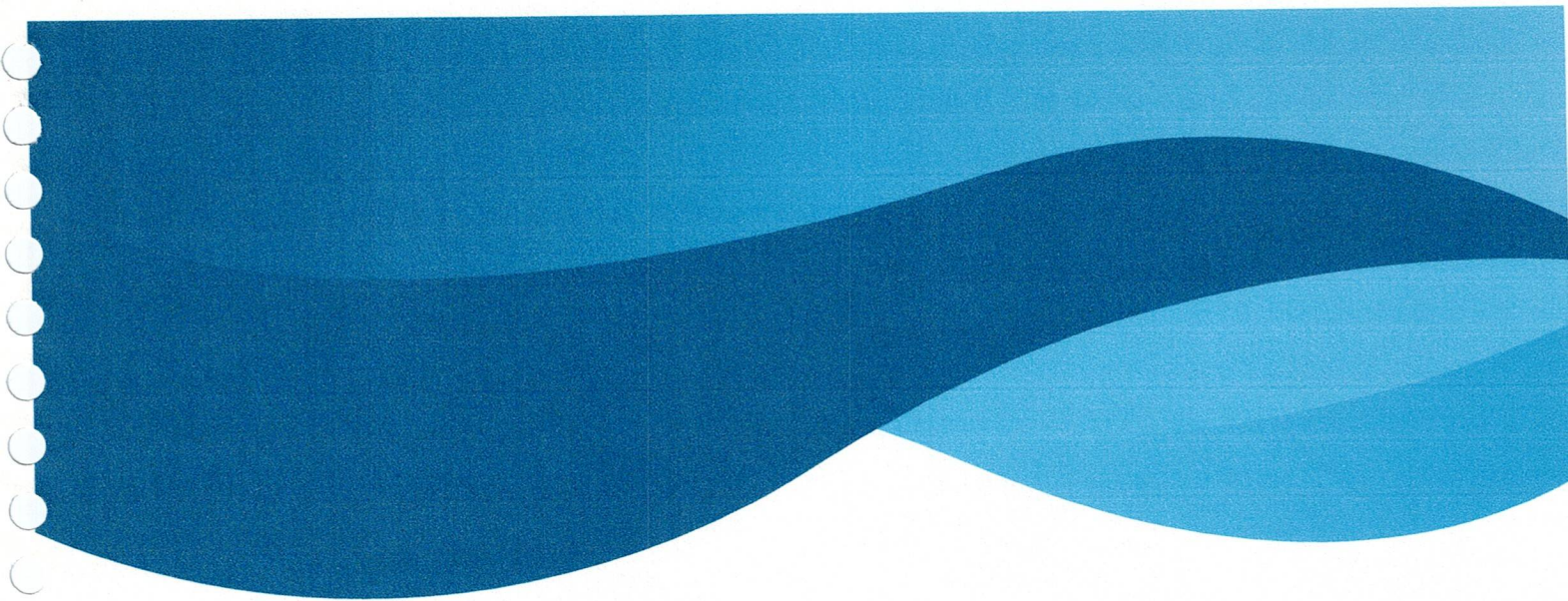


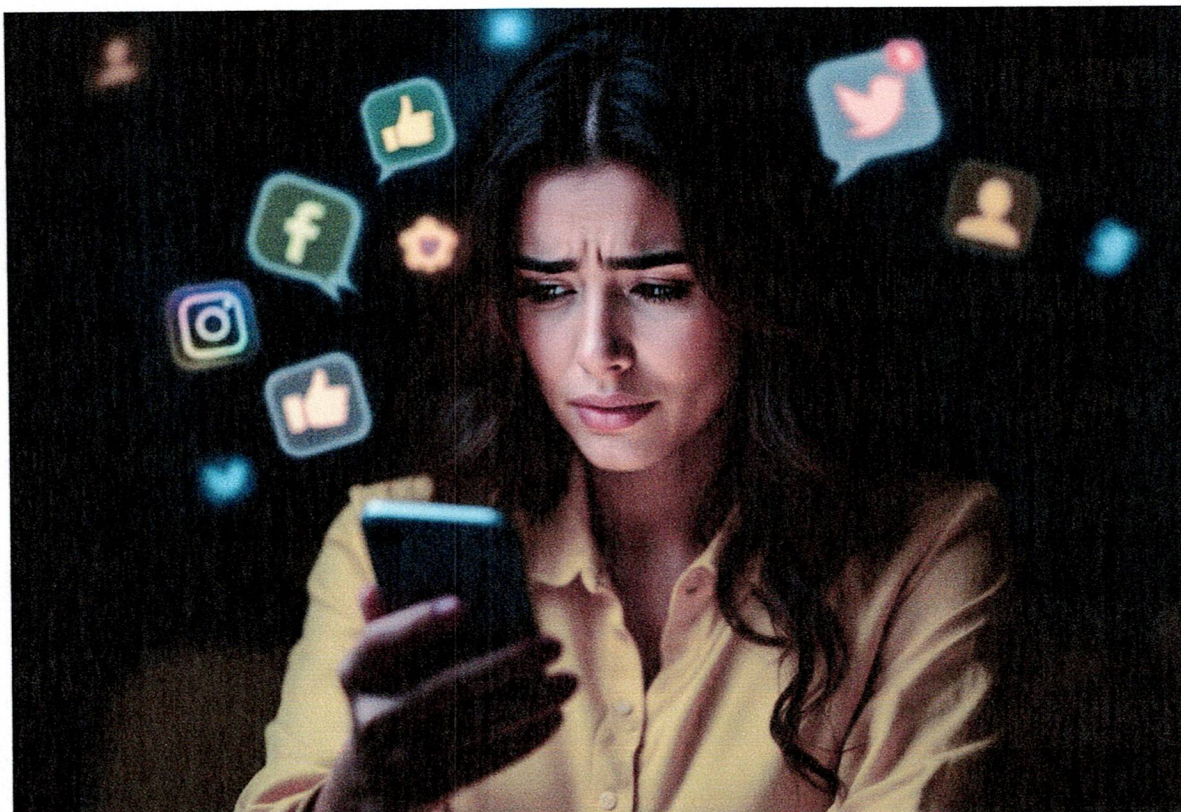


REDES SOCIALES, INFLUENCERS Y VIOLENCIA POLÍTICA

CONTRA LAS MUJERES EN RAZÓN DE GÉNERO

JOSÉ RAMÍREZ SALCEDO

Entre el «Yo acuso» y el «Yo acoso»: Redes Sociales, Influencers y Violencia Política Contra las Mujeres en Razón de Género en México.



“Las redes sociales afectan negativamente al bienestar y refuerzan los estereotipos de género.”

Informe: La tecnología en los términos de ellas, UNESCO.

Por José Ramírez Salcedo.

Índice

I. Introducción	3
II. Justificación de la investigación e importancia.....	7
III. Objetivos de la Investigación	10
Objetivo General.....	10
Objetivos Específicos	10
IV. Planteamiento y delimitación del problema	14
V. Marco teórico y conceptual de referencia	19
VI. Formulación de hipótesis	34
Hipótesis Principal (Hp)	34
Hipótesis Secundarias (Hs)	35
Elementos de las hipótesis.....	37
VII. Pruebas empíricas o cualitativas de las hipótesis: análisis de casos emblemáticos.....	41
7.1. Caso Partido Verde Ecologista de México (PVEM) - Elecciones 2021	41
7.2. Caso Mariana Rodríguez Cantú (Nuevo León).....	43
7.3. Caso Clara Luz Flores (Nuevo León) - Elecciones 2021	46
7.4. Caso Layda Sansores (Campeche) vs. Diputadas del PRI.....	48
7.5. Otros casos relevantes y tácticas observadas (contexto adicional)	52
7.6 El peculiar caso Andrea Chávez y su vínculo con la Violencia Política de Género.....	53
7.7. Análisis comparativo y patrones	55
VIII. Conclusiones y nueva agenda de investigación	63
IX. Bibliografía.....	76
Fuentes Primarias (Leyes, Protocolos, Jurisprudencia):	76
Obras citadas.....	78
ANEXO	98
Después de la #Consolidación Democrática	98

I. Introducción

La violencia política contra las mujeres en razón de género (VPMG) se ha consolidado como uno de los obstáculos más significativos para la plena participación de las mujeres en la vida política de México y otras latitudes. Lejos de disminuir con el avance de la presencia femenina en espacios de decisión (CNDH, 2023), este fenómeno parece intensificarse y transformar sus manifestaciones, encontrando en el entorno digital un campo fértil para su proliferación y amplificación (INETV, 2024). Las redes sociales digitales, concebidas inicialmente como herramientas democratizadoras y canales para la libre expresión y participación ciudadana (Cámara de Diputados, 2015), han revelado una faceta oscura, convirtiéndose en plataformas donde la violencia simbólica, el acoso y la desinformación pueden diseminarse con una rapidez y alcance sin precedentes, afectando de manera desproporcionada a las mujeres que incursionan o se desarrollan en el ámbito político (CNDH, 2018).

En esta compleja dinámica, la figura de los *influencers* o personas influyentes en el entorno digital ha emergido con un “peso creciente”. Estos actores, dotados de credibilidad y capacidad para moldear la opinión pública entre sus seguidores (Ita Parodi *et al.*, 2024), pueden convertirse, de manera consciente o inconsciente, en vectores para la difusión de narrativas que constituyen VPMG, o bien, en agentes de cambio que la contrarresten (Instituto Franklin-UAH, 2022). La naturaleza a menudo informal y, en ocasiones, “paralegal” de sus interacciones con actores políticos, partidos y poderes fácticos, añade una capa de complejidad al análisis y a la respuesta institucional.

La presente investigación tiene como **objetivo general** explorar el surgimiento y ascenso del fenómeno de la VPMG facilitada por redes sociales e *influencers* en México, analizar las respuestas jurisdiccionales que se han articulado frente a este desafío, y proponer vías para alcanzar un equilibrio necesario entre la sanción efectiva de estas conductas y la salvaguarda de derechos fundamentales, como la libertad de expresión. Para ello, se incorporará la descripción detallada y el análisis de casos emblemáticos, incluyendo el del Partido Verde Ecologista de México (PVEM), Mariana Rodríguez Cantú en Nuevo León, Clara Luz Flores en Nuevo León, y Layda Sansores en Campeche. Para alcanzar este objetivo, la investigación se plantea las siguientes **preguntas centrales**:

- ¿Cómo se manifiesta la VPMG a través de redes sociales e *influencers* en México, y cuáles son sus características distintivas en este contexto?
- ¿Cuál es el impacto específico de los *influencers* en la perpetuación o mitigación de la VPMG?
- ¿Cómo han evolucionado y qué tan efectivas son las resoluciones jurisdiccionales en México para atender la VPMG digital, particularmente aquella que involucra a *influencers*?
- ¿Qué desafíos persisten para lograr un marco sancionatorio que castigue la VPMG sin convertirse en un instrumento de censura o desacreditación política ilegítima?

II. Justificación de la investigación e importancia

La realización de esta investigación se justifica por la creciente y alarmante prevalencia de la violencia política contra las mujeres en razón de género (VPMG) en el entorno digital, un fenómeno que, al ser facilitado y amplificado por la actuación de *influencers* y las dinámicas propias de las redes sociales, constituye un atentado directo contra los principios fundamentales de la democracia, como la igualdad y la no discriminación. Este tipo de violencia representa un freno significativo para la consolidación de una participación política femenina plena y efectiva en México (INETV, 2024). La penetración cada vez mayor de las redes sociales en la vida cotidiana (Palacios López, Bonete Vizcaíno, y Vázquez Barrio, 2025) y la capacidad demostrada de los *influencers* para moldear la opinión pública (Palacios López, Bonete Vizcaíno, y Vázquez Barrio, 2025) hacen imperativo un análisis riguroso de su rol en la VPMG. La relevancia social de este estudio radica, por ende, en la necesidad urgente de proteger los derechos humanos de las mujeres, tal como lo establecen diversos instrumentos nacionales e internacionales (CNDH, 2018), y en la aspiración de asegurar un debate público robusto, pero libre de violencia y discriminación.

Las implicaciones prácticas de esta investigación son múltiples y de gran alcance. En primer lugar, comprender la magnitud, las tácticas específicas y los canales de difusión de la VPMG digital, incluyendo el uso de *influencers* y la orquestación de campañas coordinadas de desprestigio (Animal Político, 2023), permite justificar y orientar la asignación de recursos públicos y privados hacia estrategias más efectivas de combate. Esto incluye el fortalecimiento de

mecanismos de monitoreo y detección temprana de este tipo de violencia (Montaño y Silva Lazcano, 2021); la capacitación especializada de autoridades electorales, judiciales, partidos políticos y organizaciones de la sociedad civil (TEPJF, 2016); el desarrollo y la implementación de herramientas tecnológicas innovadoras para contrarrestar la desinformación y el discurso de odio de género (PNUD-USMA, 2024); y la provisión de un apoyo integral y sensible a las víctimas, que abarque desde la asistencia legal hasta la atención psicológica y la reparación del daño (PAN, 2025).

Desde una perspectiva teórica, este estudio aspira a enriquecer la comprensión académica de la VPMG en la era digital, explorando la evolución del concepto de *influencer* político y analizando las complejas dinámicas de la comunicación política en los entornos mediáticos híbridos contemporáneos. Metodológicamente, se busca proponer enfoques analíticos que capturen la especificidad de la VPMG digital, considerando la intrincada red de interacciones en línea y el papel particular que desempeñan los *influencers*. Finalmente, el trabajo tiene la vocación de ofrecer propuestas de soluciones concretas, orientadas a mejorar tanto el marco normativo como las prácticas jurisdiccionales, con el fin último de sancionar eficazmente la VPMG sin incurrir en prácticas de censura, y de fomentar un ecosistema digital que sea genuinamente seguro e incluyente para la participación política de todas las mujeres.

Es crucial entender que la VPMG no es un problema aislado o coyuntural, sino que se inserta profundamente en un contexto de violencia estructural contra las mujeres, arraigada en desigualdades históricas y patrones culturales discriminatorios (Hernández García y Enríquez Estrada, 2021). En muchos casos,

las manifestaciones de VPMG, especialmente aquellas que buscan ridiculizar o descalificar a las mujeres en política, pueden interpretarse como una “reacción patriarcal” (Belenguer Sales, 2021) frente a los avances significativos que se han logrado en materia de igualdad de género y paridad en la representación. La VPMG digital, con la capacidad de los *influencers* para viralizar mensajes, puede ser vista como una manifestación contemporánea de esta resistencia, que utiliza nuevas herramientas tecnológicas para intentar perpetuar antiguas dinámicas de exclusión, silenciamiento y control sobre la presencia y la voz de las mujeres en la esfera pública.

La urgencia de investigar este tema se ve acentuada por el impacto directo y a menudo devastador que la VPMG digital tiene en la decisión de las mujeres de participar o continuar participando en la vida política (Ríos Tobar, 2024). Como se ha documentado, la exposición a campañas de odio, acoso y desprestigio en línea lleva a muchas mujeres a la autocensura, al retiro de las plataformas digitales e, incluso, al abandono de sus carreras políticas. Este efecto inhibitorio no solo vulnera los derechos individuales de las mujeres afectadas, sino que también empobrece la calidad de la democracia al reducir la diversidad de voces y perspectivas en los espacios de toma de decisión. Por lo tanto, la justificación de esta investigación trasciende la protección individual para conectarse directamente con la salud general del sistema democrático, la representatividad y la legitimidad de las instituciones políticas en México.

III. Objetivos de la Investigación

El propósito fundamental de esta investigación es generar un conocimiento profundo, crítico y aplicable sobre la violencia política contra las mujeres en razón de género (VPMG) tal como se manifiesta y se exacerba en el entorno digital mexicano, con un foco específico en el papel que desempeñan los *influencers* y en la adecuación y efectividad de las respuestas institucionales, particularmente las jurisdiccionales.

Objetivo General

Analizar integralmente la dinámica entre redes sociales, influencers y VPMG en México, su marco normativo y jurisprudencial, las tácticas empleadas, el impacto en las mujeres políticas, y los desafíos para lograr un equilibrio entre la sanción efectiva y la protección de derechos fundamentales. Esto, con el fin de proponer recomendaciones robustas y viables para fortalecer la prevención, atención, sanción y erradicación de esta forma de violencia, contribuyendo así a un entorno más seguro e igualitario para la participación política de las mujeres.

Objetivos Específicos

1. **OE1:** Definir y caracterizar las manifestaciones específicas de la VPMG que se producen y/o amplifican a través de redes sociales en México. Esto implica identificar las tácticas recurrentes, tales como la desinformación de género, el acoso sistemático, el *slut-shaming*, la difusión no consentida de imágenes

íntimas (DNCl), el uso de *deepfakes*, el *gaslighting* y el *mansplaining*, y analizar cómo estas estrategias se adaptan y potencian en el entorno digital (Ríos Tobar, 2024).

2. **OE2:** Investigar y analizar el rol de los *influencers* (políticos, de opinión, de estilo de vida, entre otros) en la VPMG. Se examinará cómo su credibilidad, alcance y la naturaleza de su comunicación (Palacios López, Bonete Vizcaíno, y Vázquez Barrio, 2025) son utilizados para legitimar, normalizar, difundir o, en contraste, para combatir mensajes y campañas constitutivas de VPMG. Este objetivo incluye el análisis crítico de la denominada “relación paralegal” que pueden establecer con actores políticos y partidos, explorando sus implicaciones en la VPMG (Yaguache, Abendaño y Valdiviezo, 2020).
3. **OE3:** Evaluar críticamente el marco jurídico mexicano aplicable a la VPMG digital. Se revisarán la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, la Ley Olimpia, la legislación electoral y los códigos penales (Parra Noriega, 2021). Así como los protocolos institucionales desarrollados por el INE, el TEPJF y los partidos políticos (PAN, 2025). El análisis se centrará en identificar sus fortalezas, debilidades, ambigüedades y vacíos normativos, especialmente en lo referente a la actuación de *influencers* y la propaganda encubierta.

4. **OE4:** Analizar las resoluciones jurisdiccionales emitidas por el TEPJF y otras autoridades competentes en casos de VPMG en redes sociales, con un énfasis particular en aquellos que involucran (o podrían haber involucrado) la participación de *influencers*. El propósito es identificar los criterios de interpretación prevalecientes, los estándares probatorios exigidos, los tipos de sanciones impuestas y el complejo balance que se realiza entre la protección de las víctimas y la salvaguarda de la libertad de expresión (INE, 2024).
5. **OE5:** Explorar la problemática del financiamiento opaco de campañas de desprestigio digital y el uso de *influencers* en “guerras sucias” electorales dirigidas contra mujeres políticas, examinando las dificultades para su detección y sanción (Animal Político, 2023).
6. **OE6:** Analizar en profundidad casos emblemáticos de VPMG digital e *influencers* en México (incluyendo PVEM, Mariana Rodríguez, Clara Luz Flores y Layda Sansores) para ilustrar las dinámicas, tácticas, respuestas institucionales e impacto.
7. **OE7:** Proponer recomendaciones concretas y fundamentadas para fortalecer las estrategias de prevención, atención, sanción y erradicación de la VPMG facilitada por redes sociales e *influencers*. Estas recomendaciones estarán dirigidas a una pluralidad de actores, incluyendo legisladores, autoridades electorales y judiciales, partidos políticos, plataformas digitales y organizaciones de la sociedad civil.

El **problema central que este estudio busca contribuir a resolver** es la creciente y perniciosa VPMG que se manifiesta en el entorno digital, la cual menoscaba gravemente los derechos político-electorales de las mujeres (CNDH, 2018) y se ve potenciada por la actuación de *influencers* y las características inherentes a las redes sociales. De manera crucial, la investigación se enfoca en la tensión, identificada en la propia consulta del usuario, entre la necesidad de sancionar eficazmente esta violencia y el imperativo de evitar que las medidas adoptadas se desvíen de su propósito y se conviertan en herramientas para la desacreditación política ilegítima o la anulación indebida de procesos electorales.

Es importante destacar que la VPMG digital se presenta como un “blanco móvil” (Ríos Tobar, 2024), adaptándose constantemente a las nuevas tecnologías y a las narrativas sociales emergentes. Por ello, los objetivos de esta investigación no solo buscan describir el estado actual del problema, sino también evaluar críticamente las respuestas institucionales y legales existentes, y formular propuestas que sean proactivas y adaptables a la naturaleza cambiante de este fenómeno. Desentrañar la opacidad de la “relación paralegal” entre *influencers* y actores políticos (Yaguache, Abendaño y Valdiviezo, 2020) es un componente esencial de estos objetivos, ya que esta falta de transparencia es un facilitador central de la VPMG que a menudo queda impune. El logro de estos objetivos permitirá no solo un diagnóstico, sino también la generación de herramientas conceptuales y recomendaciones prácticas para enfrentar un problema de alta complejidad y en constante evolución, crucial para la salud de la democracia mexicana.

IV. Planteamiento y delimitación del problema

El problema de investigación que aborda este estudio se articula en torno a la siguiente **pregunta central**: ¿De qué manera la interacción entre las dinámicas inherentes a las redes sociales, la actuación de los *influencers* (incluyendo sus relaciones a menudo opacas y “paralegales” con actores políticos) y las respuestas normativas y jurisdiccionales implementadas en México, configuran el fenómeno de la violencia política contra las mujeres en razón de género (VPMG) en el entorno digital, y qué estrategias integrales se pueden implementar para mitigarla eficazmente sin menoscabar derechos fundamentales como la libertad de expresión y el debido proceso?

De esta pregunta central se derivan las siguientes **preguntas específicas** que guiarán el desarrollo de la investigación:

1. ¿Cuáles son las tácticas, narrativas y manifestaciones predominantes en la VPMG digital ejercida o amplificada por *influencers* contra mujeres políticas en México, y cómo estas estrategias explotan y refuerzan los estereotipos de género preexistentes en la sociedad? (Ríos Tobar, 2024).
2. ¿En qué medida y a través de qué mecanismos la figura del *influencer* actúa como un catalizador (ya sea de intensificación o, potencialmente, de mitigación) de la VPMG, y cómo se materializa la “relación paralegal” entre estos creadores de contenido y los actores o partidos políticos en la práctica mexicana, particularmente en contextos electorales? (Palacios López, Bonete Vizcaíno, y Vázquez Barrio, 2025).

3. ¿Son el marco legal vigente en México (incluyendo la Ley Olimpia, las reformas en materia de VPMG a la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia y a la legislación electoral) y los protocolos institucionales existentes (desarrollados por el INE y el TEPJF) suficientes y adecuados para prevenir, investigar y sancionar eficazmente la VPMG perpetrada a través de *influencers* en redes sociales? ¿Cuáles son sus principales ambigüedades, vacíos normativos o desafíos de implementación? (PAN, 2025).
4. ¿Cómo han interpretado y resuelto los tribunales electorales, con especial énfasis en el TEPJF, los casos de VPMG manifestada en entornos digitales que involucran la tensión con el derecho a la libertad de expresión? ¿Qué criterios específicos se han establecido para la ponderación de estos derechos en conflicto y para la valoración de la prueba? (INE, 2024).
5. ¿Qué desafíos probatorios específicos surgen al intentar acreditar la comisión de VPMG digital, la responsabilidad de los *influencers* implicados, y la posible vinculación de estos con actores políticos que los financian o coordinan de manera opaca? (INETV, 2024).
6. ¿Cómo se puede lograr un equilibrio normativo y jurisdiccional que permita sancionar de manera efectiva y proporcional la VPMG digital, disuadiendo su comisión, sin que ello derive en una herramienta susceptible de ser utilizada para la censura previa, la desacreditación política ilegítima de adversarios o la anulación indebida de procesos electorales, tal como lo plantea la preocupación central de la consulta?

Para abordar estas preguntas de manera rigurosa y focalizada, el problema se **delimita** de la siguiente forma:

- **Contexto Geográfico:** El estudio se centrará primordialmente en el **contexto mexicano**. Si bien se podrán realizar referencias comparativas a otros países de América Latina para contextualizar tendencias regionales y buenas prácticas (Ríos Tobar, 2024), el análisis profundo de las dinámicas, el marco legal, la jurisprudencia y las recomendaciones se enfocarán en el sistema político y jurídico de México.
- **Actores Principales:** Los sujetos centrales del análisis serán las **mujeres políticas** (candidatas, funcionarias electas o designadas, militantes), los **influencers** (entendidos en un sentido amplio, abarcando desde figuras con millones de seguidores hasta micro y nano *influencers* que participan activamente en el discurso político digital), los **partidos políticos**, las **autoridades electorales administrativas** (INE, Organismos Públicos Locales Electorales -OPLEs-), las **autoridades jurisdiccionales electorales** (TEPJF, tribunales electorales locales), y, de manera indirecta, las **plataformas de redes sociales** como el espacio donde se materializa gran parte de esta violencia.
- **Enfoque Disciplinario:** La investigación adoptará un enfoque **socio-jurídico**, integrando elementos del análisis de la **comunicación política**, los **estudios de género** y el **derecho electoral y constitucional**.
- **Alcance Temporal:** Si bien se considerarán antecedentes relevantes para comprender la evolución del fenómeno, el foco principal estará en el **periodo reciente**, caracterizado por el auge de los *influencers* como actores políticos

relevantes y la consolidación de las reformas legales en materia de VPMG en México (aproximadamente desde 2018 en adelante, con especial atención a los procesos electorales federales y locales de 2021 y los subsecuentes).

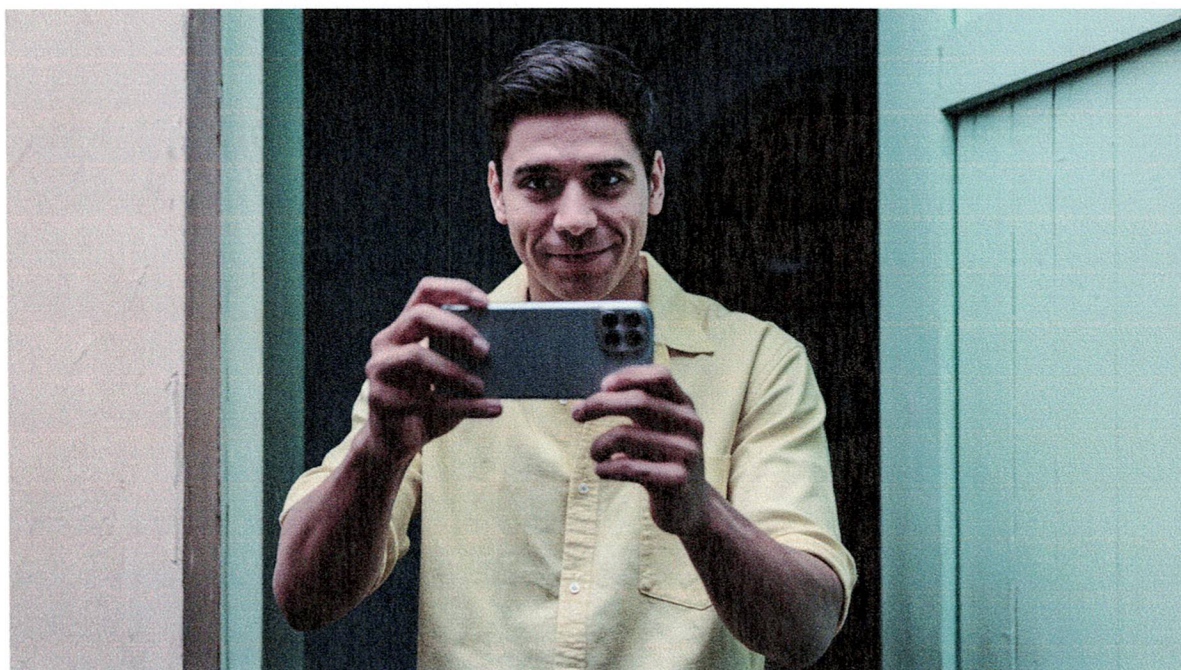
- **Exclusiones:** El estudio no realizará un análisis técnico exhaustivo de herramientas de ciberseguridad o metodologías de forensia digital avanzada. Tampoco se llevará a cabo un estudio cuantitativo a gran escala de todas las interacciones en redes sociales; para ello, se recurrirá a los datos y análisis ya producidos por ONGs especializadas y observatorios. El análisis de la "relación paralegal" entre *influencers* y actores políticos se basará en la evidencia disponible en fuentes secundarias, informes y resoluciones judiciales, sin pretender una investigación de campo directa sobre contratos o acuerdos privados, a menos que la información sea pública o esté contenida en los materiales de investigación.

El problema fundamental que se plantea no es simplemente la existencia de la VPMG, sino su **amplificación y transformación cualitativa** a través de la intervención de *influencers* y la utilización de las plataformas de redes sociales (Ríos Tobar, 2024). Estas plataformas, con sus algoritmos, su potencial de viralización y la posibilidad de anonimato, crean un ecosistema donde las tácticas de violencia se vuelven más insidiosas y su impacto potencialmente más devastador. Los *influencers*, al añadir una capa de aparente autenticidad, credibilidad o incluso entretenimiento a los mensajes, pueden hacer que la VPMG sea más difícil de identificar como tal y más efectiva en su objetivo de desacreditar o silenciar a las mujeres políticas.

Un aspecto crucial que la delimitación debe reconocer es la inherente dificultad de trazar líneas divisorias claras y universalmente aceptadas entre la crítica política legítima (incluso cuando esta es dura, incisiva o sarcástica) y las expresiones que constituyen VPMG, especialmente en el fragor de las campañas electorales y en el lenguaje a menudo hiperbólico y confrontacional que caracteriza a ciertos segmentos de las redes sociales (Barrera *et al.*, 2018). Este es, precisamente, el núcleo del “equilibrio” que busca la consulta del usuario y uno de los mayores desafíos para las autoridades. Por ello, este estudio se enfocará en analizar cómo se está intentando (o no) lograr este difícil balance en la práctica judicial y regulatoria mexicana, identificando los criterios, las tensiones y las posibles vías de mejora. Un planteamiento claro y una delimitación precisa son, por tanto, indispensables para mantener el enfoque de la investigación y asegurar que las conclusiones y recomendaciones que se deriven sean pertinentes, fundamentadas y realizables.

V. Marco teórico y conceptual de referencia

Para comprender la complejidad del fenómeno de la violencia política contra las mujeres en razón de género (VPMG) en el entorno digital y el papel de los *influencers*, es necesario recurrir a un marco teórico y conceptual multidisciplinario que integre perspectivas de los estudios de género, la sociología, la comunicación política y el derecho.



Teorías sobre violencia de género y violencia política:

- **Violencia de Género:** Este estudio parte de una comprensión estructural de la violencia de género, entendiéndola como una manifestación de las relaciones de poder históricamente desiguales entre hombres y mujeres, que se perpetúa a través de normas sociales, culturales e institucionales y que tiene como resultado o puede tener como resultado un daño o sufrimiento físico, sexual o psicológico para la mujer, así como las amenazas de tales actos, la coacción o

la privación arbitraria de la libertad, tanto si se producen en la vida pública como en la vida privada (Hernández García y Enríquez Estrada, 2021). Se reconoce su carácter de violación de los derechos humanos fundamentales de las mujeres (CNDH, 2018).

- **Violencia Política:** Se refiere a aquellos actos que buscan afectar el proceso político o sus resultados, pudiendo dirigirse contra instituciones, actores o el electorado en general. En el contexto de este informe, interesa particularmente cómo la violencia política se instrumentaliza para disuadir o castigar la participación política (Krook y Restrepo Sanín, 2016).
- **Violencia Política contra las Mujeres en Razón de Género (VPMG):** Este es el concepto central y se define como toda acción u omisión, incluida la tolerancia, basada en elementos de género y ejercida dentro de la esfera pública o privada, que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce y/o ejercicio de los derechos político-electorales de una o varias mujeres, el acceso al pleno ejercicio de las atribuciones inherentes a su cargo, labor o actividad, el libre desarrollo de la función pública, la toma de decisiones, la libertad de organización, así como el acceso y ejercicio a las prerrogativas, tratándose de precandidaturas, candidaturas, funciones o cargos públicos del mismo tipo. Se enfatizan los elementos clave para su identificación: a) que la acción u omisión se dirija a una mujer por ser mujer; b) que tenga un impacto diferenciado en las mujeres; y/o c) que las afecte desproporcionadamente (Hernández García y Enríquez Estrada, 2021).

- **Violencia Simbólica (Pierre Bourdieu):** Este concepto es fundamental para analizar cómo la VPMG digital opera de manera insidiosa. La violencia simbólica es aquella que se ejerce con la complicidad tácita de quienes la padecen y también de quienes la ejercen, en la medida en que unos y otros no son conscientes de ejercerla o de padecerla. Se manifiesta a través de la imposición de significados, la ridiculización, la estereotipación y la descalificación, que buscan mantener el orden de género tradicional y la exclusión de las mujeres del espacio público-político (Montaño y Silva Lazcano, 2021). Los *influencers*, con su capital simbólico, pueden ser agentes clave en la reproducción de esta violencia.

Teorías de la comunicación política e influencia digital:

- **Comunicación política en la era digital:** Se reconoce la transformación de la esfera pública con la irrupción de internet y las redes sociales, lo que ha llevado a una mayor fragmentación de las audiencias, la aceleración de los flujos informativos y la emergencia de las redes como arenas centrales para el debate, la movilización y también la confrontación política (Palacios López, Bonete Vizcaíno, y Vázquez Barrio, 2025).
- **Teoría del *Framing* (Encuadre):** Se analizará cómo los *influencers*, al igual que otros actores mediáticos y políticos, seleccionan ciertos aspectos de una realidad percibida y los hacen más prominentes en un texto comunicativo, de tal manera que promueven una definición del problema particular, una

interpretación causal, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el asunto descrito. Esto es crucial para entender cómo se construyen las narrativas sobre las mujeres políticas.

- **Marketing de *influencers* y credibilidad de la fuente:** La efectividad de los *influencers* radica en gran medida en la percepción de autenticidad, cercanía y confianza que generan con sus audiencias (Palacios López, Bonete Vizcaíno, y Vázquez Barrio, 2025). Esta credibilidad, a menudo construida sobre la base de una supuesta espontaneidad o conocimiento experto en un área, los convierte en vectores persuasivos potentes, tanto para fines comerciales como políticos. Dicha influencia puede ser explotada para diseminar propaganda, desinformación o ataques personales que constituyen VPMG.
- **Teoría de la persuasión y el discurso de odio:** Se examinará cómo los mensajes de VPMG, a menudo enmarcados como opiniones o críticas, buscan persuadir a la audiencia de la supuesta incapacidad, inmoralidad o ilegitimidad de las mujeres en la política. Frecuentemente, estos mensajes recurren a un discurso de odio basado en género, que incita a la hostilidad, discriminación o violencia contra las mujeres por el hecho de serlo (ONU Mujeres, 2021).

Perspectivas teóricas adicionales:

Desde los estudios feministas, el ciberfeminismo argumenta que la tecnología no es neutral en términos de género, sino que a menudo refleja y reproduce las estructuras de poder patriarcales existentes en el mundo *offline* (UNAM, 2021). La VPMG digital se entiende, así como una extensión o un continuum de la violencia de género que las mujeres han enfrentado históricamente, adaptada a las nuevas herramientas tecnológicas (INFOEM, S/F). Se destaca la “reacción patriarcal” (Belenguer Sales, 2021) ante el avance de las mujeres en la política, que se manifiesta en ataques misóginos y antifeministas en línea (Vergés Bosch, 2022). Investigaciones en México han explorado el *hashtag* “feminism” y la violencia de género digital desde esta perspectiva.

La investigación sobre ciberviolencia detalla las características específicas del entorno digital que facilitan y moldean la violencia: el anonimato, la viralidad, la permanencia del contenido dañino y la dificultad de control y eliminación (Montaño y Silva Lazcano, 2021). Se han identificado tipologías de agresiones digitales, como el *doxxing*, el *cyberstalking*, el *trolling* de género y la difusión no consentida de imágenes íntimas, todas ellas manifestaciones que pueden constituir VPMG. La comprensión de la “pirámide de la violencia virtual” (Ríos Tobar, 2024) ayuda a contextualizar cómo formas aparentemente menores de agresión pueden escalar o contribuir a un clima general de hostilidad.

financiamiento no reportado, intercambio de favores, o coordinación tácita o explícita de mensajes para campañas de apoyo o desprestigio, operando en los márgenes de la regulación electoral y de transparencia.

- **Libertad de expresión vs. discurso de odio y VPMG:** Se realizará un análisis de la tensión entre el derecho fundamental a la libertad de expresión y la necesidad de proteger a las mujeres de la violencia y la discriminación en el debate político. Se discutirán los límites legítimos a la libertad de expresión, como el discurso de odio, la incitación a la violencia y la difamación, así como doctrinas relevantes como la de la “real malicia” o el mayor umbral de tolerancia a la crítica que deben tener las figuras públicas, sin que ello implique una carta blanca para la VPMG (Barrera *et al.*, 2018).
- **Desinformación y misinformation:** Se distinguirá entre la *misinformación* (difusión de información falsa sin intención de dañar) y la *desinformación* (creación y difusión deliberada de información falsa o engañosa con el objetivo de causar daño o influir en la opinión pública). Ambas pueden ser herramientas en campañas de VPMG (Ríos Tobar, 2024).
- **Ciberfeminismo y resistencia digital:** Aunque no es el foco central, se mencionará la perspectiva ciberfeminista que analiza críticamente la tecnología como un espacio no neutral en términos de género y documenta las diversas estrategias de resistencia, activismo y creación de espacios seguros que las mujeres y colectivas feministas desarrollan en línea.

Antecedentes históricos y evolución del fenómeno

Se trazará un breve panorama del incremento de la participación política de las mujeres en México, impulsado por reformas en materia de paridad, y cómo este avance ha ido acompañado, paradójicamente, de un aumento en la visibilidad y denuncia de casos de VPMG. Se destacará la evolución de las tácticas de VPMG, desde formas más tradicionales en el espacio físico y mediático convencional, hasta su sofisticación y masificación en el entorno digital, con el surgimiento de los *influencers* como nuevos actores relevantes en este escenario. Finalmente, se mencionarán los hitos legislativos y jurisprudenciales más importantes en México y, de forma referencial, en América Latina, en el reconocimiento y combate a la VPMG (Krook y Restrepo Sanín, 2016).

La VPMG digital ejercida o amplificada por *influencers* puede ser analizada fructíferamente a través del lente de la violencia simbólica de Bourdieu. El capital simbólico de un *influencer*, es decir, su credibilidad, popularidad y capacidad de persuasión (Mercadology, 2020), se convierte en una herramienta poderosa. Cuando este capital se utiliza para difundir, normalizar o legitimar narrativas misóginas, estereotipos de género denigrantes, o ataques personales contra mujeres políticas basados en su condición de mujer (Ríos Tobar, 2024), se está ejerciendo una forma de violencia que, aunque no física, tiene profundos efectos en la percepción pública de estas mujeres y en su propia disposición a participar en política. Esta violencia opera no solo a través del ataque directo y explícito, sino también mediante la sutil (re)producción y normalización de ideas que cuestionan la capacidad, la autoridad o la moralidad de las mujeres en el ámbito público,

buscando que tanto ellas como la sociedad internalicen la noción de que la política no es su lugar (Montaño y Silva Lazcano, 2021).

El concepto de *relación paralegal* resulta crucial porque ilumina la dificultad de encuadrar las acciones de muchos *influencers* dentro de los marcos legales tradicionales de responsabilidad política o electoral. Estos marcos suelen estar diseñados para actores claramente identificados y regulados, como partidos políticos, candidatos o medios de comunicación registrados. Sin embargo, los *influencers* a menudo operan fuera de estas categorías formales, pudiendo servir a intereses políticos sin un vínculo contractual explícito o un pago directo fácilmente rastreable, sino a través de acuerdos tácitos, beneficios indirectos o afinidades ideológicas que se traducen en apoyo propagandístico. Esta opacidad inherente a las relaciones paralegales dificulta la fiscalización del financiamiento de estas actividades y la atribución de responsabilidad por la difusión de VPMG o propaganda electoral indebida. El caso del Partido Verde Ecologista de México (PVEM) y la campaña coordinada con *influencers* (TEPJF, 2022) es un ejemplo paradigmático de cómo las autoridades electorales han intentado abordar esta brecha, pero también evidencia la alta complejidad probatoria. Este escenario exige una reevaluación de cómo se entienden y regulan conceptos como propaganda electoral, actos de campaña o participación en política en la era de la influencia digital.

Un marco teórico y conceptual robusto y multidisciplinario es, por tanto, indispensable para capturar la complejidad de la VPMG en la era digital, yendo más allá de las definiciones legales básicas para incorporar perspectivas sociológicas,

comunicacionales y de género que permitan un análisis más profundo y matizado del fenómeno.

Tabla 1: Glosario de Términos Clave sobre VPMG Digital e Influencers

Término	Definición Concisa	Fuente Principal (Ejemplos)
VPMG	Toda acción u omisión basada en género, que cause daño o sufrimiento a una o varias mujeres, y que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio de sus derechos políticos.	
VPMG Digital	VPMG cometida, instigada o agravada mediante el uso de TIC (redes sociales, mensajería, etc.), incluyendo ciberacoso, <i>doxing</i> , difusión de desinformación de género, etc.	
Influencer (político/de opinión)	Persona con credibilidad y presencia en redes sociales capaz de influir en las opiniones o comportamientos de sus seguidores, pudiendo intervenir en el discurso político.	
Relación Paralegal (Influencer-Político)	Interacciones opacas y no formalizadas (o no públicas) entre <i>influencers</i> y actores/partidos políticos, que pueden implicar financiamiento no reportado o coordinación de mensajes.	
Desinformación de Género	Difusión deliberada de información falsa o engañosa con sesgos de género, dirigida a	

	menoscabar la imagen o participación de las mujeres en política.	
Discurso de Odio de Género	Expresiones que promueven, incitan o justifican el odio, la discriminación o la violencia contra las mujeres por el hecho de serlo, especialmente en el contexto político.	ONU Mujeres, 2021
Ciberacoso (Político de Género)	Acoso u hostigamiento persistente contra una mujer en el ámbito político a través de medios digitales, basado en su género.	Ríos Tobar, 2024
Slut-shaming (en política)	Señalar públicamente a una mujer política por su supuesta actividad sexual (real o falsa) con el fin de avergonzarla, dañar su reputación y regular su sexualidad.	
Doxing (en política)	Recopilación y publicación no autorizada de información personal y privada de una mujer política con el fin de intimidarla, amenazarla o facilitar ataques.	Ríos Tobar, 2024
Deepfake (en política)	Videos, imágenes o audios manipulados mediante inteligencia artificial para hacer que una mujer política parezca decir o hacer algo que no ocurrió, con fines de desprestigio.	
Gaslighting (en política)	Táctica de manipulación psicológica para hacer que una mujer política dude de su propia percepción, memoria o cordura, invalidando sus experiencias de violencia o discriminación.	

Mansplaining (en política)	Explicación condescendiente o paternalista de un hombre hacia una mujer política sobre temas que ella domina o sobre su propia experiencia, con el fin de minimizar su autoridad o conocimiento.	
Troleo de Género	Publicación de mensajes, imágenes o videos provocadores, ofensivos o amenazantes, o creación de <i>hashtags</i> , con el propósito de molestar a mujeres políticas o incitar a la violencia contra ellas.	
Ley Olimpia	Conjunto de reformas legislativas en México que buscan reconocer la violencia digital y sancionar los delitos que violen la intimidad sexual de las personas a través de medios digitales. Principalmente enfocada en la DNCI.	



Tabla 2: Marco normativo y protocolos clave para atender la VPMG digital en México

Instrumento Legal/Protocolo	Institución Emisora/Responsable	Aspectos Clave Relevantes para VPMG Digital e Influencers	Limitaciones Identificadas
Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia (LGAMVLV)	Congreso de la Unión	Define la VPMG y la violencia digital y mediática como modalidades específicas. Establece obligaciones para prevenir, atender, sancionar y erradicar estas violencias.	Dificultad en la aplicación para formas no explícitamente sexuales de VPMG digital; retos probatorios del componente de género.
Ley Olimpia (Reformas a Códigos Penales y LGAMVLV)	Congresos Estatales y Congreso de la Unión	Tipifica y sanciona delitos contra la intimidad sexual cometidos por medios digitales (difusión no consentida de contenido íntimo).	Principalmente enfocada en violencia sexual digital, con menor cobertura para otras formas de VPMG digital como desprestigio, acoso no sexual, o desinformación basada en género.

Protocolo para Atender la Violencia Política Contra las Mujeres	Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF)	Guía para identificar la VPMG, informar sobre procesos de denuncia, evitar daños mayores a víctimas y coordinar instituciones. Contempla el ciberespacio como medio para cometer VPMG (TEPJF). (2016).	Su efectividad depende de la capacidad de las autoridades para investigar y sancionar en el complejo entorno digital; críticas a la lentitud o falta de contundencia en algunos casos.
Protocolo para la Atención de la Violencia Política contra las Mujeres en Razón de Género	Instituto Nacional Electoral (INE) / Partidos Políticos (a través de sus propios protocolos)	Establece lineamientos para la prevención, atención, sanción, reparación y erradicación de la VPMG. Incluye análisis de riesgo y medidas de protección (INE, 2022).	La implementación y cumplimiento por parte de los partidos políticos puede ser desigual; la fiscalización de la VPMG cometida por <i>influencers</i> es compleja (UNAM-SEGOB, 2018).
Criterios Jurisprudenciales del TEPJF	Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF)	Han establecido interpretaciones sobre VPMG en redes sociales, límites a la libertad de expresión, responsabilidad por contenido en línea y	La ponderación entre libertad de expresión y VPMG sigue siendo un área de tensión y debate; dificultad para establecer el impacto determinante de la

		valoración de pruebas.	VPMG digital en resultados electorales.
Registro Nacional de Personas Sancionadas en Materia de VPMRG	Instituto Nacional Electoral (INE)	Herramienta de publicidad de las sanciones impuestas por VPMG, buscando un efecto disuasorio.	Su efectividad como disuasorio es debatible si las sanciones no son suficientemente severas o si el proceso para llegar a la inscripción es largo y complejo.

VI. Formulación de hipótesis

Con base en el marco teórico-conceptual expuesto y la problemática identificada, se formulan las siguientes hipótesis que guiarán la presente investigación:

Hipótesis Principal (Hp)

La creciente influencia y participación de los actores digitales, específicamente los *influencers*, en las redes sociales, quienes a menudo operan en una zona de ambigüedad regulatoria y mantienen relaciones que pueden calificarse como “paralegales” con actores políticos, intensifican tanto cuantitativa como cualitativamente la violencia política contra las mujeres en razón de género (VPMG) en el contexto mexicano. Esta intensificación del fenómeno presenta desafíos significativos y novedosos para las autoridades administrativas y jurisdiccionales, las cuales se esfuerzan por equilibrar la necesidad de una sanción efectiva de la VPMG con la imperiosa protección de derechos fundamentales como la libertad de expresión y el debido proceso, lo que puede resultar en una aplicación de la ley percibida como ambigua, inconsistente o insuficiente para contener la magnitud del problema.

Fundamentación: Esta hipótesis se sustenta en la observación preliminar de que la VPMG es un fenómeno en aumento y de alta preocupación (Hernández García y Enríquez Estrada, 2021). Las redes sociales se han identificado como un canal recurrente y potente para su manifestación (Ríos Tobar, 2024). Los *influencers* poseen un “peso creciente” en la esfera pública digital y pueden establecer relaciones “paralegales” con el poder político. Finalmente, la propia

naturaleza de las resoluciones jurisdiccionales en la materia evidencia una búsqueda compleja de equilibrio entre diversos principios y derechos en juego (INE, 2022).

Hipótesis Secundarias (Hs)

- Hs1: Las tácticas de VPMG digital empleadas por *influencers*, o a través de ellos, contra mujeres políticas en México son multifacéticas y sofisticadas. Estas tácticas incluyen, pero no se limitan a, la disseminación de desinformación y noticias falsas con sesgo de género, la orquestación de campañas de desprestigio coordinadas, el acoso sexualizado y no sexualizado, y el uso sistemático de lenguaje discriminatorio y estereotipado. Dichas estrategias explotan vulnerabilidades y estereotipos de género preexistentes con el objetivo primordial de menoscabar la credibilidad, la legitimidad y, en última instancia, la participación efectiva de las mujeres en la esfera política.

Fundamentación: Esta hipótesis se basa en la caracterización detallada de las diversas formas de VPMG digital documentadas en la literatura y en informes, así como en el análisis del rol que los *influencers* pueden desempeñar en la creación y difusión de mensajes. La explotación de estereotipos de género es un elemento constitutivo y central de la VPMG.

- Hs2: El marco legal y los protocolos institucionales vigentes en México (incluyendo la Ley Olimpia, la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, las reformas electorales en materia de VPMG, y los protocolos específicos del INE y del TEPJF), si bien representan avances significativos en el reconocimiento formal y la atención de la VPMG, presentan todavía ambigüedades, vacíos normativos y desafíos de implementación. Estas deficiencias son particularmente evidentes en lo referente a la clara definición de responsabilidades, la regulación efectiva de la propaganda encubierta y la atribución de actos de VPMG a *influencers* que no se ajustan a las categorías tradicionales de actores políticos o proveedores de servicios de comunicación formalmente regulados.

Fundamentación: Esta conjetura se apoya en la discusión existente sobre las limitaciones y los retos de aplicación de la Ley Olimpia para casos de VPMG digital que no tienen un componente sexual explícito o que se centran en la difamación y el descrédito. Se suma a esto las dificultades inherentes a la regulación de la actividad de los *influencers* en el ámbito político-electoral (Esteinou Madrid, 2022) y las complejidades generales en la aplicación de la ley en el dinámico y a menudo anónimo entorno digital (INETV, 2024).

- Hs3: Las resoluciones jurisdiccionales emitidas por el TEPJF en materia de VPMG digital, especialmente aquellas que involucran la difusión de mensajes en redes sociales, reflejan una tensión constante y no siempre resuelta entre la imperiosa necesidad de proteger los derechos político-electorales de las mujeres y el riesgo de que las denuncias por VPMG sean instrumentalizadas

con fines de litigio estratégico, censura o desacreditación política de adversarios. Esta tensión conduce a la formulación de criterios de prueba particularmente exigentes y a una ponderación eminentemente casuística de los derechos en conflicto, lo que puede generar un grado de incertidumbre jurídica respecto a los alcances de la protección y las consecuencias de las conductas.

Fundamentación: Esta hipótesis se deriva directamente de la preocupación expresada en la consulta del usuario sobre la necesidad de que las resoluciones jurisdiccionales no se conviertan en un instrumento para la mera desacreditación. Se apoya también en los análisis de sentencias que muestran la complejidad intrínseca de estos casos y el esfuerzo del TEPJF por balancear principios en colisión (INE, 2024).

Elementos de las hipótesis

- **Unidades de análisis:** Las unidades primarias de análisis para este estudio serán las mujeres políticas en México (como receptoras de la VPMG), los *influencers* que participan activa o pasivamente en el discurso político digital, el contenido generado y difundido en redes sociales que pueda ser constitutivo de VPMG, los marcos legales y protocolos institucionales diseñados para prevenir y sancionar la VPMG, y las resoluciones jurisdiccionales emitidas por las autoridades competentes.

- **Variables:**

- *Variables (potencialmente) Independientes:* La actuación de los *influencers* (caracterizada por el tipo de contenido que producen y comparten, el alcance de su audiencia, la naturaleza de su relación con actores políticos formales), las características intrínsecas de las plataformas de redes sociales (como la viralidad, el anonimato relativo, los algoritmos de difusión), y la configuración actual del marco legal y regulatorio.
- *Variables Dependientes:* La incidencia, prevalencia y características específicas de la VPMG digital, la efectividad percibida y real de las sanciones impuestas, la percepción de justicia por parte de las víctimas y la sociedad, y el impacto general en la participación política de las mujeres.

- **Elementos lógicos:** Las hipótesis plantean relaciones de diversa índole: de causalidad (por ejemplo, la actuación de *influencers* como factor que intensifica la VPMG), de correlación (por ejemplo, entre la ambigüedad legal y la dificultad en la sanción), y de tensión o conflicto (por ejemplo, entre la protección de las víctimas de VPMG y la salvaguarda de la libertad de expresión).

La “zona gris regulatoria” en la que operan muchos *influencers* no es meramente una omisión o un vacío accidental en la legislación. Por el contrario, esta falta de claridad puede ser, y a menudo es, estratégicamente explotada por actores políticos y sus equipos de campaña para llevar a cabo “guerras sucias” digitales (Animal Político, 2023). Al utilizar *influencers* como intermediarios, estos actores pueden eludir las responsabilidades directas y las restricciones legales que enfrentarían si la propaganda negativa o los ataques constitutivos de VPMG provinieran de canales oficiales del partido o de los propios candidatos. Si los

influencers no están claramente catalogados ni regulados como sujetos obligados en materia de propaganda política o comunicación electoral (Esteinou Madrid, 2022), se convierten en vehículos idóneos para difundir mensajes que los partidos o candidatos no podrían emitir directamente sin arriesgarse a sanciones legales o a un severo daño reputacional. Esta “tercerización” de la VPMG y de las tácticas de descalificación es un patrón que merece un análisis profundo, ya que redefine las estrategias de comunicación en los procesos electorales contemporáneos.

Asimismo, la dificultad para sancionar eficazmente la VPMG digital perpetrada o facilitada por *influencers* no radica únicamente en las posibles ambigüedades del marco legal. Un obstáculo igualmente significativo reside en los desafíos probatorios inherentes al entorno digital y en la complejidad de demostrar tanto la intencionalidad de género detrás de un ataque como el nexo causal directo entre la acción del *influencer* y el daño político sufrido por la víctima (INETV, 2024). La volatilidad de la prueba digital (publicaciones que pueden ser eliminadas rápidamente), el uso de perfiles anónimos o seudónimos, la participación de redes coordinadas de cuentas automatizadas (*bots*) o de usuarios no auténticos (*trolls*) (Barrera *et al.*, 2018), y las dificultades para obtener información de las plataformas digitales (a menudo amparadas en políticas de privacidad o ubicadas en jurisdicciones extranjeras) complican enormemente la labor investigadora de las autoridades. A esto se suma el reto de probar, más allá de toda duda razonable en el ámbito sancionador, que un *influencer* actuó con la intención específica de menoscabar los derechos de una mujer *por el hecho de ser mujer*, y que su intervención tuvo un impacto tangible y negativo en su carrera o aspiraciones políticas. Estos desafíos van más allá de la mera redacción de la ley y apuntan a la

necesidad de desarrollar capacidades técnicas y metodologías de investigación especializadas.

Las hipótesis formuladas buscan ser lo suficientemente específicas para guiar la recolección y el análisis de los datos disponibles, pero también lo suficientemente amplias para abarcar la naturaleza multifactorial y evolutiva del fenómeno. Es fundamental que estas hipótesis puedan ser contrastadas, matizadas o incluso refutadas a través de la evidencia empírica y cualitativa que se presentará en las secciones subsiguientes de este informe.

VII. Pruebas empíricas o cualitativas de las hipótesis: análisis de casos emblemáticos

Esta sección se dedica a la presentación y análisis de la evidencia empírica y cualitativa recolectada, con el fin de contrastar las hipótesis formuladas previamente. Se examinarán diversas fuentes de información, incluyendo el análisis de contenido de publicaciones en redes sociales y el estudio detallado de casos emblemáticos, para construir un panorama robusto sobre la VPMG digital mediada por *influencers* en México.

7.1. Caso Partido Verde Ecologista de México (PVEM) - Elecciones 2021

Un caso emblemático que ilustra la coordinación y el impacto de los *influencers* en la vulneración de normativas electorales, aunque no directamente catalogado como VPMG en su origen, es el del **Partido Verde Ecologista de México (PVEM)** durante la veda electoral de 2021. Diversos *influencers* (aproximadamente 80) publicaron mensajes de apoyo al partido de manera sincronizada en Instagram y Twitter (actualmente X), lo que llevó a sanciones por parte del TEPJF al inferirse una estrategia de comunicación o campaña orquestada y no espontánea, constituyendo un beneficio indebido para el partido.

La Unidad Técnica de Fiscalización del INE y posteriormente la Sala Superior del TEPJF (SUP-RAP-172/2021 y SUP-REP-112/2022) determinaron que esta acción representaba propaganda electoral en periodo prohibido y un gasto no reportado. La inferencia de una estrategia coordinada se basó en la similitud de los

mensajes, el momento de publicación y las respuestas homogéneas de los *influencers* a los requerimientos de la autoridad (Cruces Aguilar, 2025). Las sanciones incluyeron multas significativas al PVEM (ej. \$40.9 millones MXN, reducción de ministración del 25 %) y a los *influencers* involucrados (monto global aproximado de \$927 781.00 MXN). Inicialmente se ordenaron medidas no económicas para los *influencers*, como tomar un curso sobre equidad en la contienda y publicar un mensaje admitiendo la vulneración legal, pero estas fueron modificadas o dejadas sin efecto por la Sala Superior, manteniendo las sanciones económicas y la publicación en el catálogo de sujetos sancionados.

Si bien este caso se centró en la violación a la veda y la fiscalización de recursos, sienta un precedente sobre cómo la actuación coordinada de *influencers* puede ser analizada y sancionada, y cómo estas figuras pueden ser utilizadas en estrategias políticas más amplias que, en otros contextos, podrían incluir VPMG. La “guerra sucia digital” y el uso de “mercenarios digitales” o redes de desinformación coordinadas (García *et al.*, 2021) son componentes de este panorama. Investigaciones periodísticas han señalado cómo *youtubers* afines a ciertas corrientes políticas pueden dedicarse a difundir desinformación o a atacar sistemáticamente a figuras opositoras, incluyendo mujeres (García *et al.*, 2021). Estas redes a menudo operan con financiamiento opaco, dificultando la trazabilidad y la rendición de cuentas (Instituto Franklin-UAH, 2022).

7.2. Caso Mariana Rodríguez Cantú (Nuevo León)

Mariana Rodríguez Cantú representa un caso paradigmático debido a su doble rol como una de las *influencers* más prominentes de México y como figura política activa, primero como esposa del entonces candidato y luego gobernador de Nuevo León, Samuel García, y posteriormente como candidata a la alcaldía de Monterrey en 2024. Su presencia en redes sociales, con millones de seguidores, se convirtió en un factor central tanto en las estrategias de comunicación política como en las controversias y ataques que enfrentó.

Controversia por Fiscalización del INE y Resolución del TEPJF (SUP-RAP-180/2021)

Durante la campaña a la gubernatura de Nuevo León en 2021, el apoyo activo de Mariana Rodríguez a su esposo en redes sociales generó una intensa controversia. La Unidad Técnica de Fiscalización del INE propuso una multa millonaria a Samuel García y a Movimiento Ciudadano, argumentando que las publicaciones de Rodríguez constituían aportaciones en especie no reportadas, dado su carácter de *influencer* con actividad empresarial y una marca personal registrada. El INE consideró que sus publicaciones sistemáticas y de amplio alcance beneficiaron indebidamente la campaña, generando inequidad en la contienda (Valdez Zamudio y López Noriega, 2021).

Sin embargo, la Sala Superior del TEPJF, en la sentencia SUP-RAP-180/2021 y acumulados, revocó la sanción impuesta por el INE. El Tribunal argumentó que, si bien la fama pública de un *influencer* puede ser cuantificable para efectos de fiscalización, existe una presunción reforzada de espontaneidad cuando

el *influencer* es cónyuge del candidato (Valdez Zamudio y López Noriega, 2021). Se ponderó la libertad de expresión de Rodríguez y el apoyo derivado del vínculo marital, señalando que no se demostró un acuerdo comercial o pago directo por dichas publicaciones (Valdez Zamudio y López Noriega, 2021). Esta resolución sentó un precedente importante sobre cómo se valoran las interacciones de *influencers* con lazos familiares directos con los candidatos, aunque también generó debate sobre los posibles vacíos en la fiscalización de estas nuevas formas de proselitismo (Movimiento Ciudadano, 2021).

Denuncias de VPMG por Mariana Rodríguez y Respuestas Institucionales

Paralelamente a la controversia por fiscalización, Mariana Rodríguez denunció haber sido víctima de VPMG por parte del propio Consejo General del INE, argumentando que la forma en que se abordó su caso y se le trató como una “marca comercial” constituía una forma de violencia que menoscababa su autonomía y participación. Presentó quejas ante la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH) y la Comisión Estatal de Derechos Humanos de Nuevo León (CEDHNL). Si bien los *snippets* disponibles no detallan las resoluciones finales de la CNDH o la CEDHNL sobre estas quejas específicas, la acción de denunciar a la propia autoridad electoral por VPMG añadió una capa de complejidad al debate, cuestionando los límites y posibles sesgos de género en los procesos de fiscalización.

Ataques Sexistas y VPMG Digital en su Campaña a la Alcaldía (2024)

Durante su campaña a la alcaldía de Monterrey en 2024, Mariana Rodríguez fue objeto de diversos ataques digitales que configuraron VPMG. Comentarios sexistas por parte de figuras públicas como el comunicador Chumel Torres y la activista Carla Erika Ureña cuestionaron su autonomía, sugiriendo que sus decisiones políticas estarían subordinadas a su esposo, el gobernador Samuel García. Estos comentarios se basaron en estereotipos de género que ven a las mujeres en política como extensiones de figuras masculinas.

Un caso particularmente notorio fue el del *influencer* Adrián Marcelo, quien fue sancionado por el Tribunal Estatal Electoral de Nuevo León por ejercer VPMG contra Mariana Rodríguez a través de comentarios “soeces y grotescos” que reproducían “micromachismos” y afectaban la dignidad y capacidades de las mujeres, emitidos durante una entrevista en su canal de YouTube. La sanción incluyó una multa económica (de aproximadamente 30 000 pesos), una disculpa pública y la obligación de tomar un curso sobre violencia de género. El TEPJF posteriormente desechó la impugnación de Adrián Marcelo, confirmando la sanción del tribunal local.

Otro episodio relevante fue el protagonizado por el expresidente Vicente Fox, quien se refirió a Mariana Rodríguez como “dama de compañía” en la red social X. Estos comentarios generaron una amplia condena pública, incluyendo la de la entonces candidata presidencial Xóchitl Gálvez, quien los calificó como VPMG. El TEPJF, sin embargo, perfiló que estos comentarios no eran de carácter electoral, lo que derivaría el caso a instancias como el Consejo Nacional Para Prevenir la Discriminación (CONAPRED), evidenciando las complejidades jurisdiccionales para

atender la VPMG cuando se cruza con figuras no directamente contendientes en el proceso electoral (TEPJF, 2023).

Impacto de los Eventos

Estos eventos tuvieron un impacto considerable. Por un lado, generaron debates públicos sobre los límites de la libertad de expresión, el rol de los *influencers* en la política, la fiscalización electoral y la naturaleza de la VPMG. Por otro lado, provocaron reacciones de solidaridad hacia Mariana Rodríguez, como el *hashtag* #YoEnseñoLoQueQuiera, pero también la expusieron a un escrutinio y ataques que pueden tener efectos inhibitorios en la participación política de otras mujeres. Estudios han comenzado a analizar el impacto emocional específico de su figura como *influencer* en las contiendas electorales (López Aguirre y López Aguirre, 2025). La constante necesidad de defenderse de ataques y descalificaciones basadas en género, sin duda, desvía energía y recursos de la labor política sustantiva.

7.3. Caso Clara Luz Flores (Nuevo León) - Elecciones 2021

La campaña de Clara Luz Flores a la gubernatura de Nuevo León en 2021 por la coalición “Juntos Haremos Historia” (encabezada por Morena) estuvo marcada por la controversia generada por sus vínculos pasados con la secta NXIVM y por las acusaciones de VPMG que ella misma interpuso a raíz de una parodia en su contra.

Escándalo NXIVM y Tácticas Digitales

La revelación de un video donde Clara Luz Flores aparecía en una entrevista con Keith Raniere, líder de la secta NXIVM, fue un punto de inflexión en su campaña. Este material fue difundido, entre otros, por su entonces oponente Adrián de la Garza. Si bien la discusión sobre su participación en NXIVM tenía bases fácticas, la forma en que esta información fue utilizada en el entorno digital pudo haber incorporado elementos de VPMG, aunque los *snippets* disponibles no detallan campañas coordinadas específicas de *influencers* o redes de ataque con un claro componente de género en este aspecto particular, más allá de la difusión del video por actores políticos. La propia candidata tuvo que recurrir a las redes sociales para ofrecer explicaciones y gestionar la crisis.

Denuncia por parodia y debate sobre libertad de expresión

Un episodio central fue la denuncia que Clara Luz Flores presentó ante la Fiscalía Especializada en Delitos Electorales (FEDE) de Nuevo León por VPMG contra el comediante Marco Polo, debido a una serie de parodias que este realizaba sobre ella y su esposo, Abel Guerra Garza. En las parodias, Marco Polo interpretaba a un personaje llamado “Carla Lucía” (en alusión a Clara Luz) y a “Senator” (basado en Samuel García, aunque en el contexto de la parodia a Flores, el personaje de su esposo también era objeto de sátira). El contenido específico de las parodias que motivó la denuncia no se detalla exhaustivamente en los *snippets* disponibles, pero se entiende que involucraban una caracterización humorística de la candidata y su entorno político.

La respuesta institucional a esta denuncia fue que la FEDE de Nuevo León otorgó un “criterio de oportunidad”, que resultó en una disculpa pública por parte del comediante Marco Polo. Clara Luz Flores, por su parte, negó que su denuncia tuviera la intención de coartar la libertad de expresión. Este caso generó una considerable polémica en redes sociales, donde se acusó a la entonces candidata de censura y de intentar silenciar la crítica humorística.

Impacto en la campaña y percepción pública

Estos eventos, tanto el escándalo NXIVM como la controversia por la denuncia contra la parodia, tuvieron un impacto negativo significativo en la campaña de Clara Luz Flores, que finalmente no resultó ganadora. El manejo de estas crisis fue cuestionado (TEPJF, 2023), y el debate público se centró tanto en la integridad de la candidata como en los límites entre la sátira política, la libertad de expresión y la VPMG. La situación ilustra cómo las mujeres políticas pueden encontrarse en una posición vulnerable donde, al intentar defenderse de lo que perciben como ataques de género, pueden ser acusadas de atentar contra otros derechos fundamentales, magnificando el escrutinio y la crítica.

7.4. Caso Layda Sansores (Campeche) vs. Diputadas del PRI

El caso de Layda Sansores, gobernadora de Campeche, y sus declaraciones contra diputadas federales del PRI en su programa “Martes del Jaguar”, transmitido y difundido en redes sociales, constituye un ejemplo emblemático de VPMG ejercida desde una alta posición de poder estatal, utilizando recursos y plataformas públicas.

Declaraciones y Amenazas en “Martes del Jaguar”

En julio de 2022, durante una emisión de su programa “Martes del Jaguar”, Layda Sansores amenazó con revelar supuestas fotografías íntimas de diputadas federales del PRI, insinuando que estas imágenes habrían sido enviadas al entonces dirigente nacional del partido, Alejandro “Alito” Moreno, y que él las utilizaba para coaccionarlas. Sansores expresó: “...cuidado diputadas, ¡eh! Porque algunas de ustedes mandaron fotos, de veras que pues unas hasta desnudas, entonces pues se la mandan a Alito y Alito con eso las tiene ¿no? ...”. Estas declaraciones generaron una condena inmediata y generalizada.

Identificación de Víctimas y Manifestaciones de VPMG

Las víctimas directas de estas declaraciones fueron múltiples diputadas federales del PRI, entre ellas Paloma Sánchez, Jaqueline Hinojosa, Nélida Díaz, Marcela Guerra, Laura Barrera, Karla Ayala, María Camarena, Cristina Ruiz, Yeimi Aguilar, Montserrat Arcos, Sofía Carvajal, Ma. Serrano, Yolanda De la Torre, Fuensanta Guerrero, Alma Viggiano, Maribel Villaseñor, Laura Haro, Ana Herrera, Frinné Azuara, Adriana Campos, Norma Aceves, Jazmín Jaimes y Blanca Alcalá, entre otras que se sumaron a las denuncias. Las expresiones de Sansores fueron calificadas por las autoridades electorales como constitutivas de VPMG en sus modalidades sexual, psicológica, digital y verbal (Espino, 2021). La amenaza de difundir imágenes íntimas (una forma de *doxing* y violencia sexual digital) y las insinuaciones sobre la forma en que las diputadas obtenían o mantenían sus posiciones políticas, basadas en estereotipos de género y la sexualización de sus

cuerpos, menoscabaron su dignidad y buscaron anular su participación política (Espino, 2021).

Rol de Redes Sociales e Influencers en la Difusión

El programa “Martes del Jaguar” se transmitía en plataformas digitales y redes sociales como YouTube y Facebook, lo que aseguró una amplia difusión de las declaraciones de Sansores. Posteriormente, diversos medios de comunicación, *influencers*, analistas políticos y comunicadores retomaron y difundieron el episodio y los contenidos relacionados, amplificando el alcance de la VPMG. Aunque los *snippets* no identifican a *influencers* específicos que hayan sido sancionados como corresponsables en este caso particular, sí se menciona que las denuncias incluyeron a estos actores por la difusión.

Respuesta institucional y sanciones

Este caso generó múltiples denuncias y una respuesta contundente por parte de las autoridades electorales. La Sala Regional Especializada (SRE) y posteriormente la Sala Superior del TEPJF determinaron que Layda Sansores cometió VPMG (sentencias SRE-PSC-47/2022, SUP-JDC-613/2022, SUP-REP-150/2023). Las sanciones y medidas de reparación impuestas a la gobernadora incluyeron:

- La inscripción en el Registro Nacional de Personas Sancionadas en Materia de VPMRG (la Sala Superior ordenó a la SRE reevaluar la temporalidad de la inscripción, inicialmente fijada en 4 años y 6 meses, basándose únicamente en la gravedad de la conducta).

comisiones estatales de derechos humanos. Figuras como Olimpia Coral Melo, impulsora de la Ley Olimpia, se pronunciaron enérgicamente, señalando que las declaraciones de Sansores constituían una revictimización y una violación a la dignidad de las mujeres. Este caso subrayó la urgencia de fortalecer los mecanismos de protección para las mujeres en política y de asegurar que los funcionarios públicos rindan cuentas por actos de VPMG.

7.5. Otros casos relevantes y tácticas observadas (contexto adicional)

El informe de Luchadoras MX de 2018 documentó otros casos de VPMG digital durante ese ciclo electoral, que, aunque anteriores al enfoque temporal principal de este reporte, ilustran la persistencia de ciertas tácticas:

- **Patricia Azcagorta (Sonora, 2018):** Víctima de una campaña de desprestigio con un video manipulado y el hashtag #LadyMovimientoNaranja. Se creó una cuenta falsa en Twitter con su nombre publicando contenido pornográfico. Aunque denunció, el daño reputacional persistió. No se detallan resoluciones específicas de autoridades electorales de Sonora o federales en los *snippets*.
- **Nay Salvatori (Puebla, 2018):** Videos de su pasado como comediante fueron sacados de contexto y difundidos con el hashtag #LadyChichi para atacarla. Presentó denuncias, pero no se detallan resoluciones específicas de autoridades de Puebla o federales en los *snippets*.
- **María Rojo (Ciudad de México, 2018):** Enfrentó amenazas de muerte y una campaña coordinada en Twitter con el hashtag #DefraudoComoRojo, donde se identificó el uso de cuentas coordinadas para posicionar el hashtag.

Estas tácticas, como la **desinformación y noticias falsas con sesgo de género**, **campañas de desprestigio coordinadas**, **acoso sexualizado y no sexualizado**, y el **uso de lenguaje discriminatorio y estereotipado**, son recurrentes.

7.6 El peculiar caso Andrea Chávez y su vínculo con la Violencia Política de Género.

Andrea Chávez Treviño, senadora por el partido Morena, se ha convertido en una figura central en el debate sobre la **Violencia Política contra las Mujeres en Razón de Género (VPMG)** en México. Su nombre ha estado ligado a este fenómeno desde dos perspectivas principales: como **víctima de ataques** que han sido calificados como tal por diversas instancias, y como **sujeto de denuncias** que han sido desestimadas por las autoridades electorales.

7.6.1 Andrea Chávez como Víctima de VPMG

La senadora ha sido objeto de múltiples ataques que se encuadran en la definición de VPMG, los cuales han sido denunciados públicamente y llevados ante las autoridades.

- **Denuncia contra la periodista Denise Dresser:** Uno de los casos más mediáticos fue la denuncia que Chávez interpuso contra la politóloga Denise Dresser. Durante una mesa de análisis, Dresser utilizó la expresión “lío de faldas” para referirse a la relación profesional entre la entonces diputada y el exsecretario de Gobernación, Adán Augusto López. La Sala Regional Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) determinó en una primera instancia que la expresión constituía

VPMG, al basarse en estereotipos de género que demeritan la capacidad de una mujer en la política, atribuyendo su posición a una relación sentimental con un hombre. No obstante, la **Sala Superior del TEPJF revocó la sanción**, al considerar que los comentarios, aunque críticos, estaban amparados por la libertad de expresión y no constituían por sí mismos VPMG.

- **Violencia Digital y Ataques con Inteligencia Artificial:** Chávez ha sido un blanco recurrente de violencia digital (CNDH, 2023). Un caso notorio fue la difusión de una **imagen falsa de contenido sexual con su rostro**, presuntamente creada con inteligencia artificial, por parte del caricaturista Antonio Garci Nieto (Guerra Díaz, 2022). La senadora denunció públicamente el hecho como una forma de violencia que busca intimidar y denigrar a las mujeres en el espacio público.
- **Condena de la CONAVIM:** La Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres (CONAVIM) ha condenado enérgicamente comentarios en redes sociales dirigidos contra Andrea Chávez y otras políticas, calificándolos como una clara manifestación de violencia política de género que atenta contra su dignidad y su derecho a participar en la vida pública.

7.6.2 Andrea Chávez como sujeto de denuncia

Por otro lado, la propia senadora ha enfrentado acusaciones de haber ejercido VPMG, aunque estas no han prosperado en las instancias judiciales.

- **Denuncia de una diputada homóloga:** Una diputada federal denunció a Andrea Chávez por dos publicaciones en la red social Twitter, argumentando que constituían VPMG en su perjuicio. Sin embargo, tras analizar el caso, la **Sala Superior del TEPJF determinó que las publicaciones no actualizaban la infracción**. El tribunal concluyó que los mensajes eran críticas en el contexto del quehacer parlamentario y no tenían como objetivo menoscabar los derechos de la denunciante por el hecho de ser mujer.

En resumen, la figura de Andrea Chávez es un claro ejemplo de la complejidad y la creciente relevancia de la Violencia Política contra las Mujeres en Razón de Género en el México actual. Su experiencia demuestra cómo las mujeres en la política enfrentan ataques que se basan en estereotipos de género para descalificarlas (siendo víctimas de VPMG), al tiempo que la arena del debate político puede llevar a acusaciones que las autoridades deben dirimir cuidadosamente para proteger tanto los derechos políticos de las mujeres como la libertad de expresión.

7.7. Análisis comparativo y patrones

El análisis comparativo de los cuatro casos principales (PVEM, Mariana Rodríguez Cantú, Clara Luz Flores y Layda Sansores) junto con el contexto de otros casos, permite identificar patrones recurrentes en las tácticas de VPMG digital, el diverso rol de los *influencers*, la utilización de distintas plataformas y la variabilidad en las respuestas institucionales.

Plataformas predominantes:

Las plataformas más utilizadas son Twitter/X (rápida difusión, tendencias) (Montaño y Silva Lazcano, 2021), Instagram (visual, popular entre *influencers*) (Cruces Aguilar, 2025), Facebook (amplio alcance), YouTube (videos, programas), y WhatsApp (difusión directa, anonimato relativo).

Variabilidad en respuestas institucionales:

Las respuestas de INE, TEPJF, fiscalías y comisiones de derechos humanos son variables:

- **PVEM:** Sanciones económicas y reducción de financiamiento por propaganda en veda.
- **Mariana Rodríguez:** Revocación de multa por fiscalización por el TEPJF (privilegiando libertad de expresión y vínculo marital); sanción local a Adrián Marcelo por VPMG. Comentarios de Vicente Fox considerados no electorales por TEPJF (TEPJF, 2023).
- **Clara Luz Flores:** Denuncia por parodia resultó en disculpa pública del comediante vía criterio de oportunidad de la FEDE local.
- **Layda Sansores:** TEPJF acreditó VPMG, ordenó inscripción en registro de sancionados y disculpa pública, aunque algunas medidas fueron revocadas por *non bis in idem*.

Esta variabilidad y, en ocasiones, la percepción de falta de contundencia, subrayan la complejidad de aplicar la ley de manera uniforme y efectiva en el dinámico entorno digital.

Los *influencers* impactan la credibilidad y la participación de las mujeres en la política de diversas maneras, como lo ilustran los casos emblemáticos:

- **Menoscabo de la credibilidad y legitimidad:** El objetivo primordial de las tácticas de VPMG empleadas por o a través de *influencers* es socavar la credibilidad y legitimidad de las mujeres en la esfera política. En el caso de: **Mariana Rodríguez**, comentarios de figuras como Chumel Torres y Adrián Marcelo cuestionaron su autonomía, sugiriendo que sus decisiones políticas estaban subordinadas a su esposo. Esto refuerza estereotipos que conciben a las mujeres en política como extensiones de figuras masculinas, atacando directamente su credibilidad. El término “dama de compañía” utilizado por Vicente Fox es otro ejemplo de esta táctica de descrédito a través de la sexualización y los estereotipos de género.
- **Exposición al escrutinio y ataques con efecto inhibitor:** La exposición constante a ataques y descalificaciones por razón de género, como la que vivió **Mariana Rodríguez**, puede tener efectos inhibitorios en la participación política de otras mujeres. La necesidad de defenderse continuamente de estos ataques desvía energía y recursos de la labor política sustantiva.
- **Generación de crisis de reputación y percepción pública negativa:** La campaña contra **Clara Luz Flores**, marcada por el escándalo NXIVM y la controversia por la parodia, tuvo un impacto negativo significativo en su percepción pública y en su campaña. Aunque el uso de *influencers* en este caso no se detalla, la dinámica ilustra cómo las narrativas negativas, una vez amplificadas en la esfera digital, pueden dañar la credibilidad de una

candidata. La situación también demuestra cómo las mujeres políticas que se defienden pueden ser acusadas de censura, lo que magnifica la crítica.

- **Anulación de la participación política mediante amenazas:** El caso de **Layda Sansores** amenazando a diputadas del PRI demuestra cómo una funcionaria pública, actuando como *influencer* a través de su propio programa digital, puede usar la amenaza de exposición sexualizada para menoscabar e intentar anular la participación política de sus opositoras. Esto crea un ambiente hostil que busca silenciar y excluir a las mujeres de la esfera pública.
- **Creación de un ambiente hostil y “guerra de desgaste”:** El análisis revela un patrón de “guerra de desgaste” digital, donde el hostigamiento constante y la erosión de la imagen pública se logran mediante la disseminación de desinformación y la explotación de estereotipos de género (ONU Mujeres, 2019). Esto genera un ambiente en línea hostil que actúa como una barrera significativa para la participación política de las mujeres.

Tabla 3: Análisis comparativo de casos emblemáticos de VPMG digital e influencers en México

Caso (Mujer Política/ Partido)	Periodo/ Elección	Tácticas de VPMG Digital Emplea das	Rol Específico de Influencers/Co municadores	Platafor mas Predomi nantes	Respuesta Institucional Detallada (Autoridad, Tipo de Procedi miento, Resolución/	Impacto y Conse cuen cias Obse rva das

					Sentencia Clave, Sanciones Impuestas)	
Partido Verde Ecologista de México (PVEM)	Elecciones Federales 2021	Propaganda coordinada y encubierta durante veda electoral, simulación de apoyo espontáneo.	Herramientas pagadas o cooptadas (aproximadamente 80 <i>influencers</i>).	Instagram, Twitter.	INE: Procedimiento Especial Sancionador (PES) y Fiscalización. TEPJF: SUP-RAP-172/2021, SUP-REP-112/2022. Sanciones: Multas al PVEM (ej. \$40.9 millones MXN) y a <i>influencers</i> (monto global aprox. \$927,781 MXN), reducción de financiamiento público al PVEM, orden de cursos y publicación de mensaje (modificado por Sala Superior para <i>influencers</i>).	Debate sobre regulación de <i>influence</i> rs en elecciones, cuestionamiento de la efectividad de las sanciones para disuadir futuras conductas.

Mariana Rodríguez Cantú (Nuevo León)	Elección Gubernatura 2021 (apoyo a Samuel García) / Elección Alcaldía Monterrey 2024 (candidata)	Fiscalización 2021: Publicaciones masivas en redes. VPMG 2024: Descalificaciones basadas en rol de esposa, comentarios misóginos y soeces, sexualización, uso del término "dama de compañía".	2021: Ella misma como <i>influencer</i> (debatido si fue aportación). 2024: Otros <i>influencers</i> (Adrián Marcelo) y figuras políticas (Vicente Fox) como perpetradores.	Instagram, Twitter/X, YouTube.	**Fiscalización 2021 (INE
--------------------------------------	--	---	---	--------------------------------	---------------------------

Este análisis comparativo revela una evolución y diversificación en el uso de *influencers* y redes sociales en la VPMG (Cuevas y Sequera, 2024). Mientras algunos casos se centran en la propaganda y el incumplimiento de normativas electorales, otros muestran un uso más directo y agresivo de estas herramientas para atacar la dignidad y la participación política de las mujeres. Se observa un patrón de “guerra de desgaste” digital, donde el hostigamiento constante y la erosión de la imagen pública a largo plazo son tan o más dañinos que los ataques masivos

puntuales (Souza y Varon, 2021). Esto se logra a través de la diseminación de desinformación, la explotación de estereotipos de género y la creación de un ambiente hostil en línea.

La respuesta institucional, aunque ha habido avances en el reconocimiento y sanción de la VPMG, tiende a ser más reactiva que preventiva. La efectividad de las sanciones se ve a menudo limitada por la complejidad inherente a la violencia digital, como el anonimato, la rápida viralización del contenido, los desafíos jurisdiccionales y la constante tensión con la protección de la libertad de expresión. Este panorama crea un ciclo en el que, a pesar de los esfuerzos normativos y judiciales, la VPMG digital persiste como un obstáculo significativo para la igualdad de género en la política mexicana.

La persistencia de este ciclo de impunidad se ve agravada por las bajas tasas de denuncia (65 % de las mujeres nunca denuncian la violencia digital) (Ríos Tobar, S/F) y la percepción de que las sanciones son “poco significativas” para los agresores (TEPJF, 2024). Esto, combinado con la dificultad del sistema judicial para investigar y comprobar eficazmente los casos de VPMG digital (Kiper, 2025), especialmente aquellos que involucran financiamiento opaco y redes coordinadas (Casar y Ugalde, 2019) refuerza un ambiente donde los perpetradores se sienten impunes. La efectividad de las sanciones se ve limitada no solo por su cuantía, sino también por la dificultad de lograr una reparación integral del daño reputacional en un entorno digital donde el contenido viralizado puede persistir indefinidamente, a pesar de los esfuerzos por aplicar el derecho al olvido (TEPJF, 2023).

VIII. Conclusiones y nueva agenda de investigación

Tras el análisis de la interrelación entre redes sociales, *influencers* y la violencia política contra las mujeres en razón de género (VPMG) en México, así como de las respuestas normativas y jurisdiccionales, se pueden extraer las siguientes conclusiones fundamentales y delinear una agenda de investigación futura.

Presentación de resultados y hallazgos principales:

1. **Confirmación de la Hipótesis Principal (Hp):** La evidencia recabada sustenta que la creciente influencia de los *influencers* en el ecosistema digital, operando frecuentemente en una “zona gris” regulatoria y mediante “relaciones paralegales” con actores políticos, efectivamente intensifica y complejiza la VPMG en México. Esta dinámica impone desafíos significativos a las autoridades jurisdiccionales, que deben navegar la tensión entre sancionar la violencia y proteger derechos como la libertad de expresión, lo que a menudo resulta en una aplicación de la ley que, si bien ha avanzado, todavía enfrenta retos de consistencia, efectividad y predictibilidad.
2. **Confirmación de la Hipótesis Secundaria 1 (Hs1):** Las tácticas de VPMG digital, ya sean perpetradas directamente por *influencers* o amplificadas a través de sus plataformas, son multifacéticas y se caracterizan por una sistemática explotación de estereotipos de género. La desinformación, las campañas de desprestigio, el acoso sexualizado y no sexualizado, y el uso de lenguaje discriminatorio son estrategias recurrentes, y los *influencers* pueden jugar un rol determinante en su normalización y diseminación, afectando la credibilidad y participación de las mujeres en política.

3. **Confirmación de la Hipótesis Secundaria 2 (Hs2):** El marco legal y los protocolos institucionales en México, aunque han logrado avances notables en el reconocimiento y la atención de la VPMG (p. ej., Ley Olimpia, reformas electorales, protocolos INE/TEPJF), aún presentan ambigüedades y vacíos significativos. Estos son particularmente evidentes en lo concerniente a la definición clara de la responsabilidad de los *influencers* cuando no son actores políticos formales, la regulación de la propaganda encubierta y la atribución de actos de VPMG en el complejo entorno digital.
4. **Confirmación de la Hipótesis Secundaria 3 (Hs3):** Las resoluciones del TEPJF en materia de VPMG digital evidencian un esfuerzo continuo por ponderar derechos en conflicto. Sin embargo, esta ponderación, a menudo casuística, y los exigentes estándares probatorios reflejan la tensión entre la necesidad de proteger los derechos político-electorales de las mujeres y el riesgo de instrumentalización de las denuncias con fines de litigio estratégico o desacreditación política. Esto puede generar incertidumbre jurídica y desafíos para la justiciabilidad efectiva de todos los casos.

Discusión sobre la efectividad y limitaciones de las respuestas actuales:

- **Efectividad y avances:** Es innegable que México ha logrado progresos importantes. La tipificación de la VPMG, la creación de la Ley Olimpia, la emisión de protocolos por el INE y el TEPJF, y el establecimiento del Registro Nacional de Personas Sancionadas en Materia de VPMG son hitos significativos. La jurisprudencia del TEPJF ha sido crucial para visibilizar, interpretar y comenzar a sancionar la VPMG en el entorno digital, sentando

precedentes importantes sobre los límites de la libertad de expresión y la responsabilidad por el contenido en línea.

- **Limitaciones persistentes:**

- **Ambigüedad y vacíos legales:** La regulación específica de los *influencers* como actores con potencial impacto político y su responsabilidad en la difusión de VPMG o propaganda encubierta sigue siendo una asignatura pendiente. La Ley Olimpia, centrada en la violencia sexual digital, no siempre ofrece un marco claro para otras formas de VPMG digital no sexualizadas (difamación, campañas de descrédito) perpetradas por *influencers*. La conceptualización y prueba de la “violencia simbólica” en el ámbito digital también requiere mayor desarrollo y claridad.
- **Desafíos Probatorios:** Acreditar la VPMG digital, especialmente la intencionalidad de género, el nexo causal con el daño político-electoral, la coordinación en campañas de desprestigio y la responsabilidad de autores intelectuales o financiadores, sigue siendo un obstáculo formidable. La naturaleza efímera y anónima de algunas interacciones digitales, junto con la dificultad para obtener datos de plataformas, agrava este problema.
- **Sanciones y Reparación del Daño:** Existe un debate continuo sobre la idoneidad, proporcionalidad y suficiencia de las sanciones actuales (multas, disculpas públicas, cursos) para disuadir eficazmente la comisión de VPMG y para reparar integralmente el daño causado a las víctimas. La reparación del daño en el entorno digital, que incluye la eliminación de contenido, la desindexación y la restauración de la reputación, es particularmente compleja.

- **Tensión con la libertad de expresión:** El equilibrio entre proteger a las mujeres de la VPMG y salvaguardar la libertad de expresión en el debate político sigue siendo un punto crítico y de difícil resolución. El riesgo de un “efecto inhibitor” (*chilling effect*) sobre el discurso legítimo si la regulación es percibida como excesiva o se aplica de forma arbitraria es una preocupación constante.
- **Responsabilidad de las plataformas digitales:** Aunque las plataformas ofrecen mecanismos de denuncia, su responsabilidad en la prevención, moderación proactiva y eliminación expedita de contenido constitutivo de VPMG, así como su colaboración con las autoridades, sigue siendo un área que requiere una regulación más robusta y un mayor compromiso por parte de las empresas tecnológicas.

La persistencia de la VPMG digital, a pesar de los avances normativos y jurisdiccionales, puede atribuirse a un ciclo de impunidad que se perpetúa por múltiples factores. Las bajas tasas de denuncia, donde el 65 % de las mujeres nunca reporta la violencia digital (Ríos Tobar, S/F). , se combinan con la percepción de que las sanciones impuestas son “poco significativas” (TEPJF, 2024) y que el sistema carece de la capacidad investigativa y la voluntad política para abordar eficazmente el “dinero bajo la mesa” y las redes de desinformación (Casar y Ugalde, 2029) esta situación crea un entorno donde los agresores se sienten envalentonados, lo que a su vez desincentiva a las víctimas a buscar justicia, perpetuando así la violencia (TEPJF, 2024). La efectividad de las sanciones se ve limitada no solo por su cuantía, sino también por la dificultad de lograr una reparación integral del daño reputacional en un entorno digital donde el contenido

viralizado puede persistir indefinidamente, a pesar de los esfuerzos por aplicar el “derecho al olvido” (UNIR, 2025).

Propuestas específicas:

1. Fortalecimiento del marco normativo:

- **Clarificar y ampliar la definición de VPMG digital** para asegurar que abarque todas sus manifestaciones, incluyendo las no explícitamente sexuales (como la difamación sistemática, el descrédito por estereotipos, la violencia simbólica) y aquellas perpetradas a través de nuevas tecnologías como los *deepfakes*.
- **Regular de manera específica la participación de *influencers* en campañas y en el debate político-electoral**, estableciendo reglas claras sobre transparencia en la identificación de contenido patrocinado o coordinado, divulgación de financiamiento, y responsabilidad por la difusión de VPMG o propaganda electoral encubierta. Esto podría inspirarse en propuestas como la iniciativa de Ley para la Transparencia en Contratación de Publicidad.
- Considerar la **responsabilidad solidaria de partidos políticos, candidatos o actores que se beneficien directamente** de campañas de VPMG orquestadas o amplificadas a través de *influencers*, cuando se pueda acreditar el nexo.

2. Mejora de mecanismos probatorios y de investigación:

- Desarrollar **guías técnicas y programas de capacitación especializada** para autoridades investigadoras y judiciales sobre la recolección,

preservación y valoración de prueba digital en casos de VPMG, incluyendo

el análisis de metadatos, la identificación de redes coordinadas y la

atribución de anonimato

- **Análisis comparado internacional de marcos regulatorios y buenas prácticas:** Estudios que comparen las estrategias legislativas, judiciales y de política pública implementadas en otros países de América Latina y el mundo para enfrentar la VPMG digital y regular el rol de los *influencers* en el debate político, identificando lecciones aprendidas y modelos adaptables al contexto mexicano.
- **Rol emergente de la Inteligencia Artificial (IA) en la VPMG:** Investigar el uso creciente de herramientas de IA (como *deepfakes* para crear contenido falso convincente, o *bots* avanzados para campañas de influencia automatizadas) en la generación y diseminación de VPMG, y analizar cómo los marcos legales, éticos y tecnológicos pueden adaptarse para prevenir y mitigar estos nuevos riesgos.
- **Responsabilidad algorítmica de las plataformas:** Indagar sobre cómo los algoritmos de las plataformas de redes sociales pueden, inadvertida o deliberadamente, contribuir a la amplificación de discursos de odio y VPMG, y explorar mecanismos de auditoría y rendición de cuentas algorítmica.

Tabla 4: Desafíos y Propuestas para Contrarrestar la VPMG por *Influencers* en México

Desafío Identificado	Descripción del Desafío (con referencia a hallazgos)	Propuesta de Solución	Actor(es) Clave para Implementación
Ambigüedad legal sobre responsabilidad de <i>influencers</i>	Falta de claridad en la ley sobre el estatus de los <i>influencers</i> como sujetos obligados en materia electoral y su responsabilidad por VPMG o propaganda encubierta.	Reforma legislativa para definir y regular la participación de <i>influencers</i> en el debate político-electoral, incluyendo transparencia en patrocinios y responsabilidad por contenido.	Poder Legislativo (Congreso de la Unión, Congresos Locales), INE.
Dificultades probatorias en VPMG digital	Complejidad para acreditar la intencionalidad de género, el nexo causal, la coordinación de ataques y la identidad de agresores anónimos o detrás de <i>bots</i> . ¹	Desarrollo de guías técnicas de investigación digital para VPMG; capacitación especializada; protocolos de colaboración con plataformas; uso de peritajes en análisis de discurso y redes.	Fiscalías, Unidades de Policía Cibernética, Poder Judicial, INE, TEPJF, academia.
Sanciones poco disuasorias y reparación insuficiente	Multas económicas pueden no ser suficientes para <i>influencers</i> de altos ingresos o partidos. La reparación del daño es compleja en el entorno digital.	Revisar y diversificar catálogo de sanciones (inhabilitaciones, pérdida de monetización). Fortalecer mecanismos de reparación integral (apoyo psicosocial, restauración de reputación online).	Poder Legislativo, TEPJF, INE, Comisión Ejecutiva de Atención a Víctimas (CEAV).
Tensión entre libertad de expresión y	Riesgo de que la lucha contra la VPMG se use para censurar o que las sanciones	Consolidación de jurisprudencia con criterios claros de ponderación;	TEPJF, Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN), academia, medios de

protección contra VPMG	sean desproporcionadas, afectando el debate legítimo.	promoción de un debate público informado sobre los límites de la libertad de expresión.	comunicación, sociedad civil.
Falta de transparencia en financiamiento de <i>influencers</i> políticos	Dificultad para rastrear pagos y acuerdos entre <i>influencers</i> y actores políticos para campañas de apoyo o desprestigio.	Fortalecer la fiscalización del INE sobre gastos de comunicación digital; exigir a partidos y candidatos la declaración de todos los pagos a <i>influencers</i> ; promover la transparencia proactiva por parte de los <i>influencers</i> .	INE, Unidad de Inteligencia Financiera (UIF), partidos políticos, <i>influencers</i> .
Responsabilidad limitada de plataformas digitales	Las plataformas a menudo reaccionan lentamente o de forma inconsistente ante denuncias de VPMG, y sus políticas de moderación pueden ser opacas.	Impulsar legislación que establezca obligaciones claras para las plataformas en la prevención, detección y eliminación de VPMG, así como en la colaboración con autoridades. Promover códigos de conducta y autorregulación efectiva.	Poder Legislativo, Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), plataformas digitales, sociedad civil.
Normalización de la VPMG y baja alfabetización digital	Persistencia de una cultura que minimiza o justifica la violencia contra las mujeres en política; desconocimiento ciudadano sobre cómo identificar y combatir la VPMG digital.	Campañas de sensibilización y educación cívica sobre VPMG; programas de alfabetización digital y mediática para desarrollar pensamiento crítico frente al contenido en línea.	Secretaría de Educación Pública (SEP), INE, INMUJERES, CONAVIM, ONGs, medios de comunicación.

En definitiva, la lucha contra la VPMG en la era digital, y particularmente aquella que involucra la compleja figura de los *influencers*, exige un compromiso sostenido, multifacético y adaptable. No existen soluciones únicas ni sencillas, pero la combinación de un marco legal robusto, una impartición de justicia sensible y eficaz, la responsabilidad activa de todos los actores implicados y una ciudadanía crítica y participativa, puede marcar la diferencia en la construcción de una democracia verdaderamente igualitaria y libre de violencia para las mujeres en México. La nueva agenda de investigación propuesta busca generar el conocimiento necesario para alimentar y orientar estas estrategias integrales hacia el futuro.

IX. Bibliografía

A continuación, se presenta una compilación de las fuentes primarias y secundarias utilizadas en la elaboración de este informe de investigación. Las referencias a los materiales de investigación proporcionados se indican con su identificador.

Fuentes Primarias (Leyes, Protocolos, Jurisprudencia):

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
- Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia (LGAMVLV) y sus reformas.
- Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIFE).
- Ley General en Materia de Delitos Electorales.
- Código Penal Federal y Códigos Penales de las Entidades Federativas (en lo relativo a Ley Olimpia y delitos contra la intimidad sexual).
- Ley para la Transparencia, Prevención y Combate de Prácticas Indevidas en Materia de Contratación de Publicidad (Iniciativa de reforma).
- Protocolo para Atender la Violencia Política Contra las Mujeres en Razón de Género. Instituto Nacional Electoral (INE) y Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF).
- Protocolo para la prevención y actuación frente a casos de violencia. Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF).
- Sentencias y Tesis Jurisprudenciales del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF). (Ej. SUP-JDC-304/2018, SUP-REC-1036/2018,

SUP-JDC-1619/2016, SUP-REP-112/2022, SUP-RAP-172/2021, SCM-JE-49/2021, Jurisprudencia 21/2018).

Obras citadas

- ACOP. (2024). *La Revista de ACOP*. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de https://compolitica.com/wp-content/uploads/2024/12/N99_Eta.2_La_revista_de_ACOP_Diciembre2024.pdf
- Agencia ROI. (S/F). *Reparación de Reputación Online en LATAM*. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de <https://roiagencia.com/reparacion-de-reputacion/>
- Animal Político. (2021). INE avala multa a Samuel García por propaganda de su esposa, Mariana Rodríguez. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://es-us.noticias.yahoo.com/ine-avala-multa-samuel-garc%C3%ADa-003549198.html>
- Animal Político. (2023). PRI gasta millones en 'guerra sucia' digital: agencia que contrató para Edomex desinformó sobre Delfina. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://es-us.noticias.yahoo.com/pri-gasta-millones-guerra-sucia-000044428.html>
- Asociación Española de Investigación de la Comunicación. (2020). Libro de resúmenes - VII CONGRESO INTERNACIONAL AE-IC. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://ae-ic.org/valencia/wp-content/uploads/2021/01/LibrodeResumenes7.pdf>
- Barrera, L.; Zamora, A.; Pérez Domínguez, E.; Aguirre, I.; y Esculloa, J. (2018). *Violencia política a través de las tecnologías contra las mujeres en México. Elecciones 2018*. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de https://ia802902.us.archive.org/30/items/ViolenciaPoliticaATravesDeLasTecnologiasContraLasMujeresEnMexico/Violencia%20poli%CC%81tica%20a%20trave%CC%81s%20de%20las%20tecnologi%CC%81as%20contra%20las%20mujeres%20en%20Me%CC%81xico_PAGS_WEB.pdf
- Belenguer Sales, M. A. (2021). *Trabajo Fin de Máster: Descodificando los discursos antifeministas en Youtube*. Universidad de Valencia. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://www.uv.es/igualtat/webnova2014/Olga2021/belenguer.pdf>
- Bennett, M. (2025). The Top 26 Legal Influencers to Follow. *Clio*. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://www.clio.com/blog/legal-influencers/>

- Bonilla Neira, L. C. (2022). Claves para analizar datos en Twitter. Recolección y procesamiento de corpus. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-053X2022000100006
- Calvo, E. & Clerici, P. (2023). Después de la #ConsolidaciónDemocrática: Redes sociales, polarización y fake news. Desarrollo Económico, 63(240), 195-202.
- Cámara de Diputados MX. (2015). Encuesta telefónica nacional: Redes sociales en las elecciones. Cámara de Diputados. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <http://www5.diputados.gob.mx/index.php/camara/Centros-de-Estudio/CESOP/Opinion-Publica/Encuestas/Encuesta-telefonica-nacional-Redes-sociales-en-las-elecciones>
- Cámara de Diputados MX. (2022). Diputadas del PRI interponen 32 quejas en comisiones estatales de Derechos Humanos contra Layda Sansores. fecha de acceso: mayo 9, 2025. <https://comunicacionsocial.diputados.gob.mx/index.php/notilegis/diputadas-del-pri-interponen-32-quejas-en-comisiones-estatales-de-derechos-humanos-contra-layda-sansores>
- Cámara de Diputados MX. (2022). INICIATIVA QUE REFORMA Y ADICIONA DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY PARA LA TRANSPARENCIA, PREVENCIÓN Y COMBATE DE PRÁCTICAS INDEBIDAS EN MATERIA DE CONTRATACIÓN DE PUBLICIDAD Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de http://sil.gobernacion.gob.mx/Archivos/Documentos/2022/11/asun_4442552_20221116_1663866902.pdf
- Cámara de Diputados MX. (2024). Ley general de acceso de las mujeres a una vida libre de violencia. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGAMVLV.pdf>
- Cámara de Diputados MX. (2025). EN VIVO / Parlamento Abierto: El impacto de las plataformas digitales en la sociedad mexicana. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=WqWxnBRsSjI>
- Canales Cerón, M. (2015). Metodologías de investigación social. Introducción a los oficios. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://imaginariosyrepresentaciones.com/wp-content/uploads/2015/08/canales-ceron-manuel-metodologias-de-la-investigacion-social.pdf>
- Capital 21. (2021). El papel de los influencers y las campañas de candidatos en las Elecciones 2021. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://www.capital21.cdmx.gob.mx/noticias/?p=21404>

- Carbonell, M. (2025). Responsabilidad de los influencers frente al micrófono. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=jhQ5RADsdX0>
- Cárdenas Acosta, G. (Coord.). (2022). Metodología para la realización del "Estudio para la elaboración de un programa integral de prevención de la violencia política contra las mujeres en razón de género. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://igualdad.ine.mx/wp-content/uploads/2023/02/Metodologi%CC%81a-del-Estudio.pdf>
- Carratalá, A. (2015). La desinformación en torno a la violencia de género: negacionismo y antifeminismo en la plataforma Mediterráneo Digital. Icono 14. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/2221/2420>
- Casar, M. A. y Ugalde, J. L. (2018). *Dinero bajo la mesa. Financiamiento y gasto ilegal de campañas políticas en México*. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de <https://integralia.com.mx/web/wp-content/uploads/2019/08/Dinero-Bajo-la-Mesa.-Financiamiento-y-Gasto-Ilegal-de-las-Campan%CC%83as-en-Me%CC%81xico.pdf>
- CNDH. (2018). Violencia Política contra las Mujeres en Razón de Género. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de https://www.cndh.org.mx/sites/all/doc/OtrosDocumentos/Doc_2018_056.pdf
- CNDH. (2022). RECOMENDACIÓN GENERAL NO. 46/2022 SOBRE VIOLACIONES GRAVES A DERECHOS HUMANOS, ASÍ COMO VIOLACIONES AL DERECHO A LA DEMOCRACIA - CNDH, fecha de acceso: mayo 9, 2025, https://www.cndh.org.mx/sites/default/files/documentos/2022-05/RecGral_46.pdf
- CNDH. (2023). INFORME SOBRE LA VIOLENCIA POLÍTICA CONTRA LAS MUJERES EN MÉXICO 2023. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/975920/5_Informe_sobre_Violencia_Pol_tica_en_M_xico_2023_144dpi_75_.pdf
- Consumotic. (2025). Presentan segundo mapeo de buenas prácticas educativas digitales. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de <https://consumotic.mx/sociedad-digital/educacion/presentan-segundo-mapeo-de-buenas-practicas-educativas-digitales/>

- Contracorriente Honduras. (2019). Ser mujer en un país controlado por el narcotráfico y los militares: entrevista con Andrea Nuila de Luchemos HN., Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://contracorriente.red/2019/11/16/ser-mujer-en-un-pais-controlado-por-el-narcotrafico-y-los-militares-entrevista-con-andrea-nuila-de-luchemos-hn/>
- Corral Martín, J. G. (2024). Redes sociales y agenda política. Más Poder Local. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://www.maspoderlocal.com/index.php/mpl/article/view/redes-sociales-agenda-politica-mpl56>
- Corte IDH. (2021) Cuadernillos de Jurisprudencia de la Corte Interamericana de Derechos Humanos. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de https://www.corteidh.or.cr/sitios/libros/todos/docs/cuadernillo4_2021.pdf
- Cruces Aguilar, P. (2025). Los influencers: ¿finalmente una sentencia persuasiva? Reflexión acerca del SUP-RAP-172/2021 y acumulados. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de https://www.te.gob.mx/editorial_service/media/pdf/310120251654225290.pdf
- Cuevas, M.; y Sequera, M. (2024). Violencia de género facilitada por la tecnología a mujeres políticas en Paraguay. TEDIC. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://www.tedic.org/wp-content/uploads/2024/09/Violencia-de-genero-a-mujeres-politicas-WEB-1.pdf>
- Delegación del Gobierno contra la Violencia de Género del Ministerio de Igualdad de España. (2024). La Violencia Política por Razón de Género: Avances y desafíos en Iberoamérica. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de https://mujereslibresdeviolenciaeniberoamerica.org/wp-content/uploads/2024/06/Relatoria-VPRG_IPEVCMesp.pdf
- Deren, K. (2024). 8 consejos eficaces para reparar rápidamente la reputación en línea [2025]. Brand24. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de <https://brand24.com/blog/es/reparacion-de-la-reputacion-en-linea/>
- Díaz, A. y Katyusca, I. (2024). Estudio de las estrategias de comunicación del Gobierno Nacional de Daniel Noboa en la red social "X" referente a la Consulta Popular desarrollada el 21 de abril de 2024. Universidad Nacional de Loja. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/32411/1/IrisKatyuscaDiazAlulima.pdf>
- El Financiero Bloomberg. (2022). La otra cara de Clara Luz Flores como funcionaria. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=j-W2yQF5AqU>

- El Universal. (2022). Tribunal ordena a Layda Sansores disculparse con diputadas del PRI. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://es-us.noticias.yahoo.com/tribunal-ordena-layda-sansores-disculparse-153133237.html>
- El Universal. (2024). Mariana Rodríguez buscará anular elección de Monterrey. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=I-N373G7w68>
- Escalante, L. (2025). La «revolución» digital de Libre: propaganda que vincula a funcionarios con redes «noticiosas» y comunicadores a sueldo. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://contracorriente.red/2025/03/06/la-revolucion-digital-de-libre-propaganda-que-vincula-a-funcionarios-con-redes-noticiosasy-comunicadores-a-sueldo/>
- Espino, L. A. (2021). El escándalo de Clara Luz Flores y la secta NXIVM: ¿funcionará el manejo de crisis al estilo AMLO? *Letras Libres*. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://letraslibres.com/politica/el-escandalo-de-clara-luz-flores-y-la-secta-nxivm-funcionara-el-manejo-de-crisis-al-estilo-amlo/>
- Esteinou Madrid, J. (2022). Propaganda encubierta y legitimidad electoral. La manipulación de los comicios. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de https://www.te.gob.mx/editorial_service/media/pdf/Propaganda_Encubierta_Digital.pdf
- Europarl. (2025). Verbatim report of proceedings - Tuesday, 21 January 2025 - European Parliament. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/CRE-10-2025-01-21_EN.html
- Excelsior. (2022). Layda Sansores acusa a Alejandro Moreno de poseer fotos de diputadas desnudas. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=Ejvg6BRKLvY>
- Feedspot. (2025). Top 25 Mexico Finance Influencers in 2025. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de https://influencers.feedspot.com/mexico_finance_instagram_influencers/
- Fiscalía General de la República (FGR). (S/F). La reparación del daño. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/501429/Reparacion_del_da_o.pdf

- Freidenberg, F. (2024). ¿Qué es la violencia política en razón de género? Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de https://www.te.gob.mx/editorial_service/media/pdf/220820241931165340.pdf
- Freidenberg, F; y Muñoz-Pogossian, B. (2022). El financiamiento de las campañas, percepciones políticas y sus implicaciones para la representación de las mujeres. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://archivos.iuridicas.unam.mx/www/bjv/libros/14/6833/14.pdf>
- GAFI. (2023). Abuso del Crowdfunding para la Financiación del terrorismo. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de <https://www.fatf-gafi.org/content/dam/fatf-gafi/translations/reports/Spanish-Abuso-Crowdfunding-Financiaci%C3%B3n-terrorismo.pdf.coredownload.inline.pdf>
- García, B. (2024). Dos hermanas Pombo y los bulos: cómo algunas 'influencers' se convirtieron en un amplificador de desinformación tras la dana. *El País*. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://elpais.com/smoda/2024-11-12/dos-hermanas-pombo-y-los-bulos-como-algunas-influencers-se-convirtieron-en-un-amplificador-de-desinformacion-tras-la-dana.html>
- García Beaudoux, V. y Slimovich, A. (2024). Estilos de comunicación de mujeres influencers políticas en TikTok. *Revista Elecciones*. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://revistas.onpe.gob.pe/index.php/elecciones/article/download/338/880/2192>
- García, S.; Cavazos, I.; Guerrero, D.; Mendoza, D.; Soto, D.; y Escobar, P. (2021). Cómo un grupo de youtubers mexicanos cercanos al Presidente López Obrador desinformó sobre la pandemia. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://chequeado.com/investigaciones/como-un-grupo-de-youtubers-mexicanos-cercanos-al-presidente-lopez-obrador-desinformo-sobre-la-pandemia/>
- Gil y Solis, Abogados. (2024). Regulación de Influencers en Plataformas Digitales: Una Nueva Propuesta Legislativa en México. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de <https://www.gilysolis.com.mx/post/regulaci%C3%B3n-de-influencers-en-plataformas-digitales-una-nueva-propuesta-legislativa-en-m%C3%A9xico>
- Giménez, J. (2022). Desinformación en YouTube: cómo algunos influencers aprovechan la plataforma para armar sus comunidades. *El Clip*. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://www.elclip.org/desinformacion-en-youtube-como-algunos-influencers-aprovechan-la-plataforma-para-armar-sus-comunidades-argentina/>

- Gobierno de España. (2022). Lucha contra las campañas de desinformación en el ámbito de la seguridad nacional. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://www.dsn.gob.es/sites/default/files/documents/LibroDesinfoSN.pdf>
- Gobierno de la Ciudad de México. (S/F). Manual de análisis multidisciplinario sobre Ley Olimpia. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de [https://semujeres.cdmx.gob.mx/storage/app/media/ViolenciaDigital/ManualContenidos Lab Ley Olimpia.pdf](https://semujeres.cdmx.gob.mx/storage/app/media/ViolenciaDigital/ManualContenidosLabLeyOlimpia.pdf)
- Gómez, A. (2017). "CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO Este capítulo lo conforma el basamento de la investigación donde se consideran los aportes teóricos". Influencers para la promoción de destinos turísticos. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://virtual.urbe.edu/tesispub/0106504/cap02.pdf>
- Gómez Vilches, R. R. (2020). Impacto de las redes sociales en la percepción ciudadana sobre la compra del voto en México. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 28. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-49112020000100037
- Grimaldo, A. (2021). ¿Violencia de género o fiscalización pendiente? El caso de Mariana Rodríguez. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://mujeres.expansion.mx/actualidad/2021/07/30/violencia-de-genero-o-fiscalizacion-pendiente-el-caso-de-mariana-rodriguez>
- Guerra Díaz, M. R. E. (2022). Diagnóstico sobre la implementación de las reformas en materia de violencia política contra las mujeres por razón de género - Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de https://www.te.gob.mx/paridad_genero/media/pdf/212a6cefcba493ba.pdf
- Haiki, S. (2024). Nueva Ley para influencers en España: Un análisis completo. *Conesa Legal*. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de <https://www.conesalegal.com/es/info/nueva-ley-para-influencers-en-espa%C3%B1a-un-an%C3%A1lisis-completo>
- Hernández García, M. A. y Enríquez Estrada, N. (Coord.). (2021). Las mujeres de cara a la violencia política en México. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de <https://www.ieepco.org.mx/archivos/documentos/2021/LasmujeresdecaraalaviolenciapoliticaenMexico.pdf>
- Hernández Oropa, M. (Coord.) (2022). Informe Violencia Digital. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://menengage.org/wp->

content/uploads/2023/02/Informe-Violencia-Digital-Me%CC%81xico-Diciembre-2022.pdf

- Hernández Oropa, M.; Chavarría García, P. I.; Contreras Chávez, I.; Hernández Vélez, A. L.; Ayala Real, L. G.; Quevedo Berrelleza, M. C.; y Ponce Toledo, D. (2024). Violencia sexual digital contra las mujeres en México. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://www.alignplatform.org/sites/default/files/2024-10/fns-mexico-digitalsexualviolence-report-spanish.pdf>
- Huitrón Nieto, G. (2022). Influencers: ¿Requieren una regulación específica? Foro Jurídico. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de <https://forojuridico.mx/influencers-requieren-una-regulacion-especifica/>
- IECM. (2021). Impactan influencers en campañas electorales en México: Consejero del IECM. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://www.iecm.mx/www/ut/ucs/INFORMA/octubre21m/INFOM041021/A1B.pdf>
- IEEN. (S/F). Violencia Política Contra las Mujeres en Razón de Género a través de las Tecnologías de Información y Comunicación. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de https://www.ieem.org.mx/OPPMEM/docs/conceptos-basicos/vpg/5_GuiaTIC-vs-VPMRG.pdf
- Imagen Noticias. (2022). Diputadas denuncian a Layda Sansores por violencia política de género | De Pisa y Corre. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://m.youtube.com/watch?v=N4WbRzLk41U>
- INE. (S/F). Violencia digital y mediática. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de <https://igualdad.ine.mx/violencia-digital-y-mediatica/>
- INE. (2021). Violencia política contra las mujeres en razón de género (VPMG). Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de https://igualdad.ine.mx/wp-content/uploads/2022/07/11_INE_3.pdf
- INE. (2022). Actualización de las sentencias y criterios en materia de violencia política contra las mujeres en razón de género. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de https://igualdad.ine.mx/wp-content/uploads/2022/07/cigynd_4so_280622_p7.pdf
- INE. (2022). Protocolo del instituto nacional electoral para la atención a víctimas y la elaboración del análisis de riesgo en los casos de Violencia Política Contra las Mujeres en Razón de Género. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de https://igualdad.ine.mx/wp-content/uploads/2022/03/cigynd_2se_180222_p1.pdf

- Ita Parodi, C.; Castillo Avalos, C. C., Muñoz Ayllón, V. A, Laguna Wong, Y.; *et al.* (2024). Marketing de Influencers en Latinoamérica 2021 – 2023.: Una revisión sistemática de literatura. *Revista ciencias y Artes*, 1(4). Fecha de acceso: mayo 9, 2025, https://www.researchgate.net/publication/380557996_Marketing_de_Influencers_en_Latinoamerica_2021_-_2023_Una_revision_sistemática_de_literatura
- Jiménez Martínez, C. E. y Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. (2021). Sentencia Juicio Electoral. Expediente SCM-JE-49/2021. Fecha de acceso: mayo 9, 2025, <https://www.te.gob.mx/sentenciasHTML/convertir/expediente/SCM-JE-0049-2021->
- Kiper, D. (2025). Los tuits también pueden ser delito: las redes sociales y la falsa sensación de impunidad. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://www.infobae.com/opinion/2025/02/16/los-tuits-tambien-pueden-ser-delito-las-redes-sociales-y-la-falsa-sensacion-de-impunidad/>
- Krook, M. L.; y Restrepo Sanín, J. (2016). Género y violencia política en América Latina. Conceptos, debates y soluciones. *Política y Gobierno*, 1(23). Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <http://www.politicaygobierno.cide.edu/index.php/pyg/article/view/737>
- Laboratorio Electoral. (2020). Observatorio de Sentencias. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de https://laboratorioelectoral.mx/observatorio_sentencias
- López Aguirre, J. L.; y López Aguirre, S. S. (2025). Emociones en campaña: Impacto de la influencer Mariana Rodríguez en las elecciones de Nuevo León. *Revista Panamericana de Comunicación*. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://revistas.up.edu.mx/rpc/article/view/3306>
- Maqueo Ramírez, M. S. (2019). La libertad de expresión en el entorno digital. retos frente a la privacidad. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de https://www.sitios.scjn.gob.mx/cec/sites/default/files/publication/documents/2019-03/08_MAQUEO_La%20constitucion%20en%20la%20sociedad%20y%20economia%20digitales.pdf
- Mendoza Camacho, S. (2021). Ficha Técnica Ley Olimpia. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://ordenjuridico.gob.mx/violenciagenero/LEY%20OLIMPIA.pdf>

- Peralta, O. (2024). La vergonzosa propaganda de influencers en favor de Partido Verde en México; un golpe a la inteligencia. *Yahoo Noticias*. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de <https://es-us.noticias.yahoo.com/la-vergonzosa-propaganda-de-influencers-en-favor-del-partido-verde-en-mexico-un-golpe-a-la-inteligencia-192919725.html>
- PNUD. (2021). Violencia contra las mujeres en política. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/pa/UNDP-PA-Violencia-Politica-202101.pdf>
- PNUD-USMA. (2024). Informe de Política 2: Revelando la violencia de género en el Espacio Digital. Un análisis de las elecciones de Panamá 2024. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2024-10/pa_pnud_policybrief_2_2024_vf.pdf
- Proceso. (2023). Layda Sansores cometió violencia política en razón de género: TEPJF. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://www.proceso.com.mx/nacional/2023/5/31/layda-sansores-cometio-violencia-politica-en-razon-de-genero-tepjf-307968.html>
- Procuraduría Federal del Consumidor. (2021). La “Ley Olimpia” y el combate a la violencia digital. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://www.gob.mx/profeco/es/articulos/la-ley-olimpia-y-el-combate-a-la-violencia-digital?idiom=es>
- Produ. (2025). Dinero.mx: Los influencers mexicanos apuestan a las pymes y se convierten en influpreneurs. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de <https://www.produ.com/mercadeo/noticias/dinero-mx-los-influencers-mexicanos-apuestan-a-las-pymes/>
- Ramírez Gallegos, R. (2024). *Estado de situación de las democracias en América Latina y el Caribe*. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://biblioteca-repositorio.clacso.edu.ar/bitstream/CLACSO/251822/1/Estado-de-situacion.pdf>
- Raziel, Z. (2025). La falta de definición de las causas para que el Gobierno “bloquee” las plataformas digitales genera controversia en México. *El País*. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de <https://elpais.com/mexico/2025-04-25/la-falta-de-definicion-de-las-causas-para-que-el-gobierno-bloquee-las-plataformas-digitales-genera-controversia-en-mexico.html>

- Red Mundial de Justicia Electoral. (2024). Panorama Normativo y Judicial del uso de la Inteligencia Artificial en los Procesos Electorales. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de [https://www.te.gob.mx/red_mundial/front/foro/downloadFile?file=35e3152c6ca5c18.pdf&title=Panorama%20Normativo%20y%20Judicial%20del%20uso%20de%20la%20Inteligencia%20Artificial%20en%20los%20Procesos%20Electorales%20\(2024\)](https://www.te.gob.mx/red_mundial/front/foro/downloadFile?file=35e3152c6ca5c18.pdf&title=Panorama%20Normativo%20y%20Judicial%20del%20uso%20de%20la%20Inteligencia%20Artificial%20en%20los%20Procesos%20Electorales%20(2024))
- Reges, F. (S/F). Partidos políticos tras la confianza de la juventud: análisis del uso de influencers en las campañas de 2021 en México. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de https://www.te.gob.mx/Repositorio/8o%20Concurso%20de%20Ensayo%202021/19.%20Tem%C3%A1tica7_Ferdinandus_Reges_H.pdf
- Riedl, M.; Schwemmer, C.; Ziewiecki, S.; y Ross, L. M. (2021). The Rise of Political Influencers. Perspectives on a Trend Towards Meaningful Content. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://www.frontiersin.org/journals/communication/articles/10.3389/fcomm.2021.752656/full>
- Ríos Tobar, M. (2024). Violencia política de género en la esfera digital en América Latina. International IDEA. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://www.idea.int/publications/catalogue/html/violencia-politica-de-genero-en-la-esfera-digital-en-america-latina>
- Rodríguez, A. (2024). ¡Trakaaa! Influencers 'viralizan' la publicidad de empresas y marcas. *El Financiero*. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/2024/07/19/trakaaa-influencers-viralizan-la-publicidad-de-empresas-y-marcas/>
- Rodríguez Manzo, G. (2019). Libertad de expresión y violencia política en el debate electoral. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de https://www.te.gob.mx/editorial_service/media/pdf/160420241140411634.pdf
- Roldán Xopa, J. (2024). La sanción en el derecho electoral. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de https://www.te.gob.mx/editorial_service/media/pdf/12072024201318606.pdf
- Romero Guerrero, C. C.; Castillo, P. X. F.; Lara Lara, N.; Piñeros Vargas, K. D.; Alvarado Fernández, M. C.; y Ortegón Cortázar, L. (2023). Impacto del bienestar psicológico frente al influencer marketing. *Journal of Management & Business Studies*, 1(5). Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://revistas.uautonoma.cl/index.php/jmabs/article/download/2249/1662/15345>

- Salaberry, N. (2020). ANÁLISIS DE CONTENIDO EN TWITTER Y EL AISLAMIENTO SOCIAL OBLIGATORIO - Económicas UBA. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://www.economicas.uba.ar/investigacion/wp-content/uploads/Salaberry-Natalia.pdf>
- Sánchez, F. (2021). México: Millonaria sanción a partidos aviva debate por 'influencers'; 4 claves. *LA Times*. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de <https://www.latimes.com/espanol/mexico/articulo/2021-07-23/mexico-millones-sancion-partidos-debate-influencers-samuel-garcia-mariana-rodriguez>
- Sánchez Almanza, A. (Coord.). (2020). *Comunicación política en redes sociales digitales. Teoría y práctica*. UNAM. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://altexto.mx/comunicacion-politica-en-redes-sociales-digitales-teoria-y-practica-uxbee.html>
- Sarmiento Viena, K. (2023). Pantallazo a la violencia de género: redes sociales y ciber violencia en relaciones sexo-afectivas entre adolescentes. Consorcio de Investigación Económica y Social. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://cies.org.pe/wp-content/uploads/2023/11/Redes-sociales-y-ciber-violencia-en-relaciones-sexo-afectivas-entre-adolescentes.pdf>
- Secretaría de Mujeres de la CDMX. (S/F). Violencia contra las mujeres en el espacio digital, fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de <https://semujeres.cdmx.gob.mx/violencia-digital>
- Secretaría de Mujeres de la CDMX. (2024). Violencia política contra las mujeres en razón de género. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de https://semujeres.cdmx.gob.mx/storage/app/media/Publicaciones/Boletin_Mujeres_CDMX_06-2024.pdf
- SEGOB. (S/F). Derecho a la Libertad de Expresión. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/100171/012_Lib_Expresio_n.pdf
- Signa_Lab ITESO (2018). Democracia, libertad de expresión y esfera digital: análisis de tendencias y topologías en Twitter, el caso de la #RedAMLOve. Fecha de acceso: febrero 28. Recuperado de https://signalab.iteso.mx/informes/informe_redamlove.html#footnote-03
- Signa_Lab-ITESO. (2019). Democracia, libertad de expresión y esfera digital. Análisis de tendencias y topologías en Twitter. El caso de la #RedAMLOVE. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de https://signalab.iteso.mx/informes/informe_redamlove.html

- Sin Embargo Al Aire. (2023). TEPJF: Layda Sansores cometió violencia política; será incluida en Registro Nacional. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://m.youtube.com/watch?v=-G3OHdm4hAs>
- Souza, L.; y Varon, J. (2021). Violencia política de género en Internet. *A/Sur*. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://www.alsur.lat/sites/default/files/2021-07/Violencia%20Pol%C3%ADtica%20de%20G%C3%A9nero%20en%20Internet%20ES.pdf>
- Steinbaugh, A. (2016). The Chilling Effect of Investigations. The Foundation for Individual Rights and Expression. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de <https://www.thefire.org/news/chilling-effect-investigations>
- Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN). (2021). El artículo 30, párrafo primero, del Código Penal del Estado de México, no limita el derecho de las víctimas u ofendidos de un delito a la reparación integral del daño. - Listado de Comunicados. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de <https://www.internet2.scjn.gob.mx/red2/comunicados/noticia.asp?id=6708>
- Timal López, S. (2024). Los influencers en las redes sociales: Una mirada desde la propaganda electoral y política en veda electoral. *Rendición de Cuentas*. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de <https://rcrendiciondecuentas.udg.mx/index.php/UDGIIRCCC/article/view/73>
- Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF). (2016). Protocolo para Atender la Violencia Política Contra las Mujeres - Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, fecha de acceso: mayo 9, 2025, https://www.te.gob.mx/protocolo_mujeres/media/files/7db6bf44797e749.pdf
- Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF). (2021). Recursos de apelación y juicios para la protección de los derechos político-electorales del ciudadano. Expedientes: SUP-RAP-180/2021, SUP-RAP-235/2021, SUP-RAP-317/2021; SUP-RAP-399/2021; SUP-JDC-1129/2021, y SUP-JDC-1132/2021, ACUMULADOS. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://www.te.gob.mx/sentenciasHTML/convertir/expediente/SUP-RAP-0180-2021>
- Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF). (2021). Violencia política en razón de género Memorias sobre jurisprudencia electoral. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de https://www.te.gob.mx/editorial_service/media/pdf/021120231440481180.pdf

- Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF). (2022). Voto razonado que formula el magistrado felipe de la mata pizaña, con relación a los recursos de revisión del procedimiento especial sancionador sup-rep-112/2022 y acumulados. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://www.te.gob.mx/blog/delamata/media/pdf/0e540ec2b11d45f.pdf>
- Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF). (2023). La Sala Superior del Tribunal Electoral confirma que la gobernadora de Campeche cometió violencia política de género. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://www.te.gob.mx/front3/bulletins/detail/15186/0>
- Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF). (2023). Los claroscuros del derecho al olvido en la era digital. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de https://www.te.gob.mx/editorial_service/media/pdf/24102023120017638.pdf
- Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF). (2023). Recursos de revisión del procedimiento especial sancionador. Expediente: SUP-REP-150/2023 Y ACUMULADOS. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://www.te.gob.mx/sentenciasHTML/convertir/expediente/SUP-REP-0150-2023>
- Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF). (2024). Foro: Violencia digital contra las mujeres que participan en política - 19/11/24 - TEPJF - 3/3. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=8n3i3whDU7Y>
- Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF). (2024). Libertad de expresión en el derecho electoral. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de https://www.te.gob.mx/editorial_service/media/pdf/250320241044519600.pdf
- Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF). (2024). Procedimiento Especial Sancionador. Expediente: SRE-PSC-409/2024. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de <https://www.te.gob.mx/media/SentenciasN/pdf/especializada/SRE-PSC-0409-2024.pdf>
- Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF). (2025). TEPJF confirma procedimiento del INE para verificar elegibilidad de candidaturas al Poder Judicial. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de <https://www.te.gob.mx/front3/bulletins/detail/26309/0>

- Ugalde, L. C. (2020). El financiamiento ilegal de las campañas políticas en México - Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de https://www.te.gob.mx/editorial_service/media/pdf/110420241534231850.pdf
- UNAM. (2021). *La violencia digital contra las mujeres: un problema de género*. UNAM. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://archivos.iuridicas.unam.mx/www/bjv/libros/14/6650/4.pdf>
- UNAM-SEGOB. (2018). Estudio de las representaciones de género y violencia contra las mujeres en los medios digitales y de entretenimiento. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/314694/Estudio-representacione_y_violencia_vs_mujeres_en_medios_digitales.pdf
- UNESCO. (2020). Jóvenes influenciadores desafían la desinformación en América Latina. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://www.unesco.org/es/articles/jovenes-influenciadores-desafian-la-desinformacion-en-america-latina>
- Univisión. (2023). Las impactantes similitudes en los asesinatos de las 'influencers' colombiana María José Estupiñán y la mexicana Valeria Márquez. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de <https://www.univision.com/noticias/america-latina/asesinato-de-la-influencer-colombiana-maria-jose-estupinan-un-crimen-similar-al-de-la-influencer-mexicana-valeria-marquez>
- UNIR. (2025). Derecho al olvido en la legislación de protección de datos en México. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de <https://mexico.unir.net/noticias/derecho/derecho-olvido/>
- Ureta Icaza, R. (2019). El dinero negro en las campañas electorales: un limbo legal y político. *Plan V*. Fecha de acceso: junio 9, 2025. Recuperado de <https://planv.com.ec/historias/el-dinero-negro-campanas-electorales-un-limbo-legal-y-politico/>
- Valdez Zamudio, O. y López Noriega, S. (2021). Influencers y redes sociales. Fecha de acceso: mayo 9, 2025, https://www.te.gob.mx/editorial_service/media/pdf/020120251910177481.pdf
- Vergés Bosch, N.; Alfama Guillén, E.; y Cruells, E. (2022). Violencias machistas digitales: implicaciones de su abordaje en el marco de los circuitos de violencia machista. *Revista Ideas*. Fecha de acceso: mayo 9, 2025, <https://revistaideas.cat/es/violencias-machistas-digitales-implicaciones-de-su-abordaje-en-el-marco-de-los-circuitos-de-violencia-machista/>

Wikipedia. (S/F). Clara Luz Flores. Wikipedia, la enciclopedia libre. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Clara_Luz_Flores

Yaguache, J; Abendaño, M.; y Valdiviezo, C. (2020). Influencers: la interacción de los políticos con sus públicos en el entorno digital. Fecha de acceso: mayo 9, 2025. Recuperado de <https://www.iiis.org/CDs2020/CD2020Summer/papers/CA542RM.pdf>

ANEXO

Calvo, E. & Clerici, P. (2023). Después de la #ConsolidaciónDemocrática: Redes sociales, polarización y fake news. *Desarrollo Económico*, 63(240), 195-202. (Síntesis)

Después de la #ConsolidaciónDemocrática

Este trabajo de Ernesto Calvo y Paula Clerici analiza la profunda transformación del entorno político y social en las últimas cuatro décadas, marcada por la irrupción y consolidación de las redes sociales digitales. Los autores contrastan el panorama político actual con el de hace 40 años, cuando el concepto de “redes sociales” se refería a grupos analógicos que se movilizaban en las calles y la polarización era de carácter ideológico, no afectivo. En aquel entonces, los procesos políticos estaban dominados por instituciones como gobiernos, partidos, sindicatos y asociaciones empresariales.

La nueva dinámica política en la era digital

Hoy, la situación ha cambiado radicalmente. La deliberación democrática ya no consiste en largos debates filosóficos, sino en la circulación descentralizada de miles de millones de micro-mensajes. Este nuevo espacio público está dominado por una élite de *influencers*, y la distancia social entre individuos no es solo ideológica, sino también “íntima, subjetiva, personal o, como se la denomina genéricamente, afectiva” (Cámara de Diputados, 2015). Las plataformas que hoy definen la comunicación (Facebook, X/Twitter, Instagram, TikTok) y las empresas que dominan la economía del conocimiento (Google, Amazon, Apple) no existían o apenas comenzaban.

Este nuevo ecosistema comunicacional ha facilitado la propagación de noticias falsas (*fake news*) y teorías de conspiración, lo que ha minado la confianza en las instituciones gubernamentales, los medios de comunicación tradicionales y el conocimiento científico y educativo. La velocidad y el alcance son las características distintivas de estas nuevas tecnologías, y sus algoritmos tienden a valorar posiciones extremas porque generan más interacción (*engagement*), lo que a su vez ha abaratado la circulación de discursos violentos.

Mecanismos de polarización y comportamiento del usuario

El artículo destaca varios mecanismos que impulsan la polarización y la desinformación:

- **Burbujas de filtro y cámaras de eco:** Los algoritmos crean un efecto de selección que produce “burbujas” informativas donde los usuarios principalmente escuchan a quienes piensan de forma similar (Ita Parodi *et al.*, 2024). Esta segregación no es solo producto de la intolerancia individual, sino de la propia estructura de las redes sociales.
- **Contraste y asimilación:** La percepción de un mensaje o actor político está mediada por la propia ubicación ideológica del observador. Un estudio en Argentina reveló que cuanto más a la izquierda se ubica un votante, más a la derecha percibe a un político con el que no acuerda, y viceversa.
- **Identidad partidista y percepción del riesgo:** Durante la pandemia de COVID-19, la identidad política influyó directamente en la percepción del riesgo. En Brasil, los votantes del opositor Fernando Haddad reportaron mayor temor a enfermarse y a perder el empleo que los votantes del entonces

presidente Jair Bolsonaro. Esta polarización llegó a erosionar la confianza en las campañas de vacunación.

- **El encuadre de los mensajes:** Los mensajes que son cognitivamente congruentes con nuestras creencias se procesan y comparten más rápido que los disonantes. Además, los usuarios partidistas comparten contenidos con mayor frecuencia y velocidad. Un hallazgo clave es que los mensajes de verificación de datos con un encuadre confirmatorio (“es verdadero que...”) generan más participación y menos reacciones negativas que los marcos de refutación (“es falso que...”), a pesar de ser semánticamente equivalentes. Esto se debe a que procesar una negación requiere un mayor esfuerzo cognitivo.
- **Pruning (Poda de redes):** Se refiere al acto de dejar de seguir o bloquear a amigos que publican mensajes disonantes. Un estudio experimental en Argentina mostró que los usuarios reportan una mayor intención de eliminar a amigos de su red cuando estos comparten desinformación que cuando comparten mensajes partidarios. Los individuos más polarizados son más propensos a realizar esta “poda”, lo que contribuye a distorsionar aún más sus redes de comunicación.

Conclusión: Desafíos para la democracia

La evolución de las redes sociales ha generado desafíos fundamentales para las democracias modernas. La propagación de desinformación ha exacerbado la intolerancia política y la violencia discursiva, erosionando la confianza en instituciones clave. En respuesta, organizaciones de *fact-checking* buscan las mejores estrategias para combatir noticias falsas, mientras los gobiernos y las

plataformas debaten sobre la regulación de contenidos, reeditando la discusión sobre la libertad de expresión. Estos son problemas y formas de actuar políticamente que eran inimaginables hace cuatro décadas.