplia durante los monitoreos.

Las funciones de segmentación territorial que ofrecen estas plataformas, se delimitó con mayor precisión en los distritos judiciales. Ello, permitió información focalizada del contenido no pagado y aseguró un monitoreo más efectivo de las publicaciones en redes.

Procedimiento de monitoreo

1. Detección de *publicidad pagada*: el procedimiento de monitoreo llevado a cabo sobre las publicaciones en redes sociales fue priorizado sobre aquellas en donde se hacía referencia a la elección, la intención del voto o las preferencias electorales.
2. Registro de publicaciones: se documentó cada hallazgo con capturas de pantalla, enlaces y metadatos relevantes (fecha, hora y usuario que publicó el contenido).
3. Reporte al órgano central: los Comités Distritales Judiciales enviaron los hallazgos a la Coordinación de Comunicación Social mediante un formato previamente establecido.
4. Análisis y consolidación: la Coordinación analizó la información y generó reportes dirigidos a la Secretaría Ejecutiva.

El proceso electoral extraordinario del Poder Judicial del Estado contó con 26 Comités Distritales Judiciales, distribuidos en las cabeceras regionales y distritos judiciales, los cuales, llevaron a cabo esta tarea de monitoreo, en conjunto con el órgano central del Instituto Electoral de Michoacán. Dichos Comités y su geografía, se ilustra en la siguiente tabla:

01 Región Apatzingán	02 Región Lázaro Cárdenas	03 Región Morelia	04 Región Uruapan	05 Región La Piedad	06 Región Zamora	07 Región Zitácuaro
I APATZINGÁN • Apatzingán • Aguililla • Buenavista • Múgica • Panzacuro • Tepalcatepec	III ARTEAGA • Arteaga • Tumbiscatio	XIII MORELIA • Morelia • Acuitzio • Copándaro • Cuitzeo • Charo • Chucándiro • Huandacareo • Huiramba • Lagunillas • Madero • Santa Ana Maya • Tarímbaro • Tzitzio	XI LOS REYES • Los Reyes • Cotija • Peribán • Tingüindín • Tocumbo	VIII JIQUILPAN • Jiquilpan • Chavinda • Marcos Castellanos • Pajacuarán • Venustiano Carranza • Villamar	XXI ZAMORA • Zamora • Cherán • Chilchota • Ecuandureo • Ixtlán • Jacona • Purépero • Tangamandapio • Tangancicuaro	VI HIDALGO • Hidalgo • Irimbo
II ARIO • Ario • Churumuco • La Huacana • Nuevo Urecho	IV COAHUAYANA • Coahuayana • Aquila	XIV PATZCUARO • Patzcuaro • Erongaricuaro • Quiroga • Salvador Escalante • Tzitzuntzan	XVII TACÁMBARO • Tacámbaro • Turicato	IX LA PIEDAD • La Piedad • Churintzio • Numanán • Penjamillo • Tlazazalca • Zináparo	XX ZACAPU • Zacapu • Coeneo • Jiménez • Panindícuaro	VII HUETAMO • Huetamo • Carácuaro • Nocupétaro • San Lucas • Tiquicheo de Nicolás Romero
V COALCOMÁN • Coalcomán de Vázquez Palleares • Chilcuila	X LÁZARO CÁRDENAS • Lázaro Cárdenas	XXII ZINAPÉCUARO • Zinapécuaro • Álvaro Obregón • Indaparapeo • Queréndaro	XIX URUAPAN • Uruapan • Charapan • Gabriel Zamora • Nahuatzen • Paracho • Nuevo Parangaricutiro • Tancitaro • Taretan • Tingambato • Ziracuaretiro	XV PURUÁNDRIO • Puruándiro • Angamacutiro • Huaniqueo • José Sixto Verduzco • Morelos		XII MARAVATÍO • Maravatío • Aporo • Contlapec • Epitacio Huerta • Senguio • Tlalpujahua
				XVI SAHUAYO • Sahuayo • Briseñas • Cojumatlán de Régules		XXIII ZITÁCUARO • Zitácuaro • Angingueo • Juárez • Jungapeo • Ocampo • Susupuato • Tuxpan • Tuzantla
				XVIII TANHUATO • Tanhuato • Vista Hermosa • Yurécuaro		

Palabras clave utilizadas en el monitoreo

Las personas que realizaron el monitoreo utilizaron palabras clave, las cuales se introdujeron en los buscadores de las redes sociales con el objetivo de que estas plataformas mostraran las publicaciones relacionadas. Esto permitió identificar si el contenido era orgánico o si había sido impulsado económicamente para aumentar su alcance.

En este apartado se muestran las palabras clave que se utilizaron en el monitoreo:

- Proceso Judicial
- Elecciones 2025
- Elecciones Judiciales Morelia (Dependiendo del municipio, región o distrito judicial)
- Vota 1 de Junio
- Candidatura Judicial

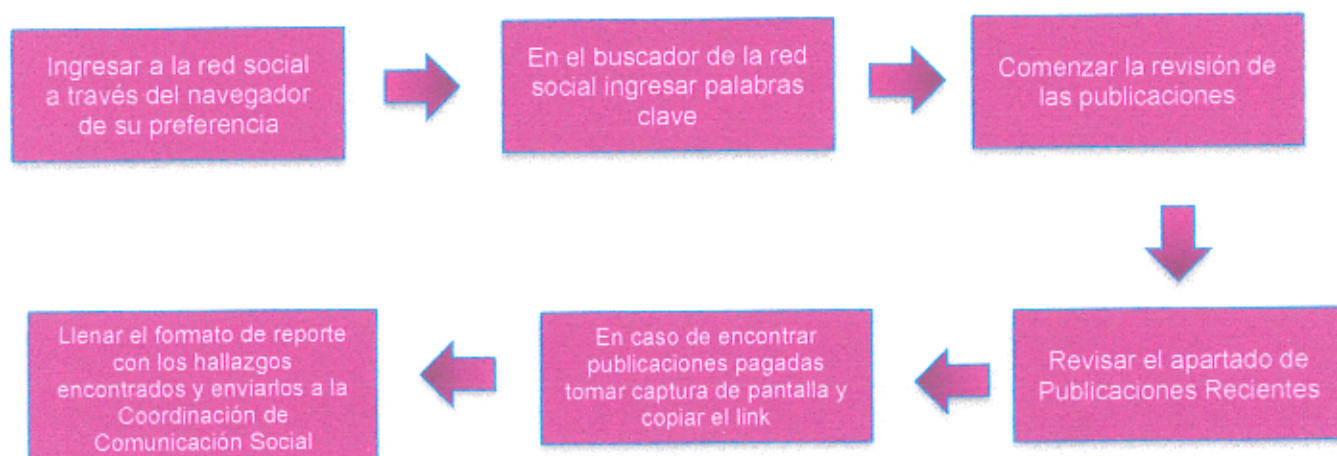
Es importante precisar que el monitoreo de publicidad pagada se llevó a cabo a través de las páginas creadas para cada uno de los Comités Distritales Judiciales.

Proceso de elaboración del monitoreo

Para la elaboración del monitoreo de publicidad pagada en redes sociales, los Comités Distritales Judiciales del IEM, designaron a una persona encargada de hacer el concentrado de la información; misma que fue remitida de manera semanal por correo electrónico a la Secretaría Ejecutiva del Instituto.

Es importante mencionar que durante la etapa de monitoreo, el personal que integra la coordinación de comunicación social dio acompañamiento a los comités distritales judiciales con la finalidad de que el monitoreo de publicidad pagada se llevara a cabo con base en la metodología prevista en la guía para la realización de la actividad.

A continuación, se esquematiza el procedimiento realizado por los Comités Distritales Judiciales en el desarrollo del monitoreo de la publicidad pagada.



Formato de resultados del monitoreo en Redes Sociales

Una vez concluida la revisión de publicaciones en redes sociales, fue necesario realizar el llenado de los hallazgos detectados durante el monitoreo en el formato de reporte establecido, mismo que era enviado posteriormente a la Coordinación de Comunicación Social para su revisión y validación.

Por su parte, la Coordinación de Comunicación Social implementó un formato de bitácora para registrar el cumplimiento en el llenado del formato de monitoreo por parte de los Comités Distritales Judiciales. Dicha bitácora se actualizaba semanalmente, conforme se recibía la información a través del correo electrónico institucional.

A continuación, se muestra el formato de bitácora empleada:

Comité Judicial	Reporte 1	Reporte 2	Reporte 3	Reporte 4	Reporte 5	Reporte 6	Reporte 7
Apatzingán							
Ario de Rosales							
Arteaga							
Coahuayana							
Coalcomán							
Hidalgo							
Huetamo							
Jiquilpan							
La Piedad							
Lázaro Cárdenas							
Los Reyes							
Maravatio							
Morelia Noreste							
Morelia Noroeste							
Morelia Sureste							
Morelia Suroeste							
Pátzcuaro							
Puruándiro							
Sahuayo							
Tacámbaro							
Tanhuato							
Uruapan							
Zacapu							
Zamora							
Zinapécuaro							
Zitácuaro							

Cabe destacar que, derivado de la carga de trabajo en los Comités Distritales Judiciales se presentaron diversas dinámicas en la entrega de reportes. Agrupando entregas quincenales o mensuales.

Es fundamental resaltar que, a pesar de estas variaciones en los formatos y frecuencias de entrega, todos y cada uno de los Comités Distritales Judiciales dieron cumplimiento a esta actividad de monitoreo.

Resultados del monitoreo en Redes Sociales

Atendiendo a lo establecido en la reforma al Código Electoral el IEM es la autoridad encargada de organizar la elección. En ese sentido, el artículo 368, fracción IX, del Código Electoral que la Autoridad Electoral local será la encargada de garantizar que

ninguna persona candidata a juzgadora contrate espacios en Internet o cualquier otro medio para promocionar su candidatura.

Con base en lo anterior, y tras 45 días de monitoreo de publicidad pagada en redes sociales, la Coordinación de Comunicación social en conjunto con los Comités Distritales Judiciales no detectó publicidad de carácter pagado en el periodo señalado.

**Consulta los informes de los Comités Distritales Judiciales
escaneando el Código QR**



Implementación de Campaña

La campaña "Prohibición de pago de publicidad en Redes Sociales" fue implementada como parte de las acciones estratégicas IEM para garantizar la equidad y la transparencia en el PEEPJM. Durante su implementación, se elaboraron materiales informativos y herramientas de denuncia con el objetivo de informar y facilitar la participación activa de la ciudadanía en la vigilancia del cumplimiento de la normativa electoral.

Las acciones de la campaña incluyeron la difusión constante de infografías, y cápsulas informativas a través de las redes sociales institucionales, así como en la página web del Instituto donde se compartió la prohibición expresa de pago por publicidad electoral en redes sociales.

De manera adicional, se establecieron canales de denuncia accesibles como un correo electrónico dedicado y una línea telefónica con extensión específica para que cualquier persona pudiera reportar de manera sencilla y segura posibles violaciones a la normativa.

Se diseñaron guías prácticas para facilitar la presentación de quejas, detallando el procedimiento paso a paso e indicando la documentación requerida.



Conclusiones

El monitoreo efectuado durante el PEEPJM permitió constatar el cumplimiento de la normativa en materia de publicidad pagada en redes sociales. La ausencia de publicaciones irregulares constituye un indicador positivo del respeto a las disposiciones legales vigentes y del compromiso institucional por garantizar condiciones de equidad en la contienda.

Asimismo, la participación activa y coordinada de los Comités Distritales Judiciales del Instituto Electoral de Michoacán resultó fundamental para fortalecer la vigilancia en el ámbito digital, lo que evidenció la corresponsabilidad de las y los actores involucrados con el desarrollo de un proceso transparente y apegado a los principios democráticos.

En conjunto, los resultados obtenidos reflejan la eficacia de las estrategias implementadas y sientan un precedente relevante para futuros ejercicios de monitoreo en procesos electorales de naturaleza similar.

Lic. Oscar Jesús Espinoza Gómez
Coordinador de Comunicación Social del Instituto Electoral de Michoacán