



PROCESO ELECTORAL DEL PODER JUDICIAL DE LA FEDERACIÓN 2024 - 2025

In-visibilizadas:

Análisis cuantitativo y cualitativo de la cobertura de los medios de comunicación convencionales y las redes sociales sobre la participación político-electoral de las mujeres en el Proceso Electoral Extraordinario del Poder Judicial de la Federación 2024-2025

Directorio

Lic. Sergio Uzeta Murcio
Encargado de Despacho de la Coordinación Nacional de Comunicación Social

C. Elia Soledad Baltazar González
Directora de Comunicación y Análisis Informativo

C. Juan Gerardo Reyes Villaseca
Director de Información

Líder de Proyecto en Información Cívica y Género
Mtra. Zaira Ivonne Medina Gómez
Coordinadora del Informe

Lic. Fernanda Amairani Sierra Negrete
Lic. Luis Fernando Mateo Chavero
Lic. Francisco Javier Ramírez Lira
Analistas especializados de información con perspectivas de género e interseccional

Contenido

Directorio.....	2
Acrónimos	4
Introducción	5
Metodología.....	7
Información básica de las publicaciones	8
1. Fuentes informativas.....	17
2. Menciones	27
3. Propuestas de mejora al PJF	33
4. Críticas	44
5. Violencia.....	52
Violencia Política	55
Violencia Política en Razón de Género.....	57
6. Temas.....	68
Sentimiento de las publicaciones.....	76
Conclusiones.....	81
Recomendaciones	84
Anexo 1 Metodología	87
Anexo 2 Obtención de la muestra.....	88
Anexo 3 Estados y países de donde provino la información	90
Anexo 4 Cargos de las personas de los medios de comunicación.....	91
Anexo 4 Bases de datos	92
Anexo 5. Índice de gráficas, tablas y mapas.....	93
Bibliografía.....	96

Acrónimos

CNCS: Coordinación Nacional de Comunicación Social

IA: Inteligencia Artificial

INE: Instituto Nacional Electoral

MC: Medios de comunicación convencionales

PEEPJF: Proceso Electoral Extraordinario del Poder Judicial de la Federación

SCJN: Suprema Corte de Justicia de la Nación

TDJ: Tribunal de Disciplina Judicial

TEPJF: Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación

VP: Violencia Política

VPMRG: Violencia Política contra las Mujeres en Razón de Género

Redes sociales: X, Facebook, Instagram y YouTube

RRSS: Redes sociales

Introducción

En México, la reforma constitucional de 2024 en materia de justicia federal estableció cambios importantes en la conformación de la estructura del Poder Judicial de la Federación (PJF), así como en la designación por voto popular de sus integrantes por medio de elecciones organizadas por el Instituto Nacional Electoral (INE), divididas en dos etapas.

La primera, realizada en junio de 2025, contempló la elección a nivel nacional de 16 cargos, correspondientes a 9 ministraturas de la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN), 2 magistraturas vacantes del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) y 5 puestos del Tribunal de Disciplina Judicial (TDJ).

A nivel regional, se elegirían las 15 magistraturas de las Salas Regionales del TEPJF en cada circunscripción electoral, así como la mitad de las magistraturas de Circuito y de las personas juzgadoras de Distrito, con 464 y 386 cargos, respectivamente. La segunda, contempla la elección en 2027 del resto de las magistraturas del TEPJF y de Circuito, así como de las personas juzgadoras de Distrito.

Sin duda, la reforma constitucional de 2019 “Paridad en todo”, que estableció la obligatoriedad de que la mitad de los cargos públicos sean ocupados por mujeres en todos los niveles y poderes del Estado (DOF, 2019), así como la de 2024 denominada “Igualdad sustantiva”, que obligó a que la paridad de género se aplicara en todos los nombramientos de la administración pública federal, estatal y municipal en la conformación de gabinetes, jugaron un papel importante en la búsqueda de una nueva conformación del PJF.

El Instituto Belisario Domínguez (IBD) señala que, en 2018, la participación de las mujeres en los órganos del Poder Judicial de la Federación era todavía reducida. En la SCJN, las ministras representaban apenas el 18.2% de sus integrantes; en la Sala Superior TEPJF y en el CJF su participación era de 28.6%, mientras que en los cargos de magistraturas y juzgados del Poder Judicial Federal su representación alcanzaba el 20.2% (IBD, 2024).

Aun cuando para 2023, el total del personal que integró el PJF se conformó de manera más igualitaria, con un 50.4% de hombres y 49.6% de mujeres, en el caso de las personas integrantes de los Plenos del PJF y los Poderes Judiciales Estatales (PJE) quedaba trabajo por hacer en materia de paridad (INEGI, 2024). Si bien para 2024 las presidencias del CJF, de la SCJN y del TEPJF estuvieron a cargo de mujeres, solo en el caso de los cargos del CJF las mujeres tuvieron una mayor presencia (57%) que los hombres (43%), ya que tanto en la SCJN (45%) como en el TEPJF (40%) hubo un mayor número de hombres en las ministraturas y magistraturas que conforman cada uno de estos órganos (IBD, 2024).

De esta forma, el 10 de febrero de 2025, mediante acuerdo [INE/CG63/2025](#), el Consejo General del INE estableció que, para dar cumplimiento al principio de paridad en la elección de los cargos nacionales del PJF, las boletas electorales contendrían una lista diferenciada de candidatas y candidatos que participarían en la elección judicial, con la intención de que la integración final de cada instancia cumpliera con este precepto, quedando presididas por cinco ministras y cuatro ministros para la SCJN, una magistrada y un magistrado del TEPJF y tres mujeres y dos hombres integrantes del TDJ (INE, 2025).

Si bien esta elección extraordinaria tuvo una serie de prohibiciones hacia las candidaturas que la diferenciaron de los comicios ordinarios¹, estas no imposibilitaron la promoción de su imagen o de sus posibles propuestas en los medios de comunicación convencionales y las redes sociales, durante los 60 días del periodo de campaña, siempre que esto se realizara sin erogaciones por parte de las candidaturas².

La exposición mediática y digital que tuvieron las personas que aspiraron a alguno de los cargos judiciales, por primera vez en contienda, las hizo sujetas a un escrutinio público, como en el caso de quienes han contendido por los cargos del Poder Ejecutivo. Incluso, la característica inédita de este proceso conllevó a que un sinnúmero de actoras y actores de distintas esferas -institucionales, medios de comunicación, asociaciones, etc.- realizaran estrategias para que la Ciudadanía entendiera cómo se llevaría a cabo esta elección y sobre todo pudiera conocer a las candidatas y candidatos postulados para cada instancia del PJF.

A pesar de los mecanismos implementados, al igual que los procesos electorales locales y federales, este proceso estuvo marcado por conductas que lesionaron la integridad y dignidad de las mujeres participantes, especialmente de quienes se destacaban por ser figuras mediáticas dentro del ámbito político.

Derivado de lo expuesto, la CNCS propuso desarrollar el presente estudio con el objetivo de *analizar con perspectiva de género la participación político-electoral de las mujeres que participaron en el PEEPJF 2024-2025, a través de la cobertura de los medios de comunicación y la conversación pública en redes sociales, a fin de identificar desde la existencia de brechas de género hasta la configuración de casos de violencia política y en razón de género que dificultaran su inserción en condiciones de igualdad y libres de violencia.*

Lo anterior bajo el supuesto de que las mujeres candidatas a ministras de la SCJN serían las más sujetas a actos de violencia política, predominando aquella en razón de género, al cuestionar su capacidad e independencia para ocupar un cargo dentro del PJF, derivado de la exposición mediática que tendrían durante dicho proceso electoral extraordinario.

¹ De acuerdo con la reforma al PJF 2024, dentro de los derechos que tendrán las candidaturas se encuentra el acceso a tiempos de radio y televisión, así como la participación en debates; en tanto que dentro de las prohibiciones están no poder adquirir tiempos en radio, televisión ni en ningún otro medio de comunicación ya sea de manera directa o a través de terceros; los partidos políticos no pueden efectuar proselitismo en favor de las candidaturas; no se permitirá la realización de precampañas; ni otorgar financiamiento público para las candidaturas (DOF, 2024).

² De acuerdo con el artículo 520 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales “las personas candidatas podrán participar durante el periodo de campañas en entrevistas de carácter noticioso y foros de debate organizados y brindados gratuitamente por el sector público, privado o social en condiciones de equidad, observando al efecto las directrices y acuerdos que al efecto emita el Consejo General del Instituto en observancia a lo dispuesto en esta Ley” (DOF, 2024).

Metodología

De acuerdo con la metodología utilizada para la elaboración de este informe (**Anexo 1**), el presente estudio se basa en la recopilación y análisis de publicaciones en medios de comunicación convencionales y en redes sociales (X, Facebook, Instagram y YouTube)³, sobre la participación político-electoral de mujeres que compitieron por alguno de los 16 cargos que se disputaron dentro de las instancias nacionales -SCJN, TEPJF y TDJ- en el PEEPJF 2024-2025.

La recopilación de la información proveniente de los medios de comunicación convencionales se realizó a través del portal Eficiencia Informativa (*Efinfo*), mientras que para la de redes sociales se utilizó la plataforma *BrandWhatch*, con base en palabras clave para ubicar únicamente información relacionada con el proceso electoral en cuestión.

El periodo de recopilación de las publicaciones tanto de medios convencionales como de las redes sociales se realizó del 30 de marzo al 1 de junio de 2025, fecha que comprende el inicio de campañas hasta la realización de la jornada electoral. Se analizó el flujo de información sobre las tres instancias del PJJF en estudio, identificando a las personas candidatas que sobresalieron dentro de la cobertura mediática y la conversación pública en redes sociales.

El análisis cuantitativo y cualitativo de los géneros periodísticos de los medios de comunicación comprendió notas informativas, entrevistas, reportajes, columnas y artículos de opinión publicados en medios convencionales -impresos, portales de internet, radio y televisión-. En el caso de las redes sociales se consideraron las publicaciones de distintos tipos de cuentas identificadas como informativas, generadoras de contenido, institucionales y *bots*. Incluyéndose además los asistentes de Inteligencia Artificial (IA) operados por las redes sociales.

Para facilitar el análisis de la información recopilada, se obtuvo una muestra representativa de las publicaciones identificadas, con el propósito de generalizar los resultados del estudio. Para los medios de comunicación convencionales y para las redes sociales, se calculó una muestra representativa estratificada a partir de las publicaciones provenientes de cada tipo de medio y de las distintas categorías de cuentas en redes sociales, con el fin de garantizar la representación proporcional de la información analizada en cada una de ellas. (**Anexo 2**).

Esto no solo garantizó la generalización de los resultados obtenidos, sino que también permitió el análisis categórico de la información básica de las publicaciones, las fuentes, menciones, ofertas políticas, críticas, violencia y temas identificados dentro de la cobertura mediática y la conversación pública que se derivó del PEEPJF 2024-2025. En este sentido, se debe mencionar que se duplicaron aquellos registros en los que se identificó más de un elemento de análisis dentro de cada una de las categorías consideradas en esta metodología.

³ Si bien la metodología que se aprobó en la 1ra. Sesión Ordinaria 2025 de la CIGyND, en la que se basó el documento, solo contemplaba retomar información de la red social X, ésta se amplió al resto de las redes sociales, toda vez que para 2026 se amplió el alcance de la herramienta institucional que se utiliza para el monitoreo de las publicaciones de las redes sociales.

Información básica de las publicaciones

La cobertura fue hacia el proceso, no hacia las candidaturas

Para el presente informe se realizó una recopilación de información proveniente de medios de comunicación convencionales, a partir de la cual se identificaron 9,187 publicaciones. Con base en este universo, se construyó una muestra representativa estratificada de 367 publicaciones originales para su análisis.

Por otra parte, aunque históricamente los medios de comunicación han sido una de las principales fuentes de información en materia político-electoral para la ciudadanía, los medios digitales han adquirido relevancia como referentes informativos.

Al respecto, en su informe *Noticias Digitales 2025*, el Reuters Institute señala que para ese año el 80% de la población utiliza exclusivamente medios digitales para informarse, lo que ha desplazado a la televisión (39%) y a los medios impresos (17%) como fuentes de información (Newman, Nlc; Arguedas, Ross, Amy; Robertson, T., Craig; Nielsen, Kleis, Rasmus; Fletcher, Richard, 2025).

Por otra parte, los contenidos que se generan no siempre presentan una distribución homogénea en el territorio. Como se observa en el *Mapa 1*, para este estudio la mayor parte de la información provino de la Ciudad de México (53.1%), en contraste los demás estados presentaron un bajo índice de participación -Veracruz (5.8%), Estado de México (5.2%), Chihuahua (3.9%), Coahuila (3.9%) y Quintana Roo (3.2%)-. Es de destacar que solo dos publicaciones provinieron de Argentina⁴. Esta concentración de los medios de comunicación en un mismo estado provoca la pérdida de información proveniente de otras entidades, lo que introduce sesgos en el análisis y limita la posibilidad de construir una visión más amplia, diversa y profunda de las variables estudiadas.

En el caso de las redes sociales, se recopilaron 20,339 publicaciones. Para su análisis, y en concordancia con la metodología aplicada a los medios de comunicación convencionales, se construyó una muestra estratificada de 1,009 publicaciones originales; en la cual se identificó que la mayor proporción de contenidos se originó en México (20.6%), seguida de Estados Unidos (0.6%) y Argentina (0.1%).

En lo que respecta al país, solo dos estados fueron representativos: Puebla (0.1%) y Veracruz (0.1%). Sin embargo, es importante mencionar que en 64% de las publicaciones no se pudo identificar su procedencia, lo cual indica que en las redes sociales cada vez más el anonimato y tener un perfil sin verificar para emitir una opinión y no tener réplica son prácticas comunes.

Partiendo de lo anterior, se puede afirmar que los medios de comunicación desempeñan un papel crucial en las democracias, por lo que es necesario que, al informar, lo hagan desde un enfoque de libertad de expresión y sin sesgos, ya que cuentan con la capacidad de incidir en la construcción y apropiación de ideas y posturas en el espacio público.

⁴ La desagregación del total de los estados de donde provino la información se encuentra en el [Anexo 3](#).

Mapa 1 Entidades de donde provino la cobertura mediática



Elaboración CNCS, diciembre 2025

De acuerdo con Ricardo R. Gómez Vilchis, “los ciudadanos frecuentemente voltean y miran a los medios de comunicación en la búsqueda de orientación, bien sea a través de obtener información en la sección de noticias, o bien directamente de la editorial de dicho diario” (Vilchis, 2017), es decir, cuando en la sociedad existen fenómenos de interés común o de alta relevancia, las personas tienden a acercarse a los medios de comunicación para entender lo que está sucediendo, ya sea por medio de los contenidos informativos que se presentan, las noticias que circulan y los espacios de debate que se abren para estos fenómenos.

Un punto crucial para comprender la cobertura mediática de eventos como los procesos electorales, es reconocer que los medios de comunicación tienen la capacidad de construir y presentar los hechos desde determinadas perspectivas, tanto en la forma en que se aborda el tema como en la manera en que se representa a las personas que participan en él. En este sentido, los medios no solo informan, sino que entregan a la ciudadanía una interpretación y valoración de los acontecimientos que influye en el imaginario de las personas para generar una percepción determinada hacia los temas y las personas partícipes en ellos. Por eso es relevante que los medios de comunicación opten por alejarse de contenidos y prácticas que refuercen o fomenten la desigualdad y los sesgos de género entre hombres y mujeres.

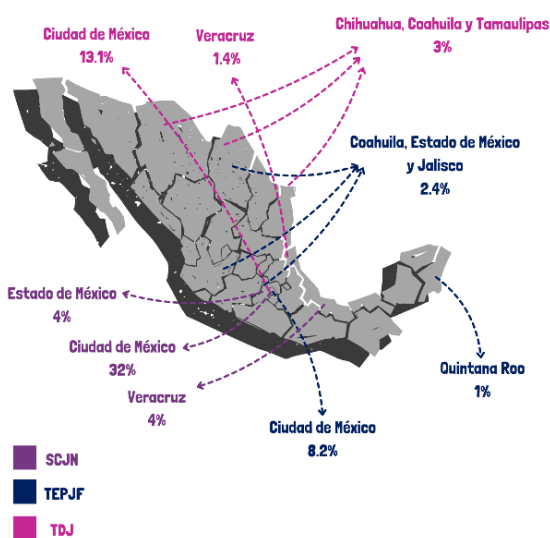
Con relación a la cobertura informativa otorgada a cada instancia por entidad federativa, en los medios de comunicación convencionales se observa que la mayor concentración de información para las tres instancias se ubicó en la Ciudad de México: 32% para la SCJN, 8.2% para el TEPJF y 13.1% para el TDJ (*Mapa 2*). Lo anterior evidencia la relevancia de este territorio en la configuración del flujo informativo, así como en la cobertura mediática que se le otorga a dichas instancias.

En el caso de las redes sociales el panorama fue similar, como se observa en el *Mapa 3* la mayor concentración de información para las tres instancias también se dio en la Ciudad de México: 18% para la SCJN, 1.4% para el TEPJF y 0.7% para el TDJ.

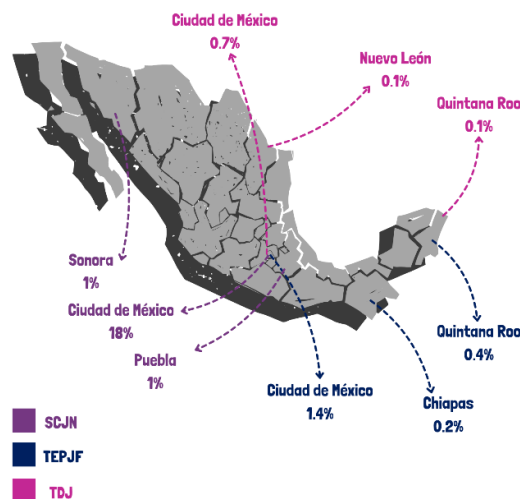
Estos datos reflejan que el origen de la información sigue marcando la tendencia de la cobertura mediática, que implica que el flujo se concentre en ciertos lugares, lo que impacta en cómo las personas se informan y entienden el sentido de los temas político-electorales; ya que no es lo mismo contar con gran variedad de medios e información en un mismo punto que ampliar las fuentes de información y acceder a diferentes puntos de vista sobre un mismo acontecimiento.

La cobertura mediática se encuentra estrechamente vinculada a una agenda que marcan los medios, donde le dan una jerarquía a los temas y personas que se presentan, lo que repercute en la ciudadanía al momento de interpretar estos hechos.

Mapa 2 Instancia nacional del PJF en la que se enfocó la cobertura informativa por entidad en MC



Mapa 3 Instancia nacional del PJF en la que enfocó la cobertura informativa por entidad en RRSS



Elaboración, CNCS, diciembre 2025

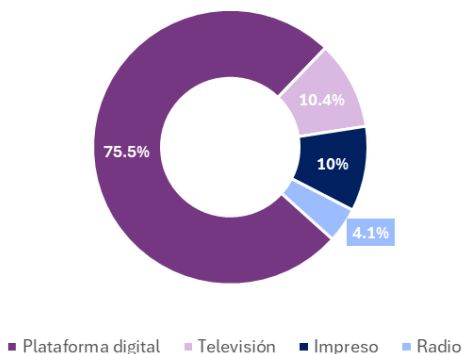
Dado que la información es el punto clave en los procesos electorales se debe entender, como dice Ricardo R. Gómez Vilchis: “la importancia del conocimiento y el entendimiento de la opinión pública en los asuntos políticos. Ambos fortalecen la calidad de las decisiones del votante; reducen la posibilidad de la manipulación (...) y contribuyen a una mejor representación” (Vilchis, 2017).

Prosiguiendo con el análisis, fue posible identificar el tipo de medio que predominó en la cobertura, lo cual es importante conocer ya que afecta directamente en la amplitud y capacidad de difusión de la información. Por ejemplo, en el caso de los medios convencionales, como lo muestra la *Gráfica 1*, las plataformas digitales representaron la mayor proporción (75.5%) seguidas de la televisión (10.4%), impresos (10%) y radio (4.1%).

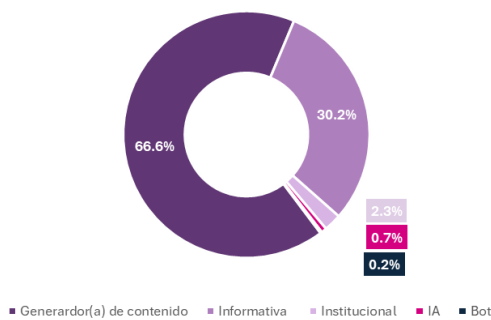
Como se observa, la concentración de la información se registró principalmente en plataformas digitales, lo que indica que los temas político-electorales se están trasladando a estos entornos, generando una mayor exposición que puede contribuir a la polarización de los contenidos. Por otra parte, se observa que la televisión continúa siendo una fuente de información confiable para amplios sectores de la ciudadanía, particularmente cuando se trata de informarse sobre determinados temas, debido a que históricamente ha mantenido presencia en distintos sectores de la población y conserva un peso simbólico relevante.

En el caso de las redes sociales, al identificar los tipos de cuentas que predominaron en la conversación pública, las cuentas generadoras de contenido tuvieron mayor participación con un 66.6% del total de la conversación analizada, mientras que las cuentas informativas retomaron la conversación en 30.2% de las publicaciones (*Gráfica 2*). Es de destacar que, aunque en menor medida (0.7%), la IA comienza a hacerse presente en los contenidos de redes sociales sobre los procesos electorales.

Gráfica 1 Tipo de cuentas que predominaron en la cobertura informativa en MC



Gráfica 2 Tipo de medios que predominaron en la cobertura informativa en RRSS

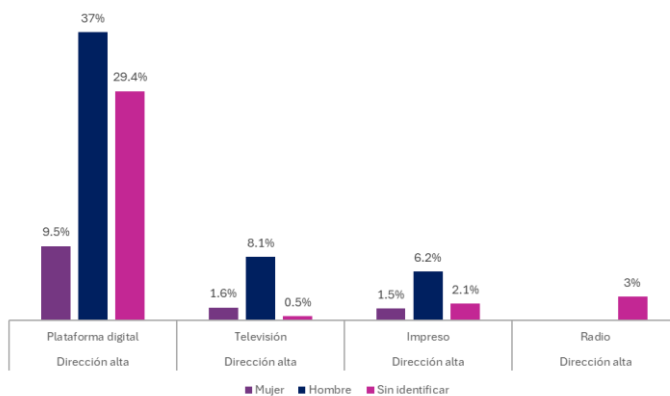


Elaboración CNCS, diciembre 2025

En los medios de comunicación convencionales el nivel de poder que tienen sus representantes de acuerdo con su género influye en el tipo de información que se presenta, la forma en que se difunde y la priorización de personas a quienes se les da voz; además muestra el tipo de enfoque de inclusión o desigualdad con el que se realizan las coberturas informativas.

Al analizar el género de las personas que ocupan cargos directivos de mayor jerarquía en los medios de comunicación que realizaron la cobertura de este proceso electoral, se observa una marcada desigualdad en estos espacios de toma de decisiones. Por ejemplo, en el caso de las plataformas digitales, destaca que, si bien predomina el nivel de alta dirección en la titularidad de los medios, estas estructuras se encuentran altamente masculinizadas, lo cual resulta relevante considerando que en ellas se concentra la mayor producción y difusión de información hacia la ciudadanía (*Gráfica 3*).

Gráfica 3 Personal directivo de los MC que dieron cobertura al PEEPJF 2024-2025



Elaboración, CNCS, diciembre 2025

En lo que respecta a la televisión, el panorama es similar, ya que los cargos de alta dirección son mayoritariamente ocupados por hombres (8.1%), en comparación con aquellos encabezados por mujeres (1.6%). Una tendencia similar se observa en los medios impresos, donde los hombres predominan en los cargos de alta dirección con un 6.2%, frente al 1.5% ocupado por mujeres.

En cierto sentido esto puede sugerir que los medios de comunicación legitiman patrones masculinos donde el liderazgo se les otorga a los hombres, limitando con ello la participación de las mujeres para acceder a la toma de decisiones. Esto puede influir en cómo y qué se presenta en las agendas informativas, el enfoque que se le da a los hechos y qué voces son las autorizadas para tener validez al hablar, lo que incide en la representación de mujeres en los espacios públicos y, por ende, en los procesos electorales.

Al observar que los hombres dominan estos espacios en los medios de comunicación se confirma lo que plantea Guillermo Orozco con respecto a que “las audiencias [y los productos y dueños de los medios], son sujetos culturales capaces de significar su producción material y simbólica, pero también de reproducir sin cuestionar las significaciones ofrecidas en los medios (Orozco, 1997)”. Esto posibilita la influencia entre las personas que reciben los contenidos de los medios y puede impulsar ciertos modelos hegemónicos con los que son construidas las figuras masculinas.

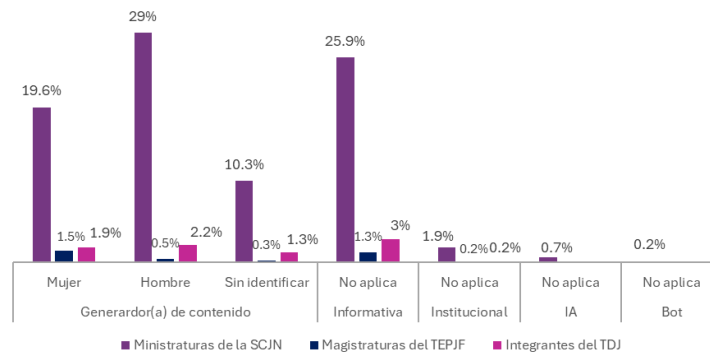
Que los medios de comunicación se encuentren dominados por hombres en los espacios de alta dirección resulta relevante, dado que estos no solo producen contenido, sino que también configuran y reproducen significados que inciden en la forma en que se presenta la participación de las mujeres en los procesos electorales.

En consecuencia, si los altos mandos en distintos espacios son encabezados por hombres, comienza a incrustarse la idea de que es algo natural que ellos sean los que lideren, los capaces, los que marcan la pauta de qué hablar y cómo hablarlo, así como definir cuáles voces son las adecuadas para opinar o aparecer en los medios.

Por su parte, la *Gráfica 4* muestra que la conversación en redes sociales se dirigió prioritariamente hacia las ministraturas de la SCJN, representando el 87.6% del total de las publicaciones analizadas, lo que refleja una mayor concentración de atención mediática en este órgano judicial. Se destaca que las cuentas generadoras de contenido, además de centrar la conversación hacia las ministraturas de la SCJN, marcaron la hegemonía de voces masculinas en la producción y amplificación de los contenidos en redes sociales. En segundo lugar, se ubican las cuentas informativas dentro de la conversación, lo que indica que en este proceso electoral el carácter informativo fue significativo.

El que las cuentas generadoras de contenido que orientaron la conversación sobre las tres instancias fueran manejadas por hombres (31.7%), superando a aquellas administradas por mujeres (23%), indica un fenómeno semejante a los medios de comunicación, donde los hombres siguen dominando espacios para la emisión de opiniones en contraste con las mujeres que, aunque presentes, siguen estando relegadas en la construcción y discusión de los temas públicos.

Gráfica 4 Tipo de cuenta de RRSS que aludió a los cargos en disputa

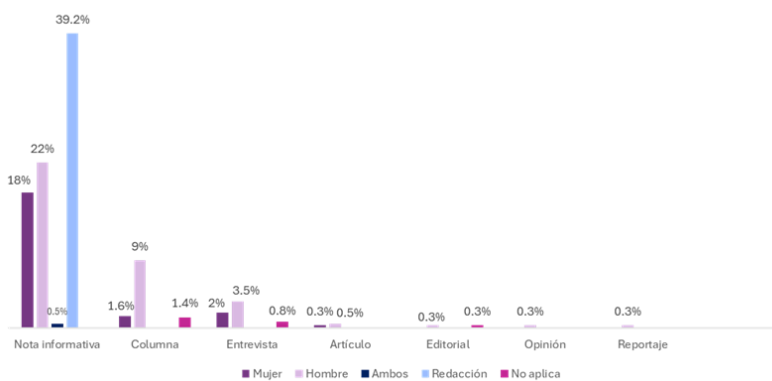


Elaboración CNCS, diciembre 2025

Al hablar del género periodístico y del género de la persona que realizó la publicación en los medios de comunicación convencionales (Gráfica 5), se observa que la nota informativa fue la que predominó en los contenidos mediáticos y aunque a través de ésta se puede pensar que existe una neutralidad al hablar de los temas, eso puede ser falso ya que no se desarrolla en un contexto de igualdad o libre de sesgos de género dentro de las estructuras jerárquicas de los medios de comunicación.

En esta misma línea, se observa que la presencia de hombres fue mayor en todos los géneros periodísticos (35.9%), en contraste con lo que lo fueron las mujeres (21.9%). Esto evidencia que los géneros y contenidos sobre los procesos electorales tienden a construirse desde una perspectiva masculina, particularmente en aquellos orientados a la emisión de opiniones o a la interpretación de los fenómenos. Por ejemplo, las columnas, donde la brecha entre hombres (9%) y mujeres (1.6%) es más marcada, lo mismo para las entrevistas, en las que los hombres tienen el 3.5% de la autoría frente al 2% de las mujeres. Lo anterior resulta significativo, ya que refleja que los espacios con autoridad discursiva y capacidad de influencia se encuentran predominantemente dominados por una perspectiva masculina.

Gráfica 5 Género periodístico de las publicaciones en MC por género de las personas que las realizaron



Elaboración CNCS, diciembre 2025

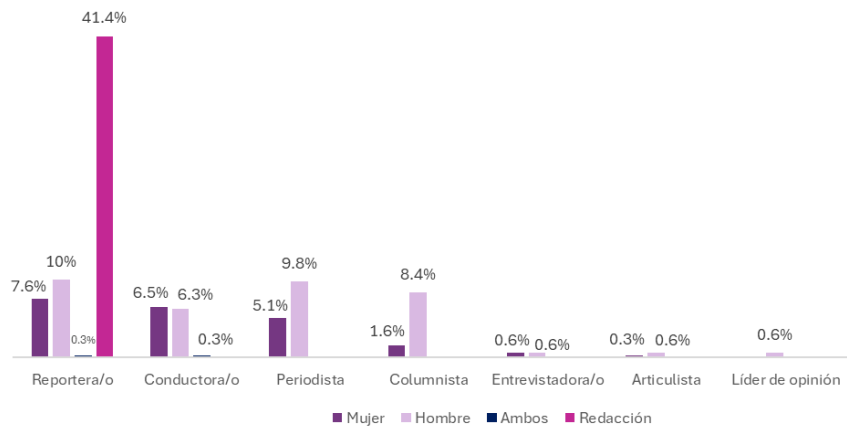
Al analizar el rol y género de las personas responsables de la cobertura informativa en los medios de comunicación convencionales, como se muestra en la *Gráfica 6*, los hombres dominaron en la mayoría de los roles (36.3%) en comparación con las mujeres (21.7%). En este sentido, destaca que los hombres periodistas (9.8%) y columnistas (8.4%) destacan en roles con mayor visibilidad y grado de autoridad en comparación con las mujeres periodistas (5.1%) y columnistas (1.6%). Llama particular atención que en un rol que puede resultar estratégico para formar el imaginario en la sociedad, como lo son los líderes de opinión, solo los hombres figuran (0.6%).

Aunque las mujeres participan en la producción de contenido noticioso, su participación disminuye en los géneros periodísticos de mayor influencia y alta autoridad (columnistas o periodistas) lo que repercute no solo en la consolidación de la agenda mediática, sino también en la legitimación de sus voces para ocupar espacios en la construcción de narrativas.

Este punto contrasta con lo que menciona Oneida Chirino sobre que “para nadie es desconocida la importancia que tienen los medios de comunicación social en el mundo, no sólo por su aspecto instrumental a la hora de la recreación y de la información, sino por la credibilidad y legitimidad que para muchas personas tienen la mayoría de sus mensajes de modo que los aceptan como verdaderos y formadores, es decir, que los toman como sinónimo de la verdad, y a partir de ellos, buena parte de la población elabora sus juicios y opiniones sin realizar un análisis profundo de sus contenidos” (Chirino, 2020).

Los datos analizados muestran que **los hombres continúan dominando la autoría, la dirección, la creación y la gestión de los contenidos noticiosos presentados a la sociedad**, lo que incide en la forma en que se interpreta la realidad, así como en la selección y jerarquización de los temas dentro de la cobertura mediática.

Gráfica 6 Personas de los MC responsables de la cobertura informativa por género y rol



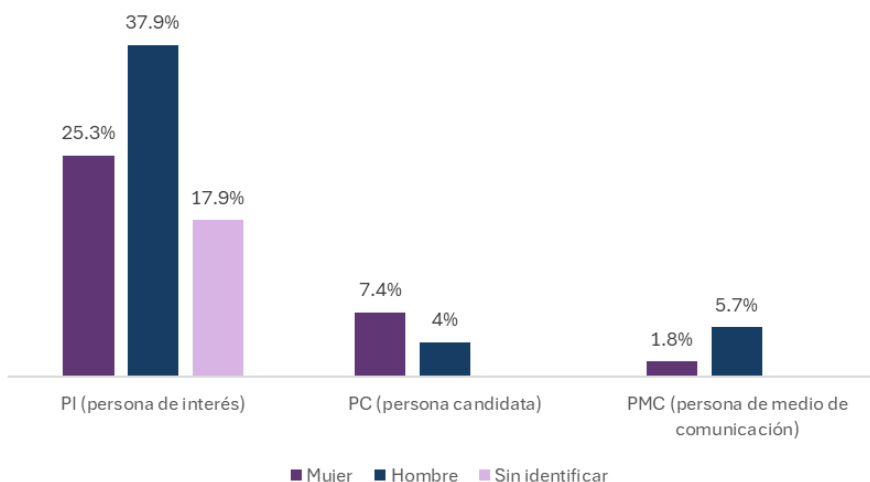
Elaboración CNCS, diciembre 2025

En redes sociales los roles que destacaron en las cuentas generadoras de contenido que participaron en la conversación pública sobre este proceso electoral, pertenecieron a personas de interés (81.1%), quienes monopolizaron la conversación (*Gráfica 7*). En este sentido, se aprecia una asimetría al observar el género que predominó en los roles, por ejemplo, como **personas de interés, los hombres (37.9%) tuvieron una mayor presencia en la conversación que las mujeres (25.3%)**.

En contraste, en el rol de persona candidata, aunque las mujeres hicieron mayor uso de sus redes sociales para darse a conocer (7.4%) respecto a los hombres (4%), esto no necesariamente resulta favorable, dado que, en un contexto político-electoral, enfrentan limitaciones de acceso a otros tipos de medios, lo que las orilla a recurrir a estos espacios para posicionarse, difundir sus plataformas electorales y expresar sus opiniones.

Esto concuerda con la perspectiva propuesta por Nancy Fraser, quien menciona que existe una injusticia de reconocimiento en la esfera pública que parte de un patrón estructural en el cual ciertos grupos sociales -como las mujeres- son sistemáticamente desvalorizados o relegados a un estatus menor (Fraser, 1990). Lo que demuestra que los hombres dominan los espacios mediáticos tanto en producción de contenidos como en divulgación de estos, lo cual les da una autoridad simbólica y comunicativa en el espacio público.

Gráfica 7 Tipo de cuentas de RRSS que participaron en la conversación pública



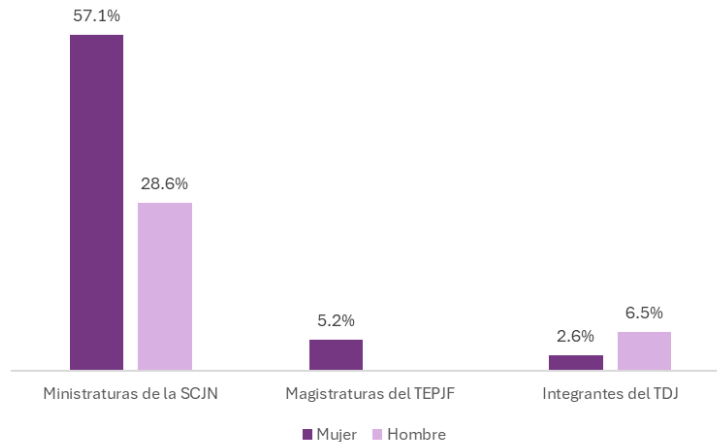
Elaboración CNCS, diciembre 2025

Con respecto a la participación en la conversación pública en redes sociales de las personas candidatas que compitieron por un lugar dentro de alguna de las tres instancias nacionales del PJF, la *Gráfica 8* muestra que en general las mujeres dominaron la conversación (64.9%), lo que puede deberse a que las mujeres candidatas de la SCJN tuvieron una participación más activa en estas plataformas.

En contraste, la conversación sobre la contienda por las magistraturas del TEPJF estuvo dirigida por las mujeres (5.2%) aunque con un porcentaje bajo, lo que puede deberse a que el foco mediático no se inclinó hacia esta institución y su referencia en la agenda no tuvo gran peso. Por otra parte, en el caso de las personas aspirantes al TDJ se muestra un patrón distinto, ya que los candidatos (6.5%) estuvieron más activos que las candidatas (2.6%).

En general, se observa que la visibilidad y participación de las personas candidatas estuvieron ligadas al cargo al que aspiraban, lo cual influyó en la atención pública que recibieron en redes sociales. Asimismo, se observó una jerarquización basada en su reconocimiento público, lo que genera una contienda desigual para quienes no contaban con una imagen pública destacada.

Gráfica 8 Candidaturas que participaron en la conversación pública en RRSS por género e instancia del PJF



Elaboración CNCS, diciembre 2025

Los datos expuestos en este apartado evidencian que la visibilidad mediática de las personas candidatas en los medios de comunicación no se distribuyó de manera equitativa e igualitaria. Aunque, en apariencia la cobertura puede presentarse como neutral, esta supuesta neutralidad no favorece a las mujeres, ya que opera sobre contextos estructurales desiguales. En lugar de contribuir a cerrar las brechas existentes, esto termina por reproducir y profundizar las desigualdades de género, normalizando la presencia predominante de hombres en altos puestos de poder y toma de decisiones.

Los medios de comunicación al privilegiar sistemáticamente a los hombres refuerzan jerarquías de género que colocan lo masculino como referente legítimo de liderazgo, mientras que las mujeres continúan enfrentando obstáculos adicionales para posicionar sus perfiles, propuestas y trayectorias. De esta forma, las dinámicas estructurales que favorecen lo masculino siguen vigentes.

1. Fuentes informativas

La visibilidad de las mujeres como requisito electoral más que como reconocimiento sustantivo

La presencia de mujeres en los medios de comunicación en calidad de especialistas, expertas o voces autorizadas en temas específicos como elemento clave para sustentar y legitimar la información difundida ha sido históricamente limitada. Esta exclusión no es fortuita, sino que responde a estructuras de desigualdad que han negado su reconocimiento en igualdad con respecto a los hombres en términos de capacidades, conocimientos y autoridad simbólica, reproduciendo así jerarquías de género en el espacio mediático.

En este contexto, diversos instrumentos internacionales como la Convención de Belém do Pará (1994) y la Plataforma de Acción de Beijing (1995) establecen obligaciones para los Estados parte, orientadas a eliminar las barreras estructurales que perpetúan la desigualdad entre mujeres y hombres en los medios de comunicación. Estos mandatos promueven la incorporación de una perspectiva de género en los contenidos mediáticos, con el objetivo de garantizar la representación de las mujeres en condiciones de igualdad, libres de discriminación, estereotipos y prácticas que refuercen su subordinación.

La presencia de mujeres como fuentes de información en los procesos electorales se explica, en buena medida, por la configuración de las estructuras internas de los medios de comunicación y el momento histórico en el que dichos procesos se lleven a cabo. En particular, las decisiones editoriales suelen estar determinadas por personas que ocupan puestos de alta dirección y que responden a intereses internos y externos que, con frecuencia, no favorecen la visibilización de las mujeres. La ausencia de una perspectiva de género en la cobertura de los hechos noticiosos durante los procesos electorales propicia que la inclusión de mujeres como fuentes informativas no se dé por el reconocimiento de su condición de mujeres ni por la relevancia histórica de su participación en una contienda de alcance nacional, sino exclusivamente por el cargo al que aspiran.

Esta lógica mediática, que prioriza el puesto en disputa por encima de las personas que compiten por él, contribuye a reproducir barreras simbólicas y estructurales; que lejos de cuestionarlas, las refuerza al mostrar la presencia de las mujeres como un requisito formal o circunstancial, y no como una necesidad sustantiva para avanzar en la eliminación de la discriminación histórica y en la construcción de una representación mediática verdaderamente igualitaria.

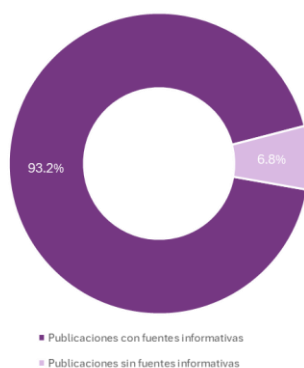
La ausencia de una perspectiva de género en la cobertura informativa de los procesos electorales contribuye a la reproducción de privilegios machistas anclados en una visión histórica y estructural del patriarcado. La adopción de un enfoque de igualdad en las personas que integran los medios de comunicación independientemente del cargo jerárquico que se ocupe, resulta fundamental para garantizar una representación equilibrada de mujeres y hombres, tanto en la selección de fuentes como en el tratamiento informativo de las candidaturas.

En el marco del PEEPJF, la cobertura mediática de las mujeres que contendieron por cargos en las instancias a nivel nacional -SCJN, TDJ y TEPJF- estuvo atravesada por desigualdades estructurales persistentes. Estas se manifestaron en una cobertura informativa no igualitaria, no solo en comparación con sus pares hombres, sino también entre las propias mujeres candidatas, privilegiando a aquellas con mayor visibilidad mediática o cuya participación generaba hechos noticiosos con mayor potencial de atención pública. Este

tratamiento diferenciado evidencia la persistencia de criterios editoriales que reproducen sesgos de género y limitan el reconocimiento pleno de la participación política de las mujeres.

En este proceso electoral, las personas responsables de la cobertura de los hechos informativos recurrieron a un amplio número de fuentes para respaldar la información y los acontecimientos reportados. A partir de los 367 registros originales que integraron la muestra, en 342 se detectaron fuentes informativas, lo que representó el 93.2% del total de las publicaciones analizadas (*Gráfica 9*). Asimismo, debido a la estructura de las notas informativas, en diversas publicaciones se recurrió a más de una persona o institución como fuente, lo que dio como resultado la identificación de 475 fuentes informativas.

Gráfica 9 Publicaciones de MC con fuentes informativas



Elaboración CNCS, diciembre 2025

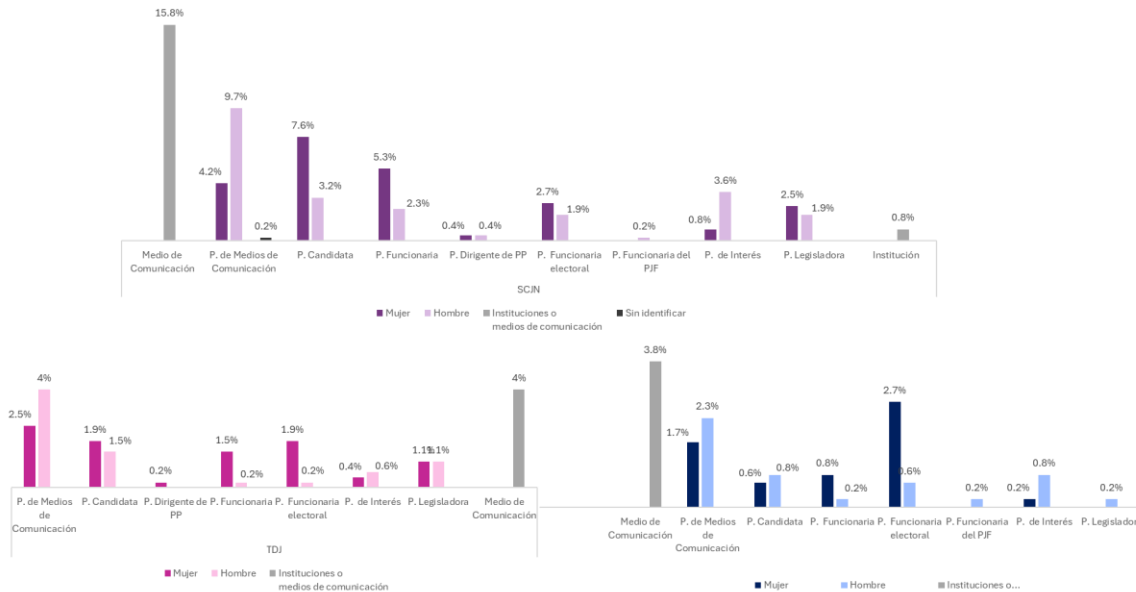
Al analizar las fuentes informativas a las que se recurrieron durante la cobertura dependiendo de la instancia en elección, **la Gráfica 10 muestra que el mayor volumen de opiniones o posicionamientos ya sea sobre el proceso electoral o sobre las candidaturas en competencia, se concentró en la elección de la SCJN, con el 63.5%, seguidas de las referentes a la elección del TDJ (21.1%) y las del TEPJF (15.4%).**

Al desagregar a las personas fuente por género y rol dentro de las distintas instancias, la misma gráfica evidencia que en las tres instancias elegidas **los medios de comunicación, a través de publicaciones firmadas por la redacción, fueron quienes emitieron la mayor cantidad de información relacionada con el proceso electoral.** En el caso de la SCJN, el 15.8% de las publicaciones se enfocó en informar sobre el desarrollo de la elección o sobre el número de candidaturas en competencia. Aunque en menor proporción, esta tendencia también se observó en las otras dos instancias en disputa: TDJ (4%) y TEPJF (3.8%).

Estos resultados indican que la cobertura mediática del PEEPJF estuvo orientada, principalmente, a informar a la ciudadanía sobre el desarrollo de esta nueva elección, las modalidades de votación y el número de candidaturas en contienda. No obstante, la cobertura no se limitó a las publicaciones institucionales de la redacción: también participaron personas integrantes de los medios de comunicación en su calidad de reporteras, columnistas, editorialistas y líderes de opinión. **A pesar de ello, las cifras revelan una brecha significativa de género entre quienes produjeron y emitieron información u opiniones sobre este proceso electoral.**

En el caso de la cobertura sobre la contienda de la SCJN, los hombres pertenecientes a los medios de comunicación concentraron una mayor proporción de la cobertura informativa y de opinión, con el 9.7%, mientras que en el TDJ y el TEPJF representaron el 4% y 2.3%, respectivamente. En contraste, la participación de mujeres de los medios de comunicación fue considerablemente menor: 4.2% en la SCJN, 2.5% en el TDJ y 1.7% en el TEPJF.

Gráfica 10 Rot y género de las fuentes informativas por instancia del PJF



Elaboración CNCS, diciembre 2025

Al analizar la participación de las personas candidatas como fuentes informativas en las tres instancias en disputa, en la misma gráfica se observa que las mujeres que contendieron por una ministratura de la SCJN tuvieron mayor presencia, al concentrar el 7.6% de las publicaciones, mientras que los hombres candidatos a la misma instancia representaron el 3.2%. En la contienda del TDJ la diferencia entre candidaturas fue mínima: las mujeres representaron el 1.9% y los hombres el 1.5%. En el caso del TEPJF, la visibilidad se inclinó hacia los hombres, quienes se citaron en el 0.8% de las publicaciones, frente al 0.6% correspondiente a las mujeres.

Si bien estos datos podrían sugerir, en términos generales, una mayor presencia de mujeres candidatas como fuentes informativas, lo cierto es que dicha participación no fue proporcional a su relevancia dentro del proceso electoral ni se tradujo en una cobertura que reconociera su papel político. La visibilidad otorgada resultó limitada y, en muchos casos, meramente circunstancial.

Esta situación se evidencia al comparar el peso que representaron los **medios de comunicación como fuentes informativas al concentrar el 23.6% de las publicaciones frente al de las mujeres candidatas cuya participación conjunta alcanzó únicamente el 10.1% en las tres instancias**. La diferencia es significativa y muestra que, dentro del PEEPJF, la atención mediática privilegió información que brindara datos sobre el desarrollo formal del proceso electoral por encima de las opiniones o posicionamientos de personas candidatas que participaron en la contienda.

En este contexto, la cobertura mediática careció de un enfoque de género que permitiera visibilizar la relevancia de la participación de las mujeres y el impacto que representó que más mujeres accedan a cargos de alta responsabilidad dentro del PJF. **La selección de fuentes informativas, particularmente en el caso de las mujeres, respondió principalmente al carácter histórico del proceso y no a la importancia que tiene, en términos de paridad de género, la transición de su representación dentro de los Plenos de este poder.**

Lo anterior confirma que, en la cobertura informativa del PEEPJF y de acuerdo con Prieto Sánchez, retomando a Gallego (2003), **la perspectiva de género no se encuentra normalizada como parte del “valor noticia” sino que permanece marginal, invisibilizada o supeditada a que las propias fuentes la incorporen en sus declaraciones o en los mensajes que buscan posicionar** (Prieto Sánchez, 2018).

El protagonismo de los medios de comunicación en la construcción informativa de este proceso electoral colocó en desventaja a las candidaturas, particularmente a las mujeres. **Aunque en dos de las tres instancias las mujeres destacaron numéricamente como fuentes informativas**, ello no implicó que se les otorgara voz desde una lógica de reconocimiento a su condición política ni a su experiencia como mujeres en el ámbito judicial. Por el contrario, **su presencia estuvo asociada casi exclusivamente al cargo en disputa, lo que limitó sus posibilidades de posicionar propuestas sustantivas para la mejora del PJF, visibilizar temas relevantes de sus campañas, o incluso denunciar y hacer públicos hechos de violencia ejercida en su contra o contra otras personas candidatas.**

Por otra parte, las personas que fungieron como fuentes informativas abordaron diversos temas en el marco de este proceso electoral que buscaron posicionar de acuerdo con sus intereses particulares o con la naturaleza del hecho referido. En este contexto, las fuentes con interés directo en el PEEPJF posicionaron distintos tópicos en función de la instancia a la que hicieron referencia⁵.

Al analizar los temas abordados por las fuentes informativas en las tres instancias, **se observa que el tópico más recurrente fue el relacionado con la elección en general, el cual se ubicó en el 38.6% de las publicaciones (Gráfica 11)**. Este tema incluyó referencias a la importancia de la elección, los cargos en disputa y la relevancia del proceso electoral en su conjunto.

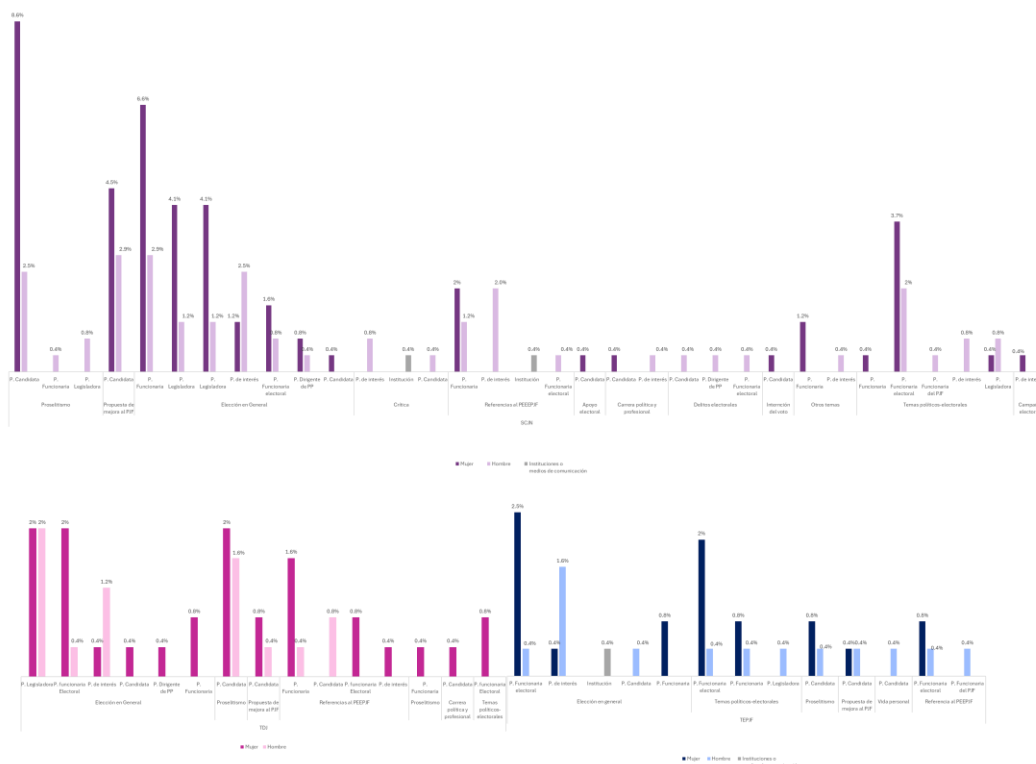
De manera específica, en la elección de la SCJN este tópico representó el 22.5% de las menciones y fue posicionado principalmente por mujeres funcionarias (6.6%), en mayor medida que por hombres de diversas profesiones interesados en el proceso electoral (2.5%). En el caso del TDJ, este tema alcanzó el 9.6%, donde nuevamente las funcionarias electorales fueron quienes lo posicionaron en mayor proporción (2%), seguidas por hombres de distintas profesiones interesados en el proceso electoral (1.2%).

⁵ El análisis de los tópicos tratados por cada persona fuente informativa se realizó con base en la importancia que representa en la participación de las mujeres. Si bien, en una nota informativa se tiene un tópico general, muchas veces este no responde a evidenciar la participación política de las mujeres en contienda, por lo que para este análisis se tomó el tema secundario que permitiera visibilizar la relevancia que tuvieron las mujeres durante el PEEPJF.

Finalmente, en la elección del TEPJF, este mismo tópico representó el 6.5% de las menciones; las principales voces que lo impulsaron fueron las mujeres funcionarias electorales (2.5%), seguidas por hombres con diversas profesiones y con interés en el proceso electoral (1.6%).

Estos resultados evidencian que, en las tres instancias, las mujeres funcionarias desempeñaron un papel central en la explicación y contextualización del proceso electoral. No obstante, esta participación se concentró en un discurso informativo de carácter general, lo que limitó la incorporación de una narrativa con perspectiva de género por parte de las fuentes informativas que no priorizó la relevancia de la participación de las mujeres en la conformación del PJF.

Gráfica 11 Tópicos de las fuentes informativas por rol, género e instancia del PJF



Elaboración CNCS, diciembre 2025

En el caso de las personas candidatas, la cobertura mediática se centró en la difusión de sus actos proselitistas y en la información sobre los lugares en los que se presentaban como parte de sus actividades de campaña. En la contienda por la SCJN este enfoque estuvo presente en el 11.1% de las publicaciones, con una mayor presencia de las candidatas, quienes concentraron el 8.6%, frente al 2.5% correspondiente a los candidatos.

No obstante, el foco mediático dirigido a las mujeres que compitieron por una ministratura no priorizó el reconocimiento de su participación política en un proceso electoral de carácter histórico. Al tratarse de la primera ocasión en que la conformación de dicha instancia se sometió a votación popular y de una elección en la que, conforme al acuerdo [INE/CG65/2025](#), se estableció la paridad de género, este elemento no se incorporó como eje relevante de la cobertura informativa. En su lugar, los medios de comunicación

se limitaron a registrar los espacios y entidades federativas en los que las candidatas realizaron actos de campaña, sin contextualizar el significado político e institucional de su participación.

Esta tendencia también se observó en las demás instancias en disputa. En el caso del TDJ, las candidatas hicieron mayor referencia a sus actos proselitistas (2%) que los candidatos (1.6%). De igual forma, en el TEPJF, las menciones correspondieron en mayor proporción a las candidatas (0.8%) que a los candidatos (0.4%). Sin embargo, esta mayor presencia no se tradujo en una valoración de la participación política de las mujeres.

En conjunto, se muestra una desigualdad estructural en la cobertura mediática de las candidaturas a las distintas instancias, ya que, independientemente del órgano por el que se compitiera, la participación política de las mujeres se trató como un tema de menor relevancia. El interés informativo se concentró en las instancias en disputa y en la logística del proceso, relegando el análisis del impacto que tiene la incorporación de mujeres en espacios claves para la impartición de justicia.

Asimismo, el escaso énfasis respecto de la importancia de la participación política de las mujeres en la contienda se refleja en la limitada visibilidad de sus propuestas de mejora al PJF. Durante la etapa de campañas, las candidaturas tuvieron la posibilidad de presentar propuestas orientadas a atender problemáticas identificadas al interior del propio Poder Judicial o a responder a demandas expresadas por la ciudadanía; sin embargo, estos planteamientos tuvieron poca presencia en las publicaciones de los medios de comunicación.

Por su parte, las propuestas de mejora de las personas candidatas únicamente se abordaron como tópico en el 7.4% de las publicaciones relacionadas con la SCJN, de las cuales el 4.5% correspondió a mujeres y el 2.9% a hombres. En el caso del TDJ, este tema representó apenas el 1.2% de las menciones, con una participación de 0.8% de mujeres y 0.4% de hombres. Para el TEPJF, las propuestas de mejora alcanzaron solo el 0.8% de las publicaciones, distribuidas entre mujeres y hombres, con 0.4% para cada candidatura.

La escasa visibilidad de las propuestas evidencia una limitada atención por parte de las personas con interés⁶ en el ámbito político-electoral para difundirlas, a fin de permitir que la ciudadanía contara con información suficiente sobre los cambios y mejoras planteadas para una institución cuyo funcionamiento y atribuciones resultan poco conocidas entre amplios sectores de la población. Esta omisión reduce la posibilidad de una deliberación pública informada y limita el ejercicio efectivo del voto.

Este escenario constituye un obstáculo particularmente relevante para las mujeres que compitieron por cargos dentro del PJF, ya que la cobertura mediática privilegió hechos noticiosos que contribuyeron a una representación parcial o desfavorable de sus candidaturas. Al limitar la difusión de sus propuestas y trayectorias, se refuerzan constructos socioculturales que cuestionan la idoneidad de las mujeres para ocupar cargos de alta responsabilidad judicial.

Un ejemplo de ello es que únicamente el 0.4% de las publicaciones relativas a las candidatas a la SCJN y el 0.4% de aquellas referidas a las mujeres que contendieron por una magistratura del TDJ abordaron su trayectoria profesional. Esta limitada atención favoreció una narrativa centrada en el carácter innovador del proceso electoral por la naturaleza de los cargos en disputa, y no en la relevancia de avanzar hacia una mayor presencia de mujeres en las tres instancias analizadas.

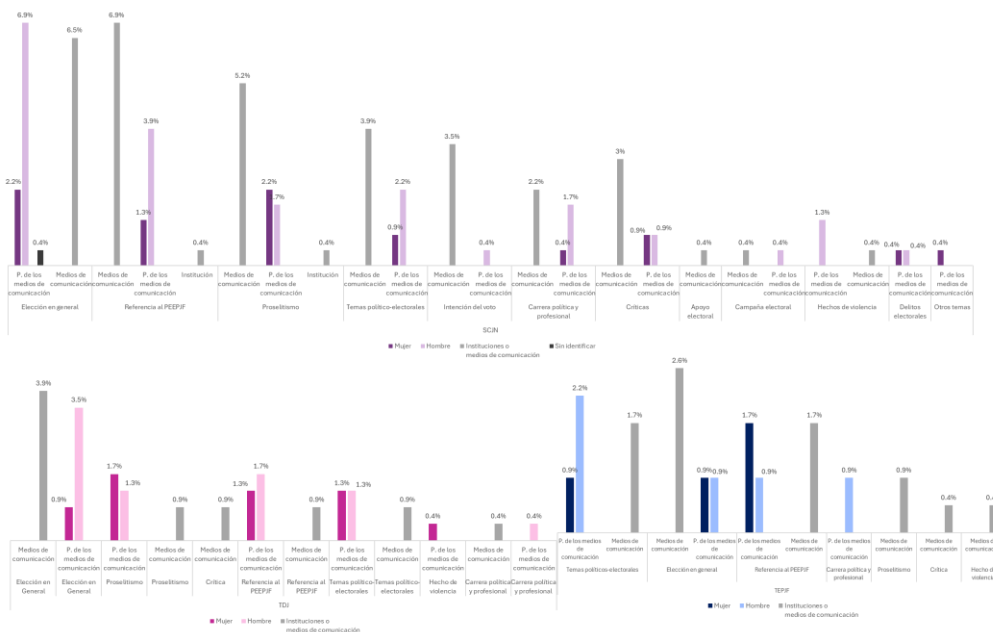
⁶ Ver definición en la página 10 del Anexo 1

Ahora bien, las personas pertenecientes a los medios de comunicación, en su calidad de articulistas, columnistas o reporteras, así como los propios medios a través de editoriales y publicaciones periódicas, recurrieron a declaraciones de carácter subjetivo para referirse a diversos tópicos vinculados con el PEEPJF. **En este sentido, los medios no solo actúan como canales de difusión de la realidad, sino como agentes que la interpretan y la construyen a partir de decisiones editoriales.**

Debido a ello, la cobertura mediática difícilmente se sujeta de manera estricta al principio de objetividad, ya que el ejercicio periodístico implica procesos de interpretación y narración. Como señala Restrepo (2001), en todas las etapas de la producción de la noticia persiste un grado de subjetividad que impide alcanzar una objetividad absoluta; por ello, resulta fundamental analizar qué tópicos son priorizados y posicionados por los medios de comunicación en la cobertura de hechos noticiosos, como en este caso lo son los procesos electorales (Saad, 2012).

En la cobertura de las tres instancias, el tópico al que se otorgó mayor atención fue el relativo a la elección en general del PEEPJF, es decir, menciones sobre su carácter histórico, las candidaturas en disputa y las modalidades de votación (*Gráfica 12*). En el caso de las publicaciones sobre la SCJN, este tema representó el 16% del total y fue posicionado principalmente por hombres de los medios de comunicación (6.9%) y por publicaciones firmadas por la redacción (6.5%), mientras que las mujeres de los medios únicamente aparecieron en el 2.2% de los casos. Una tendencia similar se observó en el TDJ, donde el tema fue impulsado mayoritariamente por los medios de comunicación (3.9%) y por hombres de los medios (3.5%), con una participación notablemente menor de las mujeres (0.9%). En el caso del TEPJF, la cobertura también mostró una distribución desigual: medios de comunicación (2.6%), hombres (0.9%) y mujeres (0.4%).

Gráfica 12 Tópicos abordados por las personas de los MC por género y rol



Elaboración CNCS, diciembre 2025

Asimismo, una proporción relevante de las publicaciones se limitó a hacer referencia al PEEPJF sin aportar información que contribuyera a una comprensión más profunda por parte de la ciudadanía. En las notas relativas a la SCJN, este tipo de menciones representó el 12.5%, posicionadas principalmente por los

medios de comunicación (6.9%) y por hombres pertenecientes a los medios de comunicación (3.9%), mientras que la participación de las mujeres de los medios de comunicación se limitó al 1.3% de las publicaciones.

En el caso del TDJ, este enfoque estuvo presente en el 3.9% de las publicaciones, con mayor presencia de hombres (1.7%), seguidos por las mujeres (1.3%) y, en menor medida, por la redacción de los medios de comunicación (0.9%). Para el TEPJF, las referencias generales al proceso electoral alcanzaron el 4.3%, nuevamente con un predominio de los medios de comunicación (1.7%), pero con una mayor participación de mujeres (1.7%) y una presencia limitada de los hombres (0.9%).

Si los medios de comunicación son una vía por la cual se dan a conocer temas que impactan en la sociedad, estos no mostraron interés en aquellos que ayudan a visibilizar la participación política de las mujeres en el proceso electoral y su aportación en el PJF. Por ejemplo, en ninguna publicación de los medios de comunicación y de las personas que pertenecen a ellos se habló sobre las propuestas de mejora de alguna candidatura al PJF, esto representa un retroceso a la visibilidad de las mujeres que trataron de posicionar sus propuestas para ganar simpatía entre la ciudadanía, mostrando únicamente su imagen como candidatas y no como capaces de realizar mejoras a la función y estructura del PJF.

Pocas publicaciones se enfocaron en mostrar la carrera política y profesional de algunas candidaturas. Sin embargo, la representatividad en las tres instancias sugiere que tampoco fue de relevancia. En la Gráfica 12, las notas sobre la carrera política y profesional de las candidaturas a la SCJN estuvo presente en el 4.3% de las publicaciones, provenientes de los medios de comunicación (2.2%) y las personas de género masculino en los medios de comunicación (1.7%). Para el TDJ, estos temas se visualizaron solo en el 0.8% de las publicaciones, de los cuales hablaron los propios medios de comunicación (0.4%) y las personas de género masculino en los medios de comunicación (0.4%). Y, finalmente, para el TEPJF este tema solo fue tocado por hombres de los medios de comunicación en el 0.9%.

Un tópico relevante en el desarrollo de los procesos electorales es la violencia que se genera durante la etapa de campañas y la forma en que esta es retomada, reproducida o incluso ejercida por los medios de comunicación. **Las personas que integran los medios tienen una responsabilidad social en relación con los contenidos que difunden y las opiniones que emiten, ya que su intervención puede incidir favorable o desfavorablemente en la percepción pública de las candidaturas. Cuando quienes ejercen el periodismo utilizan su posición para abordar determinados temas, en ocasiones lo hacen con el propósito de afectar directamente a las candidaturas, ya sea mediante señalamientos explícitos o a través de alusiones que se instalan en el imaginario colectivo.**

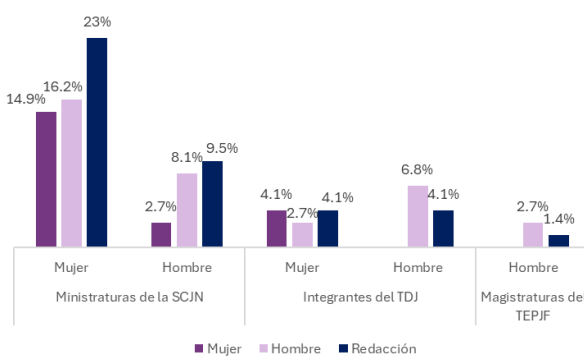
Si bien en apartados posteriores se presenta un análisis detallado de los tipos de violencia identificados en la cobertura mediática, **resulta pertinente señalar que durante la etapa de campañas algunas personas comunicadoras utilizaron sus espacios periodísticos para referirse a hechos de violencia o para reproducir narrativas que los normalizan.** En el caso de la SCJN, el 1.7% de las publicaciones hizo referencia a algún hecho de violencia en campaña, principalmente a partir de textos elaborados por hombres (1.3%) y por la redacción de los medios (0.4%). En el TDJ, una mujer abordó un hecho de violencia en contra de una persona candidata, lo que representó el 0.4% de la conversación. Por su parte, en el TEPJF, la redacción de los medios retomó un caso de violencia denunciado por una persona candidata, el cual se mencionó únicamente en el 0.4% de las publicaciones relativas a esta instancia.

Analizar quiénes otorgaron voz a las candidaturas como fuentes informativas durante el proceso electoral refleja relaciones de poder y jerarquías simbólicas en las decisiones editoriales. **En la Gráfica 13 se muestra**

que en la mayoría de las publicaciones se dio voz a mujeres candidatas, principalmente a quienes contendieron por una ministratura en la SCJN (54.1%), seguidas por los candidatos hombres a la misma instancia (20.3%) y, en proporciones iguales, por las candidatas y candidatos al TDJ (10.9% cada uno). En el caso del TEPJF, únicamente se identificaron fuentes correspondientes a candidatos hombres (4.1%), excluyendo a las mujeres en esta instancia.

Desde la perspectiva de la entidad responsable de las publicaciones se muestra que la redacción de los medios otorgó mayor visibilidad a las mujeres candidatas a la SCJN (23%) que a los hombres (9.5%), aunque sin garantizar una representación a sus agendas. En el TDJ, la cobertura fue equitativa (4.1% mujeres y hombres), mientras que en el TEPJF se concentró exclusivamente en los candidatos (1.4%), **reafirmando que la visibilidad de las mujeres en la cobertura electoral sigue siendo desigual y condicionada, y no resultado de un compromiso estructural con la igualdad sustantiva.**

Gráfica 13 Cobertura de los MC a las candidaturas por género e instancia del PJF



Elaboración CNCS, diciembre 2025

El análisis de las publicaciones en las que se identificó a hombres o mujeres como responsables de la información revela una disparidad en la asignación de voz a las candidaturas según la instancia en disputa. Aunque los hombres priorizaron a las candidatas a ministras de la SCJN (16.2%) por encima de los candidatos hombres (8.1%), en las demás instancias la cobertura favoreció mayoritariamente a los hombres: en el TDJ, los hombres dieron voz a candidatos en el 6.8% de los casos, frente al 2.7% que les otorgaron a las candidatas, mientras que en el TEPJF la visibilidad se concentró exclusivamente en candidatos a magistraturas (2.7%).

Por su parte, las publicaciones firmadas por mujeres dieron mayor visibilidad a las candidatas a la SCJN (14.9%) y al TDJ (4.1%), en contraste con la cobertura otorgada a los hombres candidatos a la SCJN (2.7%). **En las demás instancias no se identificaron publicaciones en las que mujeres dieran voz a candidatos hombres, lo cual puede interpretarse desde diversas perspectivas. Por un lado, podría reflejar un acceso limitado de las mujeres a la cobertura de hechos noticiosos de mayor relevancia, así como la persistencia de privilegios informativos en favor de los hombres. Por otro, aun cuando pudieron existir notas periodísticas elaboradas por mujeres, estas no alcanzaron la visibilidad ni la relevancia mediática suficientes para posicionarse por encima de aquellas producidas por hombres, existiendo desigualdad en los mecanismos de difusión y jerarquización de los contenidos.**

Asimismo, se observó que en otras instancias tampoco se otorgó voz directa a las candidatas, ya que se priorizó la participación y opinión de los hombres, reproduciendo una visión del poder y de la importancia política asociada predominantemente a lo masculino. Esta dinámica refuerza la exclusión

de las mujeres y contribuye a la reproducción de desigualdades de género en la construcción de la agenda mediática y del debate público.

El análisis de las fuentes informativas que participaron en la conversación mediática del PEEPJF muestra que los medios de comunicación desempeñaron un papel central en la construcción de las narrativas sobre la contienda, privilegiando una cobertura enfocada en el desarrollo general del proceso, la dimensión histórica de la elección y los aspectos generales, por encima de la relevancia de las mujeres en contienda. Esta decisión editorial limitó la posibilidad de demostrar que la participación de las mujeres candidatas no se limitaba únicamente a contender por un cargo público, sino a lograr una paridad en un poder donde su presencia estaba limitada.

Los resultados muestran que, si bien las mujeres candidatas alcanzaron en algunos casos una mayor presencia cuantitativa como fuentes informativas, particularmente en la elección de la SCJN, dicha visibilidad no se tradujo en un reconocimiento de su participación política. **La cobertura mediática y las personas que fungieron como fuentes informativas reprodujeron desigualdades estructurales al no retomar sus propuestas, su experiencia profesional y el significado político de su incorporación en espacios históricamente masculinizados, reforzando estereotipos que cuestionan su legitimidad y capacidad para ejercer cargos de alta responsabilidad.**

El protagonismo de los propios medios y de las voces de hombres en la selección de fuentes y tópicos evidenció una jerarquización de la palabra que continúa privilegiando narrativas masculinizadas del poder judicial y de la política. **La perspectiva de género no se consolidó como un valor noticioso transversal, sino que apareció de manera marginal, generalmente cuando era introducida por las propias candidatas.**

En conjunto, la cobertura del PEEPJF pone de manifiesto la necesidad urgente de incorporar un enfoque de igualdad de género en el ejercicio periodístico, que reconozca a las mujeres como sujetas políticas plenas, visibilice sus propuestas y trayectorias, y contribuya a desmontar los constructos socioculturales que perpetúan su exclusión simbólica. Solo a través de una cobertura mediática comprometida con la igualdad sustantiva será posible fortalecer una democracia paritaria y garantizar una participación política libre de estereotipos, discriminación y violencias.

2. Menciones

La mayor visibilidad de las candidatas no implica una representación en condiciones de igualdad

El análisis de las menciones a las candidaturas ayuda a comprender la manera en que sus declaraciones son retomadas u omitidas, a partir de las cuales se configura su participación en los espacios mediático y digital. Desde un enfoque de género, permite además visualizar cómo mujeres y hombres son representados por los medios de comunicación y las redes sociales para identificar la existencia de brechas asociadas a roles y estereotipos de género.

Los medios de comunicación convencionales no son espacios neutrales de información, reproducen patrones de desigualdad que legitiman significados sociales sobre el liderazgo, el poder y la participación política de mujeres y hombres. Estos significados no solo inciden en la cobertura mediática tradicional, sino que nutren la agenda que circula en redes sociales, donde son apropiados, ampliados y resignificados, generando una dinámica de retroalimentación que refuerza jerarquías de género en el debate público.

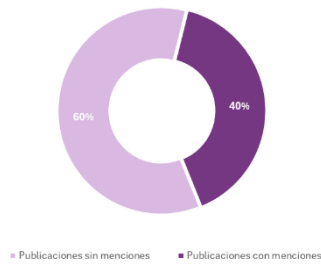
La injusticia no se limita a la mala distribución de los recursos, sino que incluye formas institucionalizadas de desvalorización cultural que impiden a ciertos grupos participar como pares en la vida social (Fraser, 1997), por lo que un tratamiento diferenciado en los medios no solo afecta en la construcción de la imagen pública de las candidatas, sino también sus posibilidades de contender en condiciones de igualdad, aspirar a cargos públicos y ejercerlos plenamente.

Asimismo, en tanto los medios de comunicación y las redes sociales actúan como agentes centrales en la configuración de la agenda pública, los sesgos que se originan o reproducen en estos espacios trascienden al ámbito social en general, contribuyendo a la persistencia de la desigualdad estructural mediante la circulación de narrativas y significados culturales que son reiterados y reforzados en las interacciones cotidianas en redes sociales.

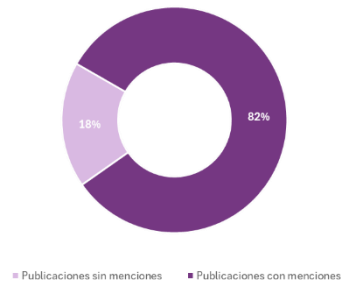
En este contexto, analizar las menciones políticas desde una perspectiva de género resulta fundamental para evidenciar cómo los discursos en medios de comunicación y redes sociales no solo reflejan sino también producen y reproducen desigualdades estructurales. La forma en que se construyen las narrativas sobre las candidaturas incide directamente en la legitimidad, visibilidad y credibilidad política de quienes participan en los procesos electorales, particularmente las mujeres. Por ello, identificar y problematizar estos sesgos permite comprender las dinámicas de exclusión simbólica presentes en el espacio público.

Durante el PEEPJF, a partir de las 367 publicaciones originales de los medios de comunicación se detectaron 93 con menciones a las candidaturas, de los cuales se duplicaron una o más veces, dando como resultado 282 menciones, lo que contempla el 40% de las publicaciones (*Gráfica 14*). Mientras que, en redes sociales, de las 1,009 publicaciones originales en 739 se identificaron una o más menciones a candidaturas, dando 1,579 en total, lo que representa el 82% de las publicaciones (*Gráfica 15*).

Gráfica 14. Menciones a candidaturas en MC



Gráfica 15. Menciones a candidaturas en RRSS



Elaboración CNCS, diciembre 2025

En medios convencionales, los actores que tuvieron la mayor participación en las menciones a las candidaturas fueron los propios medios de comunicación (55.3%). La mayor cantidad de menciones se dirigieron al cargo de ministras y ministros de la SCJN (36.7%), lo que responde al grado de importancia del puesto dentro del PJJ (Gráfica 16). A pesar de que las mujeres fueron las más mencionadas en general, el tipo de menciones es un elemento fundamental para el análisis con enfoque de género, ya que muchas de ellas demuestran un patrón de cobertura desigual entre mujeres y hombres.

En el caso de la SCJN, el tipo de menciones correspondieron mayoritariamente a críticas (15.2%), dentro de las cuales las mujeres figuraron más (11.3%) frente a lo que lo hicieron los hombres (3.9%), lo que representa un mayor escrutinio hacia ellas por parte de los medios de comunicación.

Gráfica 16. Tipo de menciones a candidaturas realizadas por las fuentes informativas en MC



Elaboración CNCS, diciembre 2025

El PJF, particularmente la SCJN, han sido espacios masculinizados, por lo que la presencia de mujeres representa una ruptura con los roles de género tradicionales, lo que activa mecanismos de sanción simbólica que pueden expresarse en forma de críticas más frecuentes o severas. **Cuando las mujeres acceden a espacios históricamente masculinizados, enfrentan reacciones negativas que buscan reafirmar jerarquías de género, por lo que estos resultados evidencian una brecha en su representación** (Young, 1990).

Como segundo tipo de menciones más frecuentes se encuentran las referentes a proselitismo (9.9%), con 8.8% dirigidas a mujeres y 1.1% a hombres. **Las referencias a su carrera política y profesional también destacan con 3.5% a mujeres y 2.1% a hombres.** Estos resultados pueden analizarse desde dos perspectivas analíticas: **para el caso de proselitismo, la mayor presencia de cobertura de mujeres realizando estrategias de visibilización política puede deberse a la necesidad que tienen de demostrar de forma continua sus capacidades para contender a cargos de elección popular.**

De acuerdo con Karen Ross, en su libro titulado *Gendered Media*, **las mujeres líderes deben demostrar continuamente su competencia, mientras que la de los hombres se asume como inherente al cargo que ocupan o aspiran ocupar** (Ross, 2010), de igual manera, esto puede asociarse a la mayor cantidad de cobertura respecto a su carrera política y profesional ya que el estatus de género funciona como una expectativa difusa que conduce a asumir mayor competencia y autoridad en los hombres que en las mujeres, incluso en ausencia de evidencia directa (Ridgeway, 2001). En el caso de las candidaturas al TDJ y al TEPJF los resultados son similares, pero con menor porcentaje de representación debido a la baja notoriedad del cargo en la conversación pública y su papel dentro del PJF.

Existieron menciones sobre violencia vinculadas a candidatas de la SCJN (0.7%) y del TDJ (0.4%), registros inexistentes para el caso de los hombres en medios convencionales. En este proceso electoral en particular, se encontraron mayores porcentajes de casos de VPMRG que de VP, por lo que el análisis del apartado del primer tipo de violencia mencionado es muy relevante para este informe.

Por su parte, las **personas de los medios de comunicación** representaron el segundo lugar en la autoría de las menciones hacia las candidaturas en medios convencionales durante este proceso electoral (40%). Al igual que los medios de comunicación **la mayoría de las menciones hechas por parte de estos actores fueron enfocadas a mujeres candidatas**, y las candidaturas a la SCJN fueron nuevamente el cargo con mayor visibilidad mediática (35.2%).

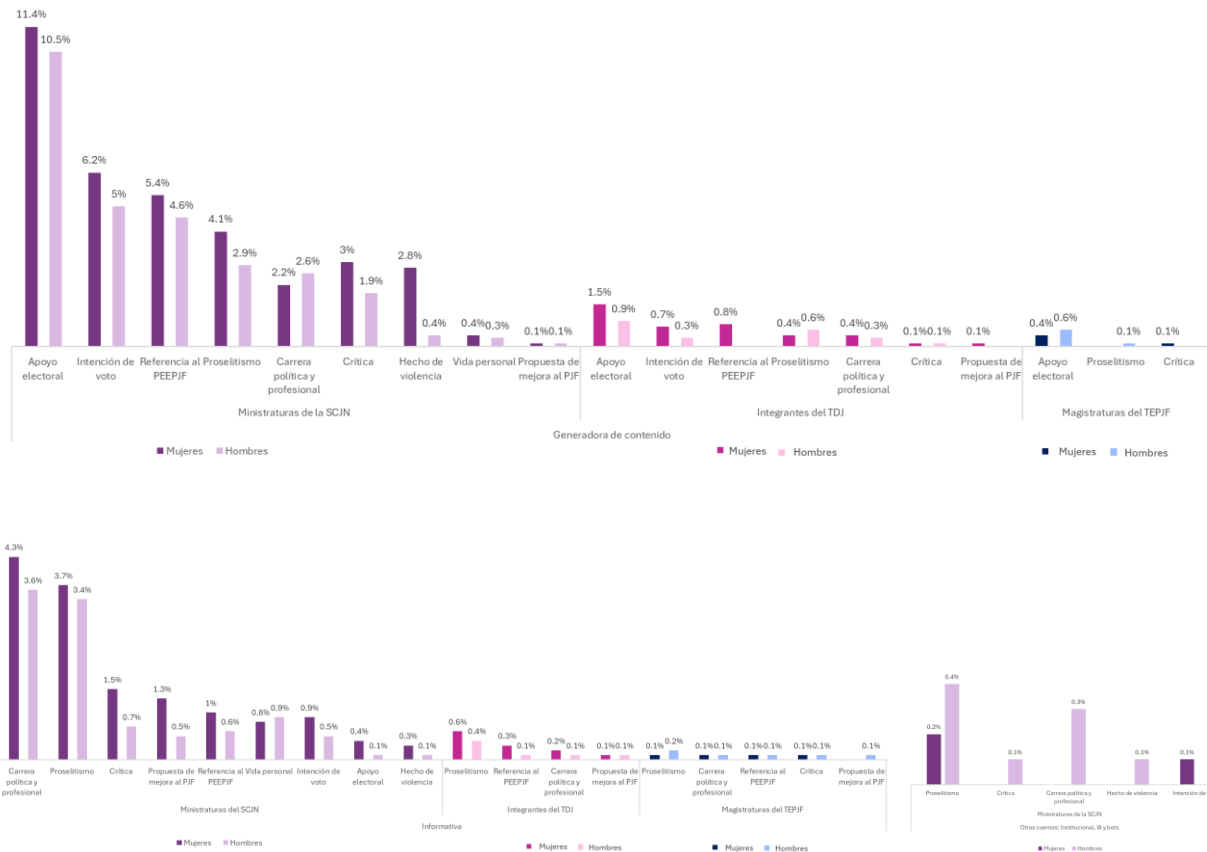
Las **candidatas presentan un mayor porcentaje de menciones sobre intención de voto (2.8%) que sus contrapartes (0.4%), sin embargo, siguen teniendo una mayor cantidad de críticas (2.8%), duplicando los registros de los candidatos (1.4%).** La mayor exposición de las mujeres al escrutinio y a la violencia cuando acceden a posiciones de poder y tienen una mayor visibilidad, **representa una reacción estructural frente a la transgresión de jerarquías de género históricamente consolidadas y se convierte en una forma de disciplinarlas sin expulsarlas directamente de estos espacios, para reafirmar el orden patriarcal existente.**

El registro de un 2.1% de menciones sobre hechos de violencia dirigidos a candidatas a la SCJN, si bien numéricamente puede parecer limitado, resulta significativo. Este dato (junto con el de los medios de comunicación), evidencia la presencia de expresiones de violencia política contra las mujeres en el entorno mediático del proceso, las cuales no deben analizarse de forma aislada, sino como parte de un continuo que incluye el escrutinio diferenciado y las críticas desproporcionadas que se registraron.

Finalmente, las menciones a candidaturas realizadas por **personas con interés en el ámbito político-electoral** de igual forma reprodujeron patrones de desigualdad de género identificados en los otros actores. En el caso de la SCJN, las candidatas concentran una proporción significativamente mayor de menciones a críticas (2.4%) en comparación con los candidatos (0.7%). De igual manera, solo las mujeres de la SCJN presentan menciones relacionadas a hechos de violencia (0.4%).

En redes sociales, las cuentas generadoras de contenido fueron las que realizaron la mayor cantidad de menciones a candidaturas (71.3%). Nuevamente, la SCJN fue la instancia que protagonizó la conversación con el 63.9% de los registros (*Gráfica 17*).

Gráfica 17. Tipo de menciones a candidaturas realizadas por tipo de cuenta en RRSS



Elaboración CNCS, diciembre 2025

El análisis de las menciones realizadas por cuentas generadoras de contenido muestra una conversación más intensa y diversificada que la observada en los medios convencionales, aunque con continuidades claras en los patrones de desigualdad de género. A diferencia de la cobertura mediática (más sujeta a rutinas editoriales), estas cuentas introducen dinámicas propias de valoración, posicionamiento y reacción inmediata, que incide tanto en la visibilidad como en el tipo de tratamiento otorgado a las candidaturas.

En caso de la SCJN, las categorías de mayor peso correspondieron a apoyo electoral, donde las mujeres concentran el 11.4% de las menciones frente al 10.5% de los hombres. No obstante, esta mayor visibilidad positiva coexiste con formas de escrutinio diferenciado. En la categoría de críticas, las mujeres registraron un 3% frente al 1.9% de los hombres. Esta asimetría se acentúa de manera significativa en las menciones sobre hechos de violencia, donde las mujeres concentran el 2.8%, mientras que los hombres alcanzan apenas el 0.4%.

En el caso de las candidaturas al TDJ los porcentajes fueron menores, aunque los patrones de género se mantienen. Las menciones de apoyo electoral fueron más frecuentes para mujeres (1.5%) que para hombres (0.9%), igual que las referencias a intención de voto con 0.7% para candidatas frente a 0.3% para candidatos. En las magistraturas del TEPJF, la conversación hecha por cuentas generadoras de contenido fue significativamente menor.

Las **cuentas informativas** de redes sociales registraron el 27.5% de las menciones a las candidaturas. Estas presentaron un patrón de cobertura más cercano a la lógica mediática tradicional, centrado en trayectorias, actividades de campaña y referencias al proceso electoral. **En el caso de las ministraturas de la SCJN, la categoría con mayor presencia fue la carrera política y profesional, donde las mujeres concentran el 4.3% de las menciones, frente al 3.6% de los hombres. En contraste, las críticas mostraron una brecha más marcada: las mujeres concentraron el 1.5% de las menciones críticas, mientras que los hombres únicamente el 0.7%, lo que evidencia un escrutinio diferenciado incluso en cuentas con intención informativa.**

Resulta especialmente relevante la presencia de menciones sobre hechos de violencia, que se concentraron de manera desproporcionada en las mujeres (0.3%) en comparación con los hombres (0.1%).

En el caso de las candidaturas al TDJ la cantidad de menciones fue menor, pero se mantiene el **patrón de mayor visibilidad hacia las mujeres. Las referencias a proselitismo alcanzaron el 0.6% para mujeres y el 0.4% para hombres.** En las magistraturas del TEPJF, la presencia en cuentas informativas fue marginal. Las menciones de proselitismo fueron ligeramente mayores para los hombres (0.2%) que para las mujeres (0.1%).

La participación de **otras cuentas de redes sociales** como las institucionales, de IA y *bots* fue muy limitada (solo 1.2% de los registros corresponden a ellas). No obstante, aun dentro de este reducido universo de interacciones, se observó una brecha de género persistente, ya que las menciones se concentraron mayoritariamente en candidaturas masculinas (0.9%) frente a las femeninas (0.3%). Esta diferencia evidenció que los sesgos de género en la visibilidad digital no se restringen a los espacios de mayor circulación discursiva, sino que también se reproducen en ámbitos de baja incidencia comunicativa, reforzando patrones estructurales que favorecen el reconocimiento y la centralidad pública de los hombres.

Estas cuentas operan desde lógicas institucionales y automatizadas que **no cuestionan las desigualdades existentes**, sino que las reproducen. Al basarse en criterios como notoriedad previa, jerarquías formales o reconocimiento histórico, tienden a amplificar perfiles masculinos, ya que el ámbito judicial ha estado tradicionalmente dominado por hombres. En ausencia de una intención explícita por incorporar un enfoque de igualdad de género, incluso las menciones limitadas replican inercias patriarcales que asocian la autoridad, la experiencia y la legitimidad pública con lo masculino.

El análisis de las menciones políticas durante el PEEPJF evidencia que la cobertura mediática y la conversación digital no operan como espacios neutrales, sino que reproducen y refuerzan desigualdades de género preexistentes en el acceso, ejercicio y legitimación del poder político.

Si bien las mujeres candidatas presentan, en términos generales, mayores niveles de visibilidad que los hombres, esta exposición no se traduce necesariamente en un tratamiento equitativo, sino que se encuentra atravesada por un escrutinio diferenciado, una exigencia reforzada de legitimación y una mayor presencia de críticas y referencias a hechos de violencia.

En los medios convencionales, particularmente en la cobertura sobre las candidaturas a la SCJN **se observa un patrón consistente de mayor carga crítica hacia las mujeres, así como una insistencia en destacar su trayectoria política y profesional como mecanismo de validación. Este fenómeno confirma que el liderazgo femenino continúa siendo evaluado bajo estándares más exigentes que el masculino, en un contexto institucional históricamente masculinizado.** Tal como señalan los aportes teóricos de Fraser, Young y Ross, estas prácticas no solo afectan la representación simbólica de las candidatas, sino que inciden directamente en sus posibilidades de participar en condiciones de igualdad, al reproducir presunciones desiguales de mérito, autoridad y competencia.

Asimismo, la presencia (aunque porcentualmente acotada) de menciones sobre hechos de violencia política dirigidas exclusivamente a mujeres resulta especialmente significativa. **Estos registros no pueden interpretarse como hechos aislados, sino como parte de un continuo de violencia que incluye la crítica desproporcionada, el escrutinio reforzado y la exposición de dimensiones no estrictamente profesionales, lo cual configura un entorno hostil para la participación política de las mujeres en el ámbito judicial.**

En el entorno digital, particularmente en redes sociales, **la conversación muestra una mayor intensidad, diversidad y polarización. Las cuentas generadoras de contenido colocan a las candidatas en el centro de la discusión política,** tanto en términos de apoyo electoral e intención de voto como de crítica y violencia. Esta coexistencia de visibilidad positiva y sanción simbólica confirma que el aumento en la presencia pública de las mujeres no elimina las brechas de género, sino que, en muchos casos, activa mecanismos de control y disciplinamiento frente a la transgresión de jerarquías tradicionales.

Las cuentas informativas, si bien reproducen una lógica más cercana a la cobertura mediática tradicional, no están exentas de sesgos de género. **En ellas persiste una mayor necesidad de contextualizar y justificar las trayectorias de las mujeres, así como una mayor proporción de menciones a críticas y de violencia política en su contra, lo que demuestra que incluso los espacios con vocación informativa contribuyen a la reproducción de desigualdades simbólicas en el debate público.**

Finalmente, aunque la participación de cuentas institucionales, de IA y *bots* es marginal, resulta relevante que en estos espacios los hombres concentren una mayor proporción de menciones, lo que sugiere dinámicas diferenciadas de visibilidad.

En conjunto, los hallazgos muestran que el proceso de comunicación política (tanto en medios convencionales como en redes sociales) constituye un terreno clave donde se disputan las condiciones de igualdad sustantiva. Por ello, resulta indispensable incorporar de manera sistemática el enfoque de género en el análisis de la cobertura mediática y digital de los procesos electorales, particularmente en aquellos vinculados a instituciones estratégicas como el PJF, con el fin de identificar, visibilizar y transformar los mecanismos simbólicos que limitan la participación plena de las mujeres en la vida pública.

3. Propuestas de mejora al PJF

La agenda de mujeres, al margen del debate electoral

Hablar de las propuestas de mejora formuladas por mujeres en el PEEPJF 2024-2025, en medios de comunicación y redes sociales, constituye un elemento central para evaluar el alcance de la paridad de género más allá de su dimensión normativa. Diversos estudios recientes han señalado que la igualdad sustantiva en la participación política no se agota en la presencia numérica de mujeres en las candidaturas, sino que se expresa en la posibilidad real de articular, visibilizar y posicionar propuestas que atiendan las desigualdades estructurales de género presentes en las instituciones públicas (Gilas, 2024)

El análisis de las propuestas de mejora permite identificar si la participación de las mujeres en los procesos electorales se traduce en una representación sustantiva, entendida como la incorporación de agendas, enfoques y prioridades orientadas a reducir las brechas de género y a fortalecer una impartición de justicia con enfoque de igualdad. Si bien las candidaturas centraron sus planteamientos en la mejora de la impartición de justicia y en la agilización de los procedimientos judiciales, resulta relevante examinar la forma en que dichas propuestas se retomaron en la cobertura mediática y en la conversación pública. Ello es particularmente importante considerando que, al tratarse de un proceso electoral, la atención otorgada a las distintas propuestas pudo no haber sido equivalente ni proporcional, en función a las personas que las propusieron y a la relevancia del cargo, especialmente, la que se les otorga en los espacios de comunicación tradicionales y digitales.

Retomar y hacer visibles las propuestas de mejora mediante una cobertura mediática igualitaria, implica otorgar un trato equitativo a las distintas candidaturas sin jerarquizar la relevancia exclusivamente a partir del cargo en disputa. La visibilización equilibrada de las propuestas supone reconocer la igualdad de condiciones entre las personas candidatas y evitar prácticas informativas que reproduzcan desigualdades estructurales.

De manera recurrente, los medios de comunicación tienden a priorizar el peso político del cargo en competencia, relegando el análisis del significado que tiene, en términos de igualdad y paridad, la participación de más mujeres en un poder históricamente ocupado por hombres, así como la relevancia de las agendas de género orientadas a reducir las brechas existentes en la impartición de justicia. Esta dinámica limita la comprensión integral del proceso electoral y reduce el alcance de las propuestas formuladas por mujeres en el debate público.

En este apartado se analizará la forma en que fueron retomadas las distintas propuestas de mejora presentadas por las candidaturas que compitieron por ocupar un cargo en alguna de las tres instancias nacionales. Asimismo, se compararán las desigualdades observadas tanto en la cobertura de los medios de comunicación como en la conversación en redes sociales, considerando el tipo de propuestas difundidas y el nivel de atención otorgado a las candidaturas en función de su género y de la instancia en competencia.

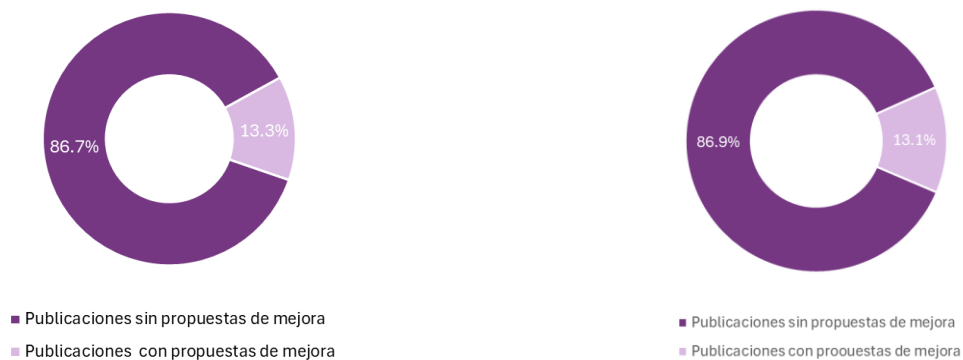
Adicionalmente, se examinarán los distintos grupos de la población a los que se dirigieron las candidaturas, así como el tipo de propuestas formuladas para atender sus problemáticas. Este análisis permitirá identificar aquellas propuestas que fueron mayoritariamente retomadas y debatidas en ambos espacios mediáticos, así como los patrones de visibilización y tratamientos asociados a dichas agendas.

A partir del análisis de las publicaciones de medios de comunicación convencionales se identificaron 49 registros con propuestas de mejora, representando el 13.3% del total⁷. No obstante, en diversas publicaciones se detectó más de una propuesta de mejora; por ello, con el objetivo de recuperar de manera integral la información, se consideraron de forma desagregada aquellas publicaciones en las que se reconocieron múltiples propuestas (*Gráfica 18*). Esto implicó la duplicación de registros de propuestas, lo que dio como resultado la identificación de 80 propuestas de mejora al PJF.

En el caso de las redes sociales, el procedimiento de análisis fue el mismo. A partir de la muestra analizada, se identificaron inicialmente 133⁸ publicaciones con propuestas de mejora, lo que representó el 13.1% del total. No obstante, al detectarse más de una propuesta de mejora en una misma publicación, estas se registraron de manera desagregada, lo que permitió identificar 223 propuestas de mejora al PJF (*Gráfica 19*).

Gráfica 18 Publicaciones con propuestas de mejora en MC

Gráfica 19 Publicaciones con propuestas de mejora en RRSS



Elaboración CNCS, diciembre 2025

La limitada visibilización de las propuestas de mejora en ambas plataformas obliga a reflexionar sobre la relevancia mediática y pública que estas tuvieron para proporcionar a la ciudadanía información pertinente que permitiera la toma de decisiones informadas. La escasa atención otorgada a dichas propuestas sugiere que, tanto en los medios de comunicación convencionales como en las redes sociales, la cobertura del proceso electoral se concentró en otros temas relegando el análisis de éstas, aun cuando constituyen un elemento central para la rendición de cuentas y la evaluación del desempeño de las candidaturas en democracia.

A partir de los criterios establecidos en el Acuerdo del Consejo General del INE [INE/CG225/2025](#), mediante el cual se definieron las reglas aplicables durante las campañas electorales, entre ellas, la prohibición de contratar tiempos en radio y televisión, así como espacios publicitarios en medios impresos y digitales, se estableció también la posibilidad de que las candidaturas utilizaran redes sociales para su promoción personal, siempre que ello no implicara erogaciones provenientes de financiamiento público o privado. Asimismo, se contempló la participación de las candidaturas en foros y entrevistas en espacios mediáticos, exclusivamente por invitación.

⁷ El total de las ofertas identificadas contempla a las tres instancias en competencia. De forma particular, en las publicaciones de medios convencionales se identificaron 55 propuestas de mejora para la SCJN, 16 para el TEPJF y 9 para el TDJ.

⁸ El total de las ofertas identificadas contempla a las tres instancias en competencia. De forma particular, en las publicaciones de redes sociales se identificaron 166 propuestas de mejora para la SCJN, 47 para el TDJ y 10 para el TEPJF.

Con base en este marco normativo, se analizan los canales a través de los cuales fueron mayoritariamente retomadas las propuestas de mejora de las personas candidatas, con el objetivo de identificar cómo, dadas las restricciones previstas en el referido acuerdo, se configuraron las formas y los espacios mediante los cuales sus propuestas fueron difundidas y debatidas por las distintas personas que las retomaron y difundieron, tanto en los medios de comunicación como en las redes sociales.

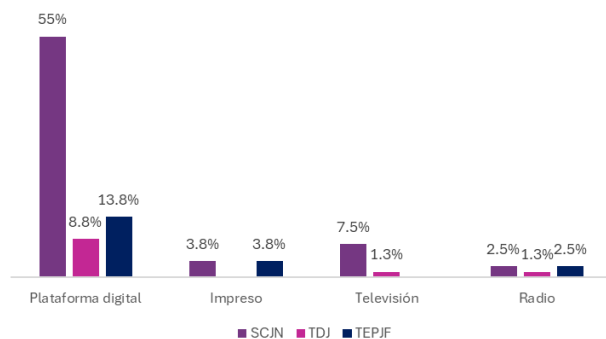
Las propuestas de mejora relacionadas con la SCJN concentraron la mayor atención al ser retomadas y debatidas en el 68.8 % de las publicaciones analizadas. Esta predominancia se explica, en buena medida, **por la centralidad de este proceso electoral en dicha instancia, así como por su mayor visibilidad en la agenda mediática y pública** (Gráfica 20). La difusión de estas se realizó principalmente a través de plataformas digitales (55 %), lo que confirma el papel preponderante de estos espacios en la circulación de contenidos informativos, seguidos por la televisión (7.5 %).

En redes sociales ocurrió lo mismo, pero en mayor proporción (Gráfica 21), ya que la conversación de las propuestas hacia la SCJN se concentró en el 74.5% de las publicaciones, principalmente en cuentas informativas (46.9%) y generadoras de contenido (26.8%).

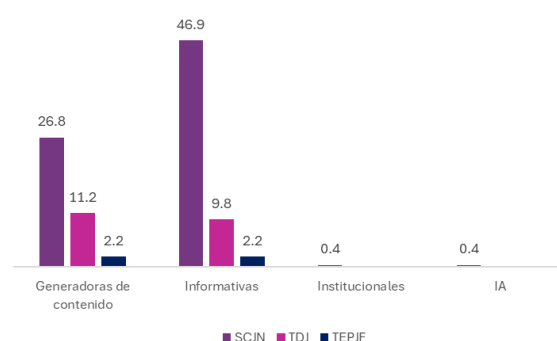
Es importante destacar que se identificaron referencias (0.4%) a las propuestas de mejora enfocadas a la SCJN por parte de una cuenta generada mediante IA, a partir de preguntas formuladas por personas usuarias. Esto pone de manifiesto el inicio de la **incorporación de herramientas basadas en IA en la conversación pública sobre asuntos políticos y refuerza la necesidad de garantizar que estos sistemas prioricen información oficial y verificada, a fin de evitar la generación de interpretaciones erróneas o contenidos desinformativos.**

Asimismo, se observan diferencias relevantes en cuanto a la segunda instancia con mayor presencia en la discusión pública. En los medios convencionales, el TEPJF concentró el 20.1 % de las publicaciones que hicieron referencia a propuestas de mejora, principalmente en plataformas digitales (13.8 %) y en medios impresos (3.8 %). **En contraste, en redes sociales las propuestas vinculadas al TDJ ocuparon el segundo lugar en visibilidad, al concentrar el 21 % de las publicaciones, distribuidas entre cuentas generadoras de contenido (11.2 %) y cuentas informativas (9.8 %).** Estas diferencias sugieren que la relevancia otorgada a cada instancia varíe según los actores que participan en la conversación.

Gráfica 20 Tipo de MC que mencionó la propuesta de mejora por instancia del PJF



Gráfica 21 Tipo de cuenta de RRSS que mencionó la propuesta de mejora por instancia del PJF



Elaboración CNCS, diciembre 2025

A partir del análisis de los medios, resulta pertinente examinar si, tanto en los medios de comunicación convencionales como en las redes sociales, las propuestas de mejora fueron retomadas directamente de las personas candidatas mediante declaraciones propias o si su difusión fue realizada por terceros. Lo anterior, permite identificar los mecanismos de circulación de las propuestas y el grado de protagonismo y desigualdades que tuvieron las candidaturas en la construcción del mensaje público.

Adicionalmente, es relevante analizar el tipo de propuestas de mejora y los sectores de la población a los que se dirigieron, a fin de comprender las prioridades temáticas de las candidaturas y los patrones de visibilización de las propuestas en ambos espacios mediáticos.

En la *Tabla 1* se observa que **la mayoría de las propuestas de mejora en los medios de comunicación convencionales fueron emitidas por mujeres candidatas que compitieron en las distintas instancias, al concentrar el 67% de las propuestas**, frente al 33% correspondiente a candidatos. No obstante, **al desagregar la información por instancia en las que participaron las mujeres, se identifican diferencias significativas en los niveles de visibilización**.

Las propuestas de mejora formuladas por mujeres candidatas a la SCJN estuvieron presentes en el 49.1% de las publicaciones, mientras que aquellas correspondientes a mujeres contendientes al TDJ y al TEPJF alcanzaron de manera conjunta únicamente el 18 %, con una participación equivalente del 9 % en cada caso. **Estas diferencias permiten analizar si la mayor presencia mediática de determinadas candidaturas responde a prácticas informativas que reproducen jerarquías institucionales y de género, lo que podría reforzar desigualdades estructurales en la cobertura mediática, aun cuando se trate de candidaturas encabezadas por mujeres** (IIJ, UNAM, 2018).

Tabla 1 Género de las candidaturas que emitieron propuestas de mejora en MC por instancia del PJF

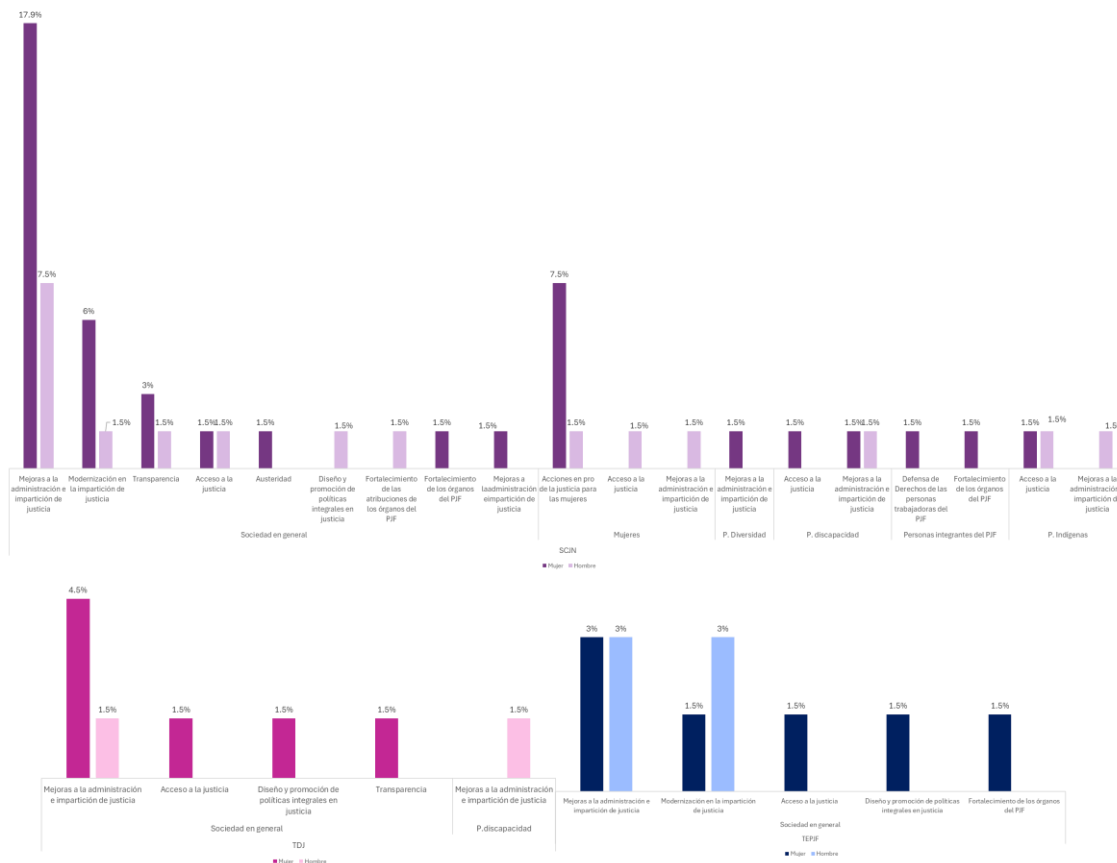
	SCJN	TDJ	TEPJF	Total por género
Mujeres	49.1%	9%	9%	67%
Hombres	23.9%	3%	6%	33%
Total por instancia	73%	12%	15%	100%

Elaboración CNCS, diciembre 2025

Al considerar el sector al que se dirigieron las candidaturas, así como el tipo de propuesta formulada, la *Gráfica 22* muestra que, en las tres instancias analizadas, **las personas candidatas concentraron sus propuestas principalmente en la sociedad en general, con un énfasis en acciones orientadas al mejoramiento de la impartición de justicia**.

En el caso de las candidaturas a la SCJN, las mujeres formularon este tipo de propuestas en el 17.9 % de los casos, en contraste con el 7.5 % correspondiente a los hombres. Para el TDJ, las mujeres presentaron propuestas dirigidas a la sociedad en general en el 4.5 %, frente al 1.5 % de los hombres. TEPJF, se observó una distribución equivalente, ya que tanto mujeres como hombres concentraron el 3 % de sus propuestas en este mismo tipo de planteamientos. **Estos resultados permiten identificar la prevalencia de un enfoque generalista en las agendas de campaña de todas las candidaturas**.

Gráfica 22 Tipo de propuesta de mejora de las candidaturas por género y sector al que la dirigieron en MC



Elaboración CNCS, diciembre 2025

La impartición de justicia atiende a una diversidad de sectores de la población, incluidos los GSD, mujeres y juventudes que enfrentan problemáticas específicas en el ejercicio de sus derechos humanos; sin embargo, el análisis muestra que los medios de comunicación otorgaron una visibilidad limitada a las propuestas de mejora dirigidas de manera específica a estos grupos. **En el caso de la SCJN, las propuestas orientadas a fortalecer el acceso a la justicia para las mujeres fueron formuladas mayoritariamente por candidatas mujeres (7.5%), mientras que la participación de hombres en este tipo de propuestas fue marginal (1.5%). Con lo que se reitera que los temas de mujeres son mayoritariamente solo de mujeres.**

Asimismo, se identificaron algunas propuestas enfocadas en la atención de personas de la diversidad sexual, con discapacidad e indígenas, principalmente en temas relacionados con la mejora y el acceso a la impartición de justicia.

En contraste, en las demás instancias la presencia de propuestas dirigidas a grupos específicos fue considerablemente menor. Para el TDJ únicamente se registraron propuestas orientadas a mejorar la impartición de justicia para personas con discapacidad, mientras que en el caso del TEPJF las propuestas se dirigieron exclusivamente a la sociedad en general, sin referencias explícitas a los GSD. La cobertura mediática que privilegia enfoques generalistas limita la visibilidad de agendas específicas vinculadas con la igualdad sustantiva y la atención diferenciada a sectores históricamente excluidos.

Por otra parte, las redes sociales funcionaron como una herramienta relevante para que las candidaturas difundieran sus propuestas de mejora, particularmente ante las limitaciones establecidas en materia de financiamiento público y privado para la promoción en otros espacios. En este contexto, las candidaturas recurrieron principalmente al uso de sus cuentas personales para comunicar sus planteamientos. **No obstante, de las 223 propuestas de mejora identificadas en la conversación digital, únicamente 70 se detectaron en cuentas de personas candidatas**, en tanto que el resto se difundió a través de cuentas informativas pertenecientes a medios de comunicación.

La diferencia en el alcance entre las cuentas personales de las candidaturas y las cuentas de los medios de comunicación evidencia el peso que estos últimos mantienen en lo digital cuando se tratan temas político-electorales, lo que limita la capacidad de las personas candidatas para posicionar directamente sus propuestas ante la ciudadanía. Esta dinámica reduce el alcance efectivo de los mensajes emitidos por las candidaturas y constituye una barrera adicional para lograr un reconocimiento pleno, particularmente en el caso de las mujeres, quienes históricamente han enfrentado mayores obstáculos para acceder a visibilidad y legitimidad en el espacio público.

El análisis específico de las propuestas de mejora difundidas en redes sociales (*Tabla 2*) muestra que **aquellas relacionadas con la SCJN concentraron el mayor alcance, al representar el 74.3% de las publicaciones, seguidas por las correspondientes al TDJ (18.5%) y al TEPJF (7.1%)**. Esta distribución muestra una atención desigual hacia las distintas instancias, lo que sugiere que el interés y la visibilidad en el espacio digital se concentran principalmente en los cargos de mayor jerarquía, en detrimento de otras instancias igualmente relevantes para la impartición de justicia.

Tabla 2 Género de las candidatas que emitieron propuestas de mejora por instancia en RRSS

	SCJN	TDJ	TEPJF	Total por género
Mujeres	40%	1.4%	5.7%	47%
Hombres	34.3%	17.1%	1.5%	53%
Total por instancia	74.3%	18.5%	7.2%	100%

Elaboración CNCS, diciembre 2025

Al analizar estos resultados se visualizaron obstáculos significativos para la competencia igualitaria de las mujeres en redes sociales. **Aunque la diferencia porcentual entre propuestas emitidas por hombres (53%) y mujeres (47%) no es amplia, la dominación masculina del espacio digital sigue siendo evidente. Asimismo, el sesgo informativo y digital no solo se manifiesta entre hombres y mujeres, sino también entre las propias candidatas, ya que la mayoría de las propuestas difundidas correspondieron a mujeres que compitieron por una magistratura**, mientras que las candidatas a las otras dos instancias registraron una presencia considerablemente menor. **Estos patrones reflejan la persistencia del androcentrismo digital y de brechas entre mujeres, asociadas al tipo de cargo en disputa, lo que continúa limitando su visibilidad y posicionamiento en los entornos digitales.**

De igual forma que en medios convencionales, es de gran utilidad identificar el tipo de propuestas de mejora y los sectores de la población a los que se dirigieron aquellas difundidas en redes sociales. La *Gráfica 23* muestra coincidencia con los resultados observados en los medios convencionales, ya que **las candidaturas de las tres instancias concentraron sus propuestas principalmente en la sociedad en general. En el caso de la SCJN, el tipo de propuesta que predominó fue el relacionado con mejoras en la administración de justicia**, destacando una mayor participación de mujeres candidatas en su posicionamiento (24.3%) en comparación con los hombres (20%). En el caso de las candidaturas al TEPJF,

este mismo tipo de propuesta también fue mayoritariamente impulsado por mujeres (4.3%), aunque con una diferencia marginal. Por su parte, en las candidaturas al TDJ, las propuestas que sobresalieron fueron aquellas enfocadas al acceso a la justicia, las cuales fueron planteadas principalmente por hombres (5.7%) frente a una participación menor de mujeres (1.4%). Tanto en medios de comunicación como en plataformas digitales, las agendas de campaña privilegiaron planteamientos generalizados, en detrimento de propuestas dirigidas a grupos específicos en situación de discriminación y desigualdad.

Gráfica 23 Tipo de propuesta de mejora de las candidaturas por género y sector al que la dirigieron en RRSS



Elaboración CNCS, diciembre 2025

La baja presencia de propuestas de mejora, así como la disparidad en la visibilidad de las mujeres que compitieron por distintos cargos, pone de manifiesto las brechas existentes en las redes sociales, las cuales se ven profundizadas por la interacción entre sesgos sociales persistentes y el funcionamiento de los algoritmos de las plataformas digitales. Diversos estudios han documentado que las publicaciones protagonizadas por mujeres políticas tienden a registrar un menor alcance orgánico y un reconocimiento discursivo más limitado, al tiempo que se enfrentan a mayores niveles de hostigamiento, cuestionamiento y deslegitimación, dinámicas que inhiben su participación y reducen su centralidad en la conversación pública digital.

Esta brecha de visibilidad constituye un obstáculo directo para la igualdad en la competencia política al mismo tiempo que restringe el acceso de las mujeres al reconocimiento público, a la construcción de liderazgo y a la legitimidad simbólica necesaria para incidir en la agenda pública. En línea con los planteamientos de Fernández García el prestigio asociado al cargo en disputa opera como un factor que favorece a determinadas mujeres frente a otras; no obstante, el género continúa siendo un elemento

estructurante que jerarquiza la importancia otorgada a las candidaturas, reproduciendo desigualdades tanto entre mujeres como entre ambos géneros en el espacio político-digital (Fernández García , 2018).

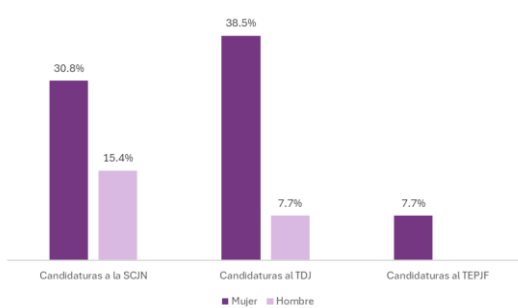
A continuación, se analizarán las propuestas de mejora que fueron retomadas y difundidas por terceras personas o entes públicos y privados, tales como personas de interés, instituciones, medios de comunicación y personas vinculadas a estos últimos -columnistas, reporteras y periodistas- y no directamente por las propias candidaturas. El objetivo es examinar la relevancia y el tratamiento que adquirieron dichas propuestas cuando fueron mediadas por otros actores, así como identificar las posibles brechas y desigualdades en la visibilidad otorgada a las candidaturas.

Este análisis permitirá observar si, al ser retomadas por terceros, las propuestas estuvieron condicionadas por el género de la persona candidata, por el cargo al que aspiraba o por el tipo y el sector de la población al que se dirigía. Asimismo, se busca identificar qué propuestas recibieron mayor atención mediática y pública, y si dicha atención reprodujo jerarquías políticas y de género, o bien contribuyó a una cobertura más equilibrada en términos de igualdad y paridad.

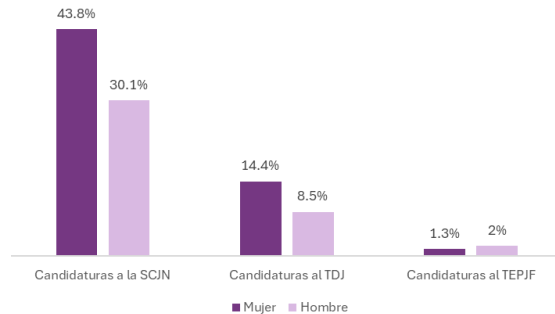
En las *Gráficas 24 y 25* se **identifican diferencias relevantes en función del género y del tipo de candidatura a partir de las propuestas de mejora que fueron retomadas por terceros**. En los medios convencionales, **las propuestas de mujeres candidatas al TDJ concentraron la mayor proporción de menciones (38.5%), por encima de las correspondientes a las candidatas a la SCJN (30.8%) y al TEPJF (7.7%)**. En contraste, **en las redes sociales se observó un patrón distinto. Las propuestas de las candidatas a la SCJN alcanzaron una mayor presencia (43.8%)** en comparación con las propuestas de mujeres candidatas a otras instancias, que en conjunto representaron el 15.7%.

Esta diferencia puede explicarse por la mayor exposición que tuvieron las candidaturas a la SCJN en la conversación digital, derivada de acontecimientos políticos ampliamente debatidos en redes sociales, lo que incentivó la discusión pública sobre sus propuestas. En el caso de los medios convencionales, la mayor visibilidad de las candidatas al TDJ podría asociarse a la novedad institucional que representó la creación de este tribunal, así como a las redes y capital político de las candidatas en contienda, factores que incidieron en el interés y la cobertura mediática otorgada.

Gráfica 24 Género y cargo de personas candidatas de quienes se retomaron propuestas de mejora en MC



Gráfica 25 Género y cargo de personas candidatas de quienes se retomaron propuestas de mejora en RRSS



Elaboración CNCS, diciembre 2025

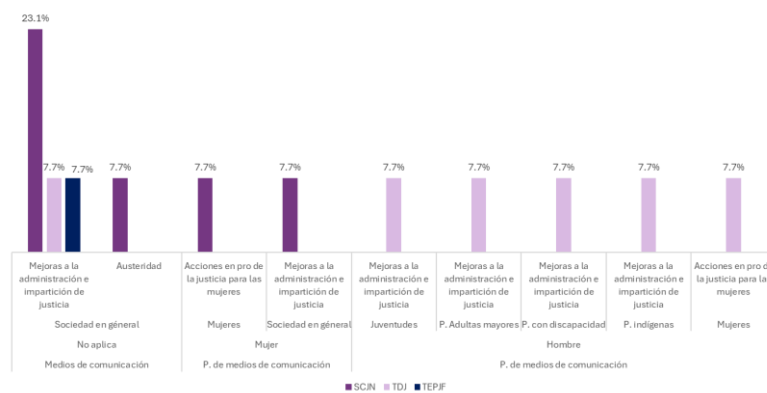
El papel de los medios de comunicación como agentes de difusión de las propuestas de mejora fue predominante. Al analizar el tipo de propuestas retomadas por estos y el sector de la población al que se dirigieron (*Gráfica 26*), pone de manifiesto una particularidad relevante: **fueron exclusivamente los medios de comunicación y las personas que forman parte -periodistas, reporteras y columnistas- quienes dieron visibilidad a las propuestas de mejora de las candidaturas, sin registrarse referencias por parte de otros actores dentro del ámbito político-electoral.**

De manera específica, **los medios de comunicación retomaron en mayor medida las propuestas de las candidaturas a la SCJN enfocadas en la mejora de la impartición de justicia dirigidas a la sociedad en general (23.1%), priorizando propuestas de carácter amplio frente a aquellas orientadas a sectores específicos.** En el caso de las planteadas por las candidaturas al TDJ, **fueron principalmente hombres pertenecientes a los medios de comunicación quienes las retomaron, destacando aquellas orientadas a la mejora de la impartición de justicia para diversos GSD** como juventudes, personas adultas mayores, con discapacidad e indígenas, las cuales en conjunto representaron el 38.5% de las menciones. No obstante, únicamente el 7.7% de las publicaciones realizadas por hombres se refirió a propuestas destinadas a promover acciones de impartición de justicia para las mujeres.

Por su parte, la participación de mujeres en los medios de comunicación fue menor. Del total de publicaciones elaboradas por ellas, en el 15.4% se retomaron propuestas de las candidaturas a la SCJN, concentrándose tanto en aquellas orientadas a la mejora de la impartición de justicia para la sociedad en general (7.7%) como en las dirigidas a la creación de acciones específicas en favor de la justicia para las mujeres (7.7%).

La diferencia observada refleja variaciones en el enfoque y la priorización temática de quienes producen contenidos mediáticos, lo que incide en la visibilidad de ciertas agendas y sectores de la población, en función tanto de la relevancia política atribuida a las candidaturas como de la novedad que representó la creación de nuevas instancias. **Si bien se identifica un avance limitado en la sensibilización al retomar propuestas dirigidas a GSD, ello no constituye una inclusión sustantiva ni igualitaria, ya que una cobertura con perspectiva de género requeriría la presencia transversal de estas propuestas en las tres instancias en contienda, así como una atención sistemática a aquellas orientadas específicamente a las mujeres.**

Gráfica 26 Personas que retomaron propuestas de mejora en MC por instancia del PJF



Elaboración CNCS, diciembre 2025

En las redes sociales se observan diferencias sustantivas respecto de los medios de comunicación convencionales, ya que en la difusión de las propuestas de mejora de las candidaturas intervinieron diversos actores y entes. La *Gráfica 27* muestra que tanto mujeres como hombres vinculados a los medios de comunicación retomaron, en mayor medida, propuestas dirigidas a la sociedad en general correspondientes a las candidaturas de las tres instancias en competencia.

De manera específica, en el caso de las mujeres de medios de comunicación, las propuestas relacionadas con el acceso a la justicia realizadas por las candidaturas a la SCJN (8.5%) y del TDJ (2%) fueron las más representativas. En contraste, los hombres priorizaron las propuestas enfocadas en la mejora de la administración de justicia de las candidaturas a la SCJN (4.6%), al TDJ (1.3%) y al TEPJF (0.7%), siendo esta última la única propuesta retomada para dicha instancia.

Si bien se identificó una diversidad de propuestas específicas retomadas por ambos géneros, resulta relevante destacar que fueron escasas aquellas orientadas a los GSD. En el caso de los hombres vinculados a los medios de comunicación, únicamente se retomaron propuestas de las candidaturas al TDJ enfocadas a acciones en favor de la justicia para las mujeres (0.7%), así como al acceso a la justicia de personas adultas mayores (0.7%) y personas con discapacidad (0.7%). Por su parte, las mujeres de los medios de comunicación, así como usuarias con interés en el proceso electoral, retomaron propuestas dirigidas al acceso a la justicia de personas indígenas (0.7%), a acciones en favor de la justicia para las mujeres (0.7%) y a la implementación de acciones afirmativas orientadas a garantizar la participación de personas indígenas en la SCJN (0.7%).

Gráfica 27 Personas que retomaron propuestas de mejora en RRSS por instancia del PJF



Elaboración CNCS, diciembre 2025

Por otra parte, el análisis de las cuentas informativas de los medios de comunicación en redes sociales muestra que estas concentraron su atención principalmente en las propuestas dirigidas a la sociedad en general formuladas por las candidaturas a la SCJN. En particular, se priorizaron aquellas orientadas a mejorar la administración e impartición de justicia (9.8%), así como a garantizar el acceso a la justicia (3.3%). En menor medida, también se retomaron propuestas enfocadas en acciones concretas en favor de las mujeres (1.3%) y en el acceso a la justicia de personas indígenas (0.7%).

En cuanto a las propuestas correspondientes a las demás instancias, la presencia fue significativamente menor. Únicamente el 3.9% de las publicaciones hizo referencia a propuestas de mejora en la administración de justicia de las candidaturas al TDJ, mientras que, en el caso del TEPJF, los medios de comunicación solo retomaron propuestas dirigidas a la población indígena (0.7%). La prioridad hacia una instancia muestra una concentración y la preferencia hacia una misma instancia limitando la visibilización de agendas diferenciadas y de propuestas del resto de las candidaturas.

El análisis de las propuestas de mejora retomadas por terceros muestra que la visibilización de las agendas de las candidaturas estuvo condicionada por jerarquías políticas y mediáticas que reproducen desigualdades estructurales. Tanto en medios convencionales como en redes sociales, la atención se concentró principalmente en las candidaturas a la SCJN y, en menor medida, al TDJ, lo que limitó la diversidad de voces y propuestas difundidas. Esta cobertura redujo **las posibilidades de que las propuestas de mujeres que compitieron por instancias con menor prestigio accedieran a una visibilidad equivalente.**

Asimismo, **si bien las mujeres candidatas lograron posicionar propuestas en ciertos espacios, su presencia estuvo atravesada por brechas con respecto a los hombres como entre las propias mujeres, asociadas al cargo en disputa y al capital simbólico que otorgan.** En el entorno digital, estas desigualdades se profundizaron por la combinación de sesgos y prácticas informativas que privilegiaron propuestas dirigidas a la sociedad en general, en detrimento de aquellas orientadas a mujeres y los GSD, lo que limita la representación y la incorporación de agendas con enfoque de igualdad.

En conjunto, los resultados evidencian que la difusión de las propuestas de mejora no contribuyó de manera consistente a una competencia electoral igualitaria. La escasa visibilización de propuestas con perspectiva de género y enfoque interseccional refleja la persistencia de un marco androcentrista en la cobertura mediática y digital, lo que subraya la necesidad de fortalecer prácticas informativas que reconozcan y valoren las agendas de las mujeres como un componente central para avanzar hacia una justicia y una democracia más inclusivas.

4. Críticas

A ellas las critican por ejercer su derecho a participar en el proceso

En los procesos electorales, la discusión mediática desempeña un papel central en la construcción de la opinión pública. Dentro de este espacio, las críticas hacia las personas candidatas ocupan un lugar relevante por lo que su análisis resulta fundamental, ya que puede incidir de manera significativa en la percepción que la ciudadanía construye respecto de quienes participan en la contienda electoral.

En las contiendas electorales, la crítica es un atributo que configura un elemento que abre el debate público en los medios de comunicación y redes sociales, convirtiéndose en un espacio de contraste discursivo donde se deben intercambiar cuestionamientos en torno a las propuestas de las personas candidatas, su experiencia profesional y el desempeño en cargos públicos anteriores. Conocer estos señalamientos resulta relevante, dado que su alcance mediático puede generar efectos en la opinión pública e impactar de manera positiva o negativa en la valoración que se genera en la ciudadanía acerca de las personas candidatas.

De esta forma, las críticas permiten identificar los cuestionamientos que revelan las dinámicas de poder y desigualdad en la emisión de juicios de valor hacia las personas candidatas. Si bien, la crítica legítima enriquece la pluralidad de información en beneficio del electorado, aquellas que recurren a prácticas que desinforman y que rayan en la línea delgada entre crítica y violencia, solo contribuyen a repetir patrones que profundizan las brechas de género.

En este sentido, resulta pertinente para el presente informe conocer a quiénes fueron mayor objeto de críticas y los hechos específicos cuestionados. Como menciona, José Félix Tezanos: “la crítica política forma parte de la lógica democrática. La crítica podrá ser más o menos dura, o estar peor fundada, pero es lo que se espera de la oposición a cualquier gobierno, o del contraste de posturas en cualquier competencia electoral” (Tezanos, 2018).

En los medios convencionales se identificaron 28 publicaciones originales con alguna crítica a candidaturas, las cuales a su vez se duplicaron en 63 ocasiones por contener más de un registro, lo cual derivó en un total de 91 críticas identificadas. Para el caso de las redes sociales, se detectaron 87 publicaciones originales con crítica a alguna candidatura, que a su vez se duplicaron 40 veces por contener más de un señalamiento, dando un total de 127 críticas en este espacio.

Gráfica 28 Publicaciones con críticas a candidaturas en MC



Gráfica 29 Publicaciones con críticas a candidaturas en RRSS



Elaboración CNCS, diciembre 2025

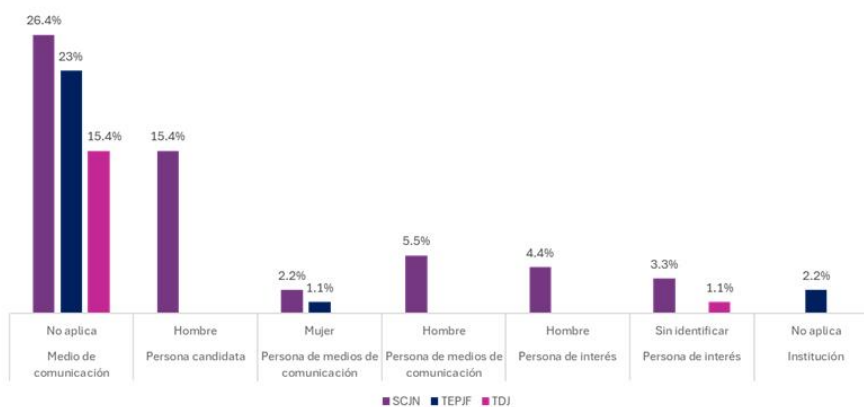
Aun cuando el número de críticas tanto en medios convencionales (7.6%) como en las redes sociales (8.6%) representaron una baja proporción en relación con los contenidos emitidos en ambos espacios (*Gráficas 28 y 29*), es relevante conocer quiénes fueron las personas que realizaron las críticas y el tipo de críticas que realizaron a las personas candidatas para entender cómo es que se van articulando este tipo narrativas dentro de los espacios de la comunicación.

Como se puede observar en la *Gráfica 30*, en los medios de comunicación se observa que las críticas no se realizaron por personas específicas, sino por la redacción de los propios medios de comunicación (64.8%). Asimismo, la mayor concentración de estas se dio hacia las ministraturas de la SCJN (26.4%), lo que indica que los medios de comunicación operaron simultáneamente como productores de señalamientos y difusores de estos, lo cual es de destacarse considerando el alcance y dominio sobre los temas del espacio público; así como su rol como agentes que vigilan y jerarquizan los asuntos de interés para la sociedad.

Al observar las críticas realizadas por el género de las personas, se observa que al respecto los hombres realizaron más señalamientos (25.3%) que las mujeres (3.3%). Se destaca que en el caso de las personas que colaboran en los medios de comunicación, los hombres fueron de igual forma los mayores emisores de críticas (5.5%) en comparación de las mujeres (3.3%), lo que refleja una brecha de género en el campo mediático, ya que cuando se trata de la voz de las mujeres los espacios de opinión y posicionamiento aún se resisten a una pluralidad de género.

Los hombres también se posicionaron como los principales emisores de críticas en roles como el de personas candidatas (15.4%), lo que nuevamente denota que ellos cuentan con mayor visibilidad en los debates públicos, reforzando las estructuras masculinas presentes en la sociedad, las cuales les brindan más legitimidad para realizar cuestionamientos, confrontar ideas y posicionar posturas en los asuntos políticos-electorales.

Gráfica 30 Fuente informativa que realizó la crítica en MC por rol y género



Elaboración CNCS, diciembre 2025

En las redes sociales la concentración de las críticas se dio de igual forma en torno a los cargos en contiene dentro de la SCJN, lo cual resulta significativo ya que el interés mediático se ve orientado hacia ámbitos de mayor jerarquía y de más alto poder, dejado de lado aquellas instancias con menor visibilidad pública (*Gráfica 31*).

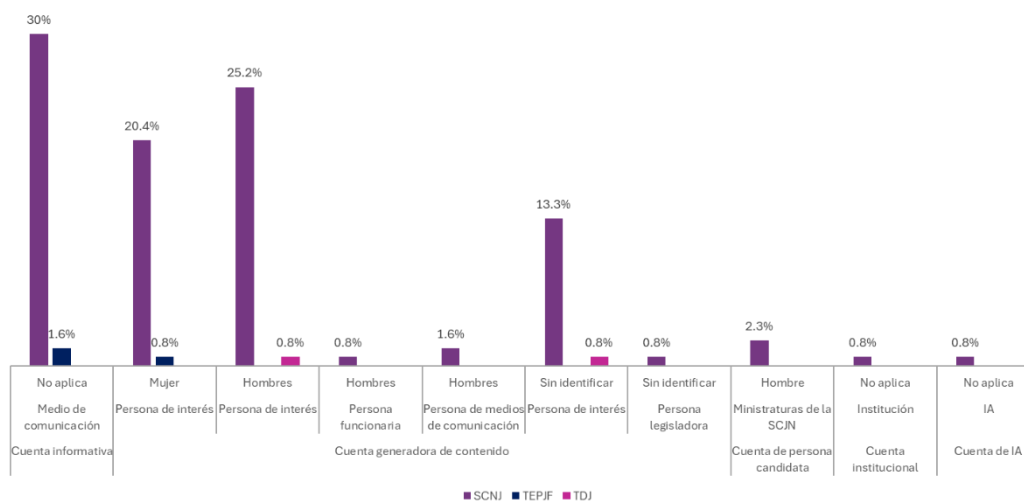
Al identificar el rol de quienes emitieron las críticas detectadas, es de destacar que las cuentas informativas pertenecientes a los medios de comunicación concentraron una proporción relevante de los señalamientos, sobre la elección de la SCJN (30%). Este fenómeno cobra relevancia dado que, cuando los medios de comunicación realizan señalamientos puede tener un peso distinto dentro de la agenda pública, dado que su capacidad de amplificación y relevancia priorizan los cuestionamientos que realizan influyendo en la percepción social del proceso electoral y de las personas candidatas que participan.

Por su parte, dentro de las cuentas generadoras de contenido con mayor número de críticas sobresalen las personas interés. Siendo, nuevamente los hombres quienes realizaron la mayor parte de los señalamientos tal y como se aprecia en la conversación sobre la SCJN, concentrando el 25.2% de las críticas, en tanto que las mujeres participaron en el 20.4% de los registros. Esto evidencia que, si bien ambos géneros participan en realizar señalamientos, la voz masculina continúa siendo la que centraliza y legitima el discurso crítico en el espacio digital.

En contraste, un porcentaje considerable de las críticas provienen de personas de interés cuyo género no fue posible identificar (13.3%), convirtiendo al espacio público en una esfera donde el discurso crítico se hace desde el anonimato para no recibir represalias.

Los datos anteriores concuerdan con lo que expone Nancy Fraser: el reconocimiento en los espacios públicos, así como digitales, es desigual, dado que no garantizan una distribución igualitaria que perpetua el poder simbólico. Los hombres son más visibles y se les reconoce más como los sujetos que tienen la autorización para emitir juicios y señalamientos, mientras que las mujeres solo aparecen en espacios o roles que están dominados por lo masculino, es decir siempre atrás de lo predominante (Fraser, 1990).

Gráfica 31 Tipo de cuenta de RRSS de la que se realizó la crítica por rol y género



Elaboración CNCS, diciembre 2025

Al observar el tipo de críticas que fueron dirigidos a las candidaturas, así como el motivo concreto que se les atañe permitió constatar si los juicios que se emitieron a estas estuvieron dentro de la línea de críticas y no constituyeron o fueron antesala de un acto de violencia. Como menciona José Félix Tezanos “una cosa es la legítima crítica política y otra es el acoso personal sistemático, que muchas veces tiende a convertirse en una auténtica caza del hombre, o de la mujer, que no tiene límites en utilizar mentiras, falacias,

calumnias y patrañas para intentar abatir, destruir políticamente a un adversario, al que se convierte automáticamente en enemigos políticos letales” (Tezanos, 2018).

La *Gráfica 32* muestra que en los medios convencionales las críticas y su motivo fueron dirigidas con base en el género de la candidatura. Primeramente, **se destaca que las candidatas fueron quienes recibieron mayores señalamientos (75.8%) en relación con los candidatos (24.2%)**, siendo las aspirantes a la SCJN quienes recibieron un mayor número de críticas por actos de ilegalidad, principalmente por incumplimiento de normas electorales (27.4%). Otra vertiente de las críticas hacia estas mujeres se situó en el ámbito de su trayectoria profesional, donde destacan los cuestionamientos por tener relación con algún partido político (20.9%).

Esto sugiere que en los medios predomina una narrativa que asocia la aspiración de las mujeres a cargos de alta jerarquía con irregularidades, sembrando dudas sobre de la legitimación de sus candidaturas. De este modo **los medios contribuyen a desprestigiar simbólicamente a las mujeres en el espacio público, profundizando las desigualdades de género y obstaculizando el ejercicio pleno de su participación política-electoral en condiciones de igualdad.**

Gráfica 32 Tipo y motivo de crítica hacia candidaturas en MC por género e instancia del PJJ



Elaboración, CNCS, diciembre 2025

Ilustración 1 Ejemplo de crítica hacia candidata por incumplimiento de normas electorales en MC

La aspirante es señalada por actos anticipados de campaña tras acudir a la Cámara de Diputados para reunirse con miembros de Morena, también por su cercanía con el expresidente Andrés Manuel López Obrador.

Fuente: portal web, El Sol de Chipas, diciembre 2025.

Este mismo patrón se replica en **las aspirantes a integrar el TDJ**, quienes de igual forma **fueron cuestionadas, principalmente, por tener vinculación con un partido político (12.1%)** e incumplimiento en normas electorales (1.1%). Finalmente, **en el caso de las aspirantes al TEPJF las críticas también apuntaron a tener relación con algún partido político (1.1%)**, pero en mucho menor medida que a las mujeres que compitieron por las otras dos instancias del PJF.

Ilustración 2 Ejemplo de crítica hacia candidata por tener relación con un partido político en MC

Eso llevó a que entre los perfiles que irán en las papeletas figuren jueces y abogados que han mostrado cercanía con anterioridad al partido de gobierno Morena, como que fue consejera jurídica del ex Presidente , hija de la diputada oficialista Olga Sánchez Cordero así como exlegislador local de Morena . Los tres aspiran a ministros de la Suprema Corte.

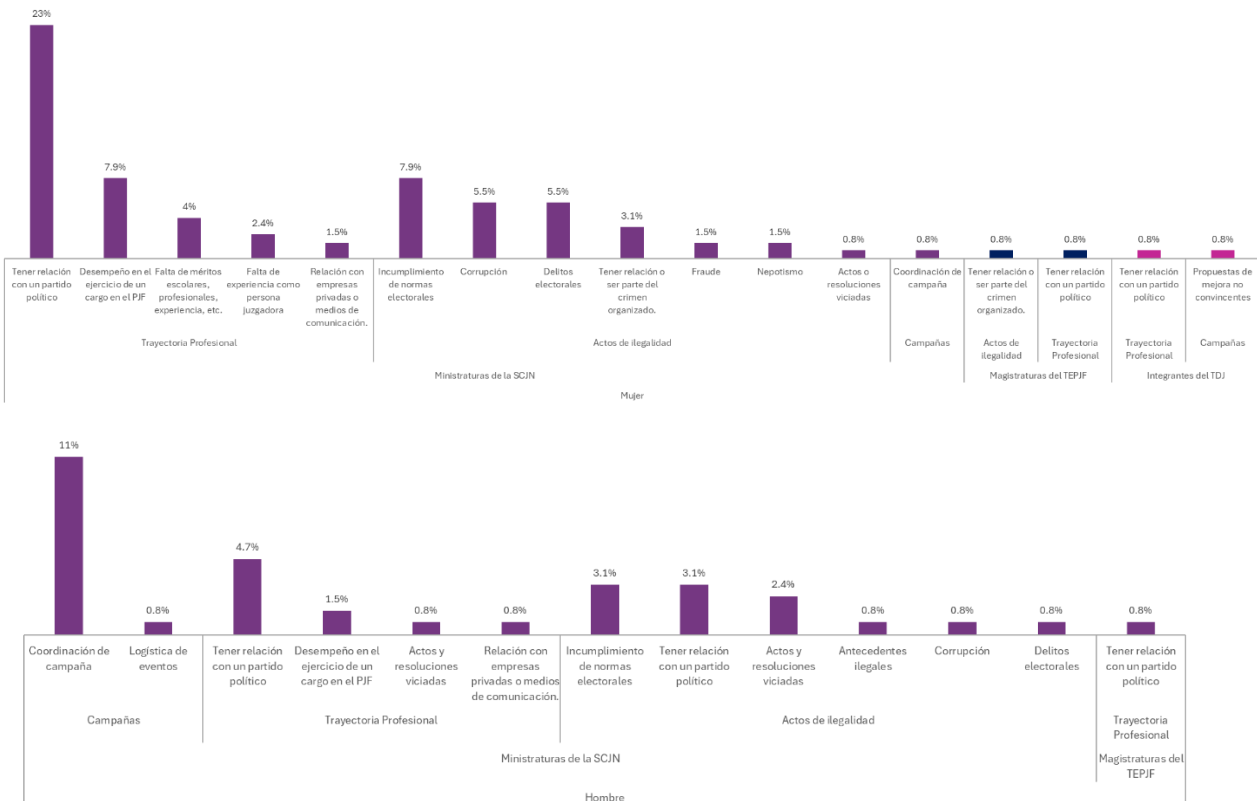
Fuente: portal web, Proceso, diciembre 2025

Como se ha señalado anteriormente, **las críticas dirigidas a los candidatos fueron considerablemente menores en comparación con las recibidas por las candidatas**. Estos señalamientos se concentraron primordialmente en los aspirantes a la SCNJ (15.4%), **centrándose en la categoría de trayectoria profesional**, específicamente por su supuesta vinculación con un partido político (9.9%). Este dato plantea interrogantes sobre el grado de independencia institucional que se percibe de los candidatos respecto a los grupos políticos del país.

En el caso de las personas aspirantes al TDJ y al TEPJF, las críticas también se concentraron en la misma categoría, específicamente en señalamientos relacionados con tener vínculos con algún partido político. El bajo volumen de cuestionamientos dirigidos a estos candidatos plantea interrogantes sobre si ello guarda relación con el peso mediático de los cargos a los que aspiraban o con el hecho de que, en el ámbito político, **los hombres suelen ser menos propensos a ser señalados, ya que el sistema político tiende a privilegiarlos y a considerarlos idóneos para ocupar cargos públicos sin que su trayectoria sea cuestionada**.

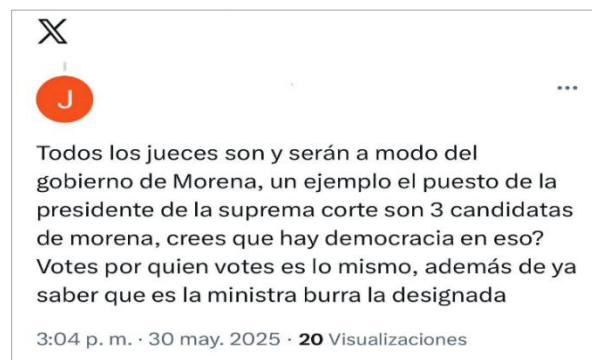
En redes sociales, la *Gráfica 33* muestra que **el panorama no fue distinto al que se presentó en medios convencionales, toda vez que la mayoría de las críticas también se enfocaron, aunque en mucho mayor medida, en las candidatas (68.6%)** que en los candidatos (31.4%). Los señalamientos se centraron, de igual forma, en las aspirantes a la SCJN, predominando nuevamente los cuestionamientos en la categoría de trayectoria profesional y particularmente por tener relación con un partido político (23%).

Gráfica 33 Tipo y motivo de crítica hacia candidaturas en RRSS por género a instancia del PJJ



Elaboración, CNCS, diciembre 2025

Ilustración 3 Ejemplo de crítica hacia candidatas por tener relación con un partido político en RRSS



Fuente: red social X, diciembre 2025

Asimismo, las críticas por actos de ilegalidad hacia las candidatas a la SCJN concentraron un mayor porcentaje que en medios convencionales, destacando hechos como incumplimiento de normas electorales (7.9%), corrupción (5.5%) y delitos electorales (5%). El patrón se mantiene constante en el caso de las aspirantes al TDJ, los señalamientos corresponden a la categoría de trayectoria profesional al tener supuestamente relación con un algún partido político (0.8%). Tendencia que se replica para el caso de las candidatas al TEPJF al recibir algunas críticas por el mismo motivo (0.8%).

Ilustración 4 Ejemplo de crítica hacia candidata por incumplimiento de normas electorales en RRSS



Fuente: red social X, diciembre 2025

Finalmente, este panorama evidencia que las mujeres enfrentan un escrutinio más amplio y severo con variaciones dependiendo con el cargo al que aspiran. La cobertura se dio desde un enfoque multidimensional ya que son cuestionadas desde distintos ámbitos, como el legal, profesional y moral. Este fenómeno resulta preocupante porque refuerza estereotipos que las posicionan como menos aptas para ocupar cargos de alta jerarquía, lo que impacta directamente en el reconocimiento público y el simbolismo que pueden tener dentro de posiciones importantes de toma de decisiones.

Es relevante destacar que las críticas a las mujeres se intensifican cuando aspiran a cargos de altas jerarquías lo que las expone a un escrutinio más severo y deslegitimador. Esto se refleja claramente en el tipo de señalamientos que recibieron dado que estos pueden operar en el imaginario colectivo para cuestionar su derecho a competir por estos espacios de poder. En este sentido se configuran **ideas en torno a su capacidad**, siendo así que se les tienda a exigir más que sus contrapartes masculinas, **lo que condiciona su participación político-electoral.**

En contraparte, si bien las críticas hacia los candidatos también se concentraron en los aspirantes a la SCJN (30.6%), aunque en mucho menor medida que hacia ellas, los señalamientos se caracterizan por ser hacia aspectos de sus campañas políticas como la coordinación y operación (11%), así como aspectos ilícitos que corresponden a actos de ilegalidad, resaltando motivos como el incumplimiento de normas electorales (3.1%) y tener relación o ser parte del crimen organizado (3.1%); además de ser cuestionados en la categoría de trayectoria profesional por tener relación con un partido político (4.7%).

Cabe señalar que, en el caso de las otras dos instancias en contienda, únicamente se registraron señalamientos hacia candidatos al TEPJF en la categoría de trayectoria profesional por tener relación con un partido político (0.8%).

Los datos revelan que las críticas dirigidas a los hombres responden a una lógica más funcional, centrada en sus relaciones políticas, sin cuestionar sus méritos, capacidades ni experiencia para ejercer el cargo, evidenciando una asimetría estructural.

Esto limita desde el reconocimiento de las mujeres en los espacios públicos hasta su capacidad para ejercer un cargo público. Como bien lo menciona Marcela Lagarde “La dimensión subjetiva del poder implica entonces dimensiones políticas simbólicas como la fama y el prestigio. Y, en la tradicional política patriarcal sobre las mujeres la fama y el prestigio han sido espacios de control moral y político a partir de los cuales se desvalorizan o se valoran las mujeres (...) La buena fama de las mujeres está ligada al cumplimiento de los deberes de género. El prestigio de las mujeres es más difícil de lograrse porque es un atributo masculino” (Ríos, 2012).

De esta forma las críticas realizadas a las mujeres se ven como evaluaciones políticas hacia ellas y que a su vez funcionan como mecanismo de control dentro del entorno donde intentan competir por un puesto de poder con alto valor político. Dado que el prestigio y reconocimiento son elementos que históricamente han sido controlados por la moral partiendo de la “idoneidad” para cuestionarlas y así validar su experiencia, conocimiento y moralidad. Cuando las mujeres son candidatas a un puesto de elección popular suelen recibir más críticas que los hombres exponiendo un mecanismo que las obliga a cumplir con ciertas expectativas, basadas en normas de género, ante la sociedad.

Este tipo de escrutinio no puede entenderse como neutral ni meramente informativo, sino como una práctica discursiva que reproduce relaciones de poder desiguales. Las críticas dirigidas a las mujeres candidatas operan como mecanismos simbólicos que regulan su presencia en el espacio público, al exigirles cumplir con estándares diferenciados, de conducta, trayectoria y legitimidad. Mientras que a los hombres se les reconoce de manera automática su autoridad política, en el caso de las mujeres su participación suele estar condicionada a procesos constantes de validación, en los que se examina no solo su capacidad técnica o experiencia, sino también su comportamiento y su adecuación a normas morales socialmente impuestas.

Es importante señalar que este apartado guarda estrecha relación con el apartado de menciones, puesto que desde ahí se puede comenzar a visibilizar hacia donde se dirigió la conversación y contenidos de los medios de comunicación durante este proceso electoral. Es de esperarse que muchas de las menciones realizadas a las personas candidatas coincidan con el número de las críticas que aquí aparecen, dado que muchas menciones realizadas a las mujeres son el mecanismo para plasmar las críticas que reciben. Es decir que la interacción que guardan los apartados de menciones y críticas es un espacio relacionado por narrativas que marcan una pauta de cuestionamiento mediático que deja al descubierto la construcción de juicios que reciben las mujeres en el ámbito político-electoral.

5. Violencia

La baja cobertura no niega la violencia; evidencia su invisibilización y normalización estructural

En México, los procesos electorales han sido históricamente escenarios de conflictos y diversas expresiones de violencia orientadas a debilitar la competencia por los cargos públicos y a obstaculizar el desarrollo de elecciones en condiciones que garanticen la seguridad y el ejercicio pleno de los derechos político-electorales de todas las personas involucradas, particularmente de las candidaturas y de la ciudadanía. La persistencia de estas prácticas ha erosionado la credibilidad y la legitimidad de los procesos electorales, así como la confianza pública en quienes participan en ellos, lo que impacta en la calidad de la vida democrática.

A lo largo de la historia electoral del país se han documentado hechos violentos que trascienden la mera afectación institucional de la democracia, pues buscan incidir de forma directa en las trayectorias políticas de las personas candidatas. No obstante, dichas afectaciones no se distribuyen de manera homogénea. La violencia política presenta un carácter diferenciado y desproporcionado contra las mujeres, sustentado en constructos sociales, culturales y estructuras de poder patriarcales que históricamente han limitado su acceso, permanencia y ejercicio de cargos públicos por el solo hecho de ser mujeres.

En el ámbito político-electoral, la violencia contra las mujeres tiende a ser normalizada y justificada como un “costo” inherente a su participación en la vida pública, lo que contribuye a su invisibilización y a la ausencia de una respuesta institucional y social contundente para su prevención, sanción y erradicación. Esta lectura minimiza su gravedad y desconoce que se trata de una problemática de carácter estructural que vulnera los derechos humanos y político-electorales, no solo de las mujeres, sino de la sociedad en su conjunto. Asimismo, constituye una forma de resistencia a la consolidación de una democracia paritaria, al manifestarse mediante expresiones simbólicas, físicas, psicológicas, mediáticas y digitales que afectan directamente la representación política y la participación igualitaria de mujeres y hombres.

El PEEPJF 2024-2025 representó un reto significativo para las personas candidatas que contendieron por cargos de elección en una de las tres instancias judiciales nacionales, toda vez que, por primera vez, integrantes de este poder participaron en campañas políticas. Al tratarse de un proceso competitivo por espacios de poder y toma de decisiones, la VP y la VPMRG se manifestaron durante la etapa de campañas electorales; no obstante, su impacto se diferenció entre mujeres y hombres.

En particular, el tratamiento mediático recibido por las candidatas a la SCJN constituyó el eje central de las expresiones de violencia identificadas en medios de comunicación convencionales y en redes sociales. Al competir por el máximo órgano de impartición de justicia, la atención pública y la conversación digital se concentraron de manera significativa en sus candidaturas, lo que propició estrategias de desprestigio dirigidas no solo a cuestionar su desempeño como servidoras públicas, sino a deslegitimarlas por el hecho de ser mujeres. Ello evidencia que tanto sectores de la ciudadanía activa en redes sociales como actores que utilizan los medios de comunicación como espacios de libre expresión recurrieron a estos canales para afectar su imagen pública y menoscabar su participación política, reproduciendo estereotipos de género y prácticas que obstaculizan la igualdad en el acceso y ejercicio del poder judicial.

En el análisis de las publicaciones provenientes de medios de comunicación convencionales y de redes sociales se identificaron diversos hechos que, por sus características, pueden ser constitutivos de violencia -política o en razón de género-, los cuales contaron con cobertura mediática o se manifestaron

directamente en alguno de los espacios de la comunicación analizados. Dentro de las publicaciones originales se registró la presencia de uno o más hechos de violencia dentro de una misma publicación, lo que requirió un procedimiento de desagregación para documentar cada caso.

En el caso de los medios de comunicación convencionales se detectaron uno o más hechos de violencia en 11 publicaciones, lo que representa el 2.5% del total de los registros analizados. En siete casos se duplicaron los registros, dando como resultado 18 hechos de violencia documentados (*Gráfica 34*). Para las redes sociales se aplicó el mismo criterio metodológico. En este ámbito, se identificaron uno o más hechos de violencia en 50 publicaciones, equivalentes al 5 % de la muestra analizada. En 17 de ellas se detectaron hasta dos casos de violencia, lo que arrojó 67 hechos dirigidos contra una o más candidaturas (*Gráfica 35*).

Gráfica 34 Publicaciones de MC con hechos de violencia

Gráfica 35 Publicaciones de RRSS con hechos de violencia



Elaboración CNCS, diciembre 2025

Si bien el número de hechos de violencia identificados en ambas plataformas resulta reducido en comparación con la amplia cobertura mediática que recibió este proceso electoral en medios convencionales y redes sociales, esta situación puede explicarse por el tipo de información que los propios medios decidieron privilegiar en sus publicaciones, lo cual tuvo un impacto directo en la conversación pública digital. Como se ha señalado previamente, la mayor parte de los contenidos analizados tuvo un carácter predominantemente informativo, derivado de la novedad que representó este proceso electoral.

En este sentido, la cobertura mediática se centró en explicar los elementos básicos del proceso electoral, tales como las instancias en competencia, el número de candidaturas en disputa, las modalidades de votación y los aspectos organizativos de la elección. **Este énfasis informativo generó un volumen considerable de contenidos orientados a la divulgación y comprensión del proceso, lo que limitó la visibilidad y presencia de hechos de violencia en las muestras analizadas, aun cuando estos se manifestaron a lo largo de las campañas electorales.** De acuerdo con el [Boletín número: 318](#) del INE, durante el PEEPJF la Comisión de Quejas y Denuncias recibió 309 quejas, de las cuales 42 fueron por hechos relacionados por hechos de VPMRG. Si bien, el propio informe no refleja el total de casos de VP, estos datos dimensionan la gravedad de realizar una cobertura informativa basada en hechos generales.

No obstante, esta baja representatividad no debe interpretarse como ausencia de VP y de VPMRG, sino como un efecto de los marcos informativos adoptados por los medios que tienden a invisibilizar o minimizar las expresiones de violencia en particular aquellas dirigidas contra las mujeres cuando no se consideran noticiables o prioritarias frente a otros temas. **Esta dinámica contribuye a la normalización de la violencia política y dificulta su identificación como un problema estructural que afecta de manera diferenciada la participación política de mujeres y hombres.**

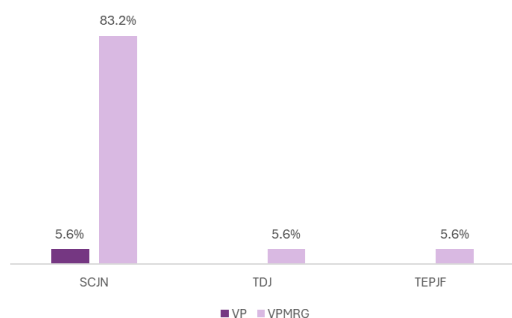
El fenómeno de la violencia no se manifestó de manera homogénea ni entre las distintas instancias en competencia ni entre las candidaturas participantes. **Los resultados muestran que la mayoría de los hechos identificados se dirigieron hacia las candidaturas de mujeres, particularmente a través de expresiones de VPMRG**, lo que confirma su carácter diferenciado y desproporcionado.

Asimismo, **la distribución de estos hechos evidenció una concentración específica en determinadas candidatas. En los medios de comunicación convencionales, la mayor parte de la VPMRG identificada se dirigió contra las candidatas a la SCJN, quienes concentraron el 83.3 % de los casos registrados.** En contraste, las mujeres contendientes por las otras dos instancias, TDJ y el TEPJF, registraron proporciones significativamente menores, con 5.6 % de los casos cada una (*Gráfica 36*).

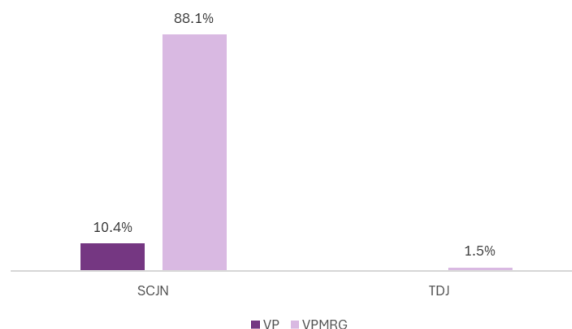
En el ámbito de las redes sociales esta tendencia se acentuó aún más, ya que **el 88.1 % de los hechos de VPMRG se concentró en las candidaturas de mujeres a la SCJN, mientras que únicamente el 1.5 % se dirigió contra las candidatas al TDJ** (*Gráfica 37*). Estos datos continúan con una tendencia vista en otros procesos electorales: **la exposición mediática asociada a cargos de mayor jerarquía incrementa la probabilidad de que las mujeres enfrenten formas específicas de violencia basadas en estereotipos de género y en intentos de deslegitimación de su autoridad** (INE, 2024).

Por otra parte, la VP en sentido general tuvo una presencia limitada en las publicaciones analizadas de ambas plataformas, al representar en conjunto el 16% de los hechos identificados: 5.6% en medios convencionales y 10.4% en redes sociales.

Gráfica 36 VP y VPMRG identificada en MC por instancia del PJF



Gráfica 37 VP y VPMRG identificada en RRSS por instancia del PJF



Elaboración CNCS, diciembre 2025

El alto índice de casos de VPMRG identificado en ambas plataformas confirma lo señalado por Krook & Restrepo Sanín en el sentido de que **este tipo de violencia transmite un mensaje colectivo dirigido a las mujeres como grupo, más que a las personas de manera individual, cuyo objetivo es comunicar que su participación en la política no es deseable ni legítima.** En este marco, **la VPMRG opera como un mecanismo que busca desalentar la incursión de las mujeres en los espacios de poder y toma de decisiones** (Krook & Restrepo Sanín, 2016).

En el caso este proceso electoral inédito las expresiones de VPMRG respondieron de manera directa al contexto específico en el que se desarrolló la contienda. **La combinación de la novedad del proceso, la relevancia política de los cargos en disputa y la elevada exposición pública de mujeres candidatas, cuyas trayectorias políticas y personales las posicionaron como figuras visibles, generó un entorno propicio para que distintos actores recurrieran a mecanismos y modalidades de violencia orientados a desacreditar su**

avance en un sistema históricamente dominado por hombres, en el que la paridad de género aún no se encontraba plenamente consolidada y su presencia continuaba subordinada a estructuras de poder masculinas.

En este sentido, la violencia identificada puede interpretarse como una expresión de resistencia patriarcal frente a la pérdida de espacios tradicionalmente ocupados por hombres, cuyo propósito central fue frenar el avance de las mujeres y obstaculizar su acceso a posiciones de decisión dentro del PJF.

Si bien en cualquier proceso electoral pueden existir cuestionamientos legítimos relacionados con la experiencia, la formación técnica o las capacidades profesionales de las personas candidatas, la predominancia de casos de VPMRG demuestra que los ataques no se orientaron principalmente a estos aspectos, sino a deslegitimar la presencia de las mujeres por el solo hecho de serlo.

La distinción resulta fundamental, ya que la mayor prevalencia de VPMRG en ambas plataformas pone de manifiesto que, cuando las mujeres adquieren mayor visibilidad y voz en los procesos electorales, su presencia es percibida como una amenaza al orden establecido. **Al desafiar el *statu quo*, las mujeres candidatas enfrentan el uso de la violencia como un mecanismo para frenar la transición de género en el poder, cuyas formas y expresiones varían en función del tipo de cargo en disputa y del posicionamiento público de quienes compiten por ocuparlo.**

Violencia Política

La mediatización y la viralidad como factores clave para visibilizar la violencia política

La presencia de la violencia política en esta elección fue escasa ya que en medios convencionales y en redes sociales estuvo presente en 8 publicaciones. Este número representa un problema para la nula visibilidad que tuvieron aquellos hechos presentes durante la contienda electoral al no tener un enfoque que los visibilice y ayude a colocar el tema en diversos ámbitos dentro de la sociedad, con el objeto de contribuir a cambiar patrones sociales y culturales que normalizan el problema dentro de procesos como los electorales.

Cuando la mediaticidad y la viralidad adquieren mayor relevancia que el reconocimiento del problema social y estructural se activa el efecto “bola de nieve” en la amplificación de determinados temas, impulsado por medios de comunicación, actores políticos específicos y por narrativas que captan la atención pública. Este proceso incrementa de manera progresiva la visibilidad del tema hasta consolidarlo como un eje central de la agenda pública, mismo que se puede vincular con la teoría de la *agenda setting*, la cual sostiene que la reiteración, jerarquización y prominencia de ciertos contenidos en los medios de comunicación influyen de manera significativa en la percepción social sobre qué asuntos son relevantes o prioritarios (McCombs, 2006).

En este sentido, la lógica de la viralidad incluso puede reforzar marcos interpretativos, simplificados o sesgados que desplazan el análisis de las causas estructurales y contribuyen a invisibilización de otros hechos que pueden ser relevantes.

Tal es el caso de los hechos dados a conocer por un candidato a la SCJN, quien, a través de sus cuentas en redes sociales, difundió información relativa a presuntos acontecimientos vinculados con el crimen organizado que involucraban a personas asociadas al sexenio presidencial de 1988 a 1994. Las

declaraciones realizadas adquirieron una relevancia significativa, lo que llevó a diversos medios de comunicación a retomar la información y otorgarle una amplia cobertura mediática; de manera paralela, el tema se posicionó de forma destacada en la conversación pública en redes sociales.

Tabla 3 Difusión de la VP en MC por tipología y hecho

Difusión de la VP	Tipología y hecho
	Amenaza
	Amenaza verbal
Declaración	100%

Tabla 4 Difusión de la VP en RRSS por tipología y hecho

Difusión de la VP	Tipo y hechos de VP		
	Amenaza	Daño Moral	
	Amenaza verbal	Difamación	Insultos
Declaración		28.6%	42.9%
Testimonio	14.3%		14.3%

Elaboración CNCS, diciembre 2025

Es importante señalar que la relevancia adquirida por este tema contribuyó a que se constituyera como el único caso de VP registrado en los medios de comunicación convencionales⁹ (Tablas 3 y 4). Dicho caso derivó de una amenaza verbal dirigida contra un candidato a la SCJN, la cual fue dada a conocer a través de una declaración realizada por un tercero y posteriormente difundida por los medios.

En el ámbito de las redes sociales, los siete hechos de VP identificados se concentraron igualmente en este mismo tema¹⁰. Entre ellos, se registró una publicación en la que el propio candidato ofreció un testimonio directo sobre la existencia de amenazas verbales en su contra, difundido a través de redes sociales y retomado por algunos medios de comunicación. El resto de las publicaciones correspondieron a referencias a declaraciones de terceros, en las que se hicieron públicos señalamientos difamatorios o expresiones insultantes dirigidas hacia el mismo candidato.

A pesar de haberse identificado un único caso de VP en sentido general dirigido contra un candidato, esta situación no atenúa, sino que agrava, la condición de desventaja que enfrentaron las mujeres que participaron en esta contienda electoral. Ello se debe a que, como se ha evidenciado a lo largo del análisis, la mayor parte de los hechos de violencia registrados correspondieron a expresiones de VPMRG, lo que pone de relieve el carácter diferenciado y estructural de estas agresiones.

Ilustración 5 Ejemplo de VP (amenaza) en MC



Ilustración 6 Ejemplo de VP (insultos) en RRSS



Fuente: Obtenido a través de RRSS y MC, diciembre 2025

⁹ Link a la publicación en medios convencionales <https://goo.su/rZYT>

¹⁰ Link a la publicación en redes sociales <https://goo.su/ANjgDbH>

Los resultados muestran que este proceso electoral no se centró en cuestionar o deslegitimar a las candidaturas a partir de hechos o criterios que afectaran en igual proporción a mujeres y hombres, tales como el desempeño profesional, la trayectoria o las capacidades técnicas. Por el contrario, las mujeres fueron objeto de cuestionamientos y agresiones dirigidas específicamente a su condición de género, mediante expresiones y prácticas que buscaron deslegitimar su presencia en el espacio público y colocarlas en una situación de desventaja frente a sus pares masculinos.

En este sentido, la violencia identificada en el presente análisis revela que la contienda electoral reprodujo patrones que afectan de manera directa la participación política de las mujeres al no dar la relevancia a los posibles hechos de VP que hayan ocurrido en contra de ellas. Estas prácticas no solo vulneran sus derechos político-electorales, sino que también constituyen un obstáculo para la consolidación de una democracia paritaria, al limitar su acceso efectivo a los espacios de poder y toma de decisiones en condiciones de igualdad.

Violencia Política en Razón de Género

La VPMRG como mecanismo de disciplinamiento político

La VPMRG durante el PEEPJF puede entenderse como un mecanismo de disciplinamiento dirigido a aquellas mujeres que alcanzan mayor visibilidad y presencia en espacios de poder más que como una estrategia orientada exclusivamente a su expulsión formal del ámbito político. Como señala Rita Segato, la violencia de género cumple una función pedagógica y ejemplarizante: castiga a quienes transgreden el orden simbólico patriarcal y, al mismo tiempo, envía un mensaje aleccionador a otras mujeres sobre los límites de lo “permitido” (Segato, 2016).

En este sentido, la VPMRG no se manifestó a través de intentos directos de exclusión institucional o violencia física, sino a partir de prácticas de deslegitimación, cuestionamiento de capacidades y ataques simbólicos que afectaron el ejercicio pleno de sus campañas. Estas dinámicas coinciden con lo que Krook y Restrepo Sanín conceptualizan como violencia política de género de tipo simbólico y psicológico, cuyo sentido principal es minar la autoridad, credibilidad y legitimidad de las mujeres en la competencia política (Sanín, 2016). Esta lógica se traduce en una cobertura, narrativa y escrutinio desproporcionados que operan como barreras informales para la igualdad sustantiva en la contienda.

Durante el PEEPJF se registraron 17 casos de VPMRG en medios convencionales dirigidos a ocho candidatas y 60 en redes sociales a once candidatas (*Tabla 5*).

Tabla 5. Número de candidatas afectas por VPMRG en MC y RRSS

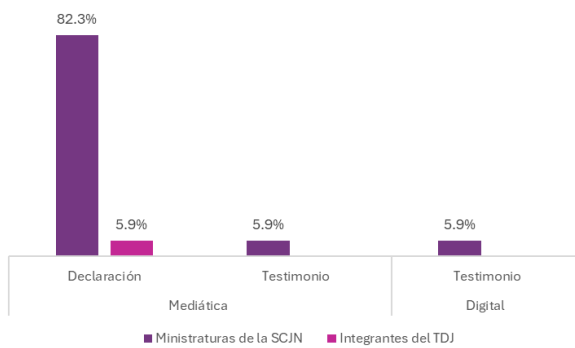
	Hechos de VPMRG registrados	Candidatas afectadas por la VPMRG
Medios convencionales	17	8
Redes sociales	60	11

Elaboración CNCS, diciembre 2025

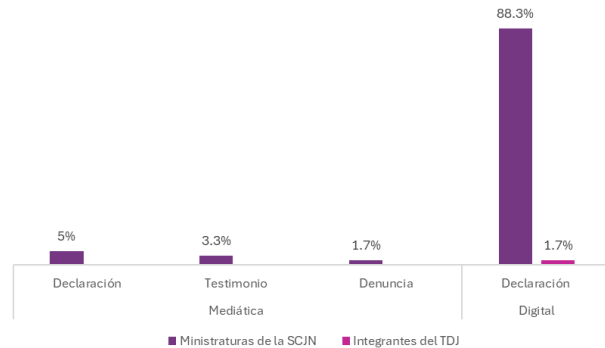
Tanto en medios convencionales (*Gráfica 38*) como en redes sociales (*Gráfica 39*) los hechos de VPMRG se difundieron principalmente a través de terceras personas que hicieron declaraciones al respecto. Este hallazgo revela que su difusión se construye mayoritariamente a partir de voces mediadoras, lo que supone una limitación sistemática de la capacidad de las mujeres afectadas para expresar su propia voz.

La centralidad de las terceras personas en la narrativa evidencia un patrón de representación que limita la agencia política de las mujeres y subordina su experiencia a marcos interpretativos externos. Desde una perspectiva de género esta mediación no es neutral ya que contribuye a la reproducción de violencia simbólica y revictimización al desplazar a las mujeres de protagonistas en la política a objeto de discurso, cuya legitimidad depende de la validación de otros actores. Este patrón se confirma con la baja presencia de testimonios de mujeres afectadas por hechos de VPMRG (11.8% en medios convencionales y apenas 3.3% en redes sociales). En este contexto, el registro del caso en el que una candidata a la SCJN denunció directamente un hecho de VPMRG (1.7%) constituye una excepción significativa, al evidenciar un ejercicio activo de la voz y la denuncia por parte de la propia afectada.

Gráfica 38. Modalidad y difusión de la VPMRG en MC



Gráfica 39. Modalidad y difusión de la VPMRG en RRSS



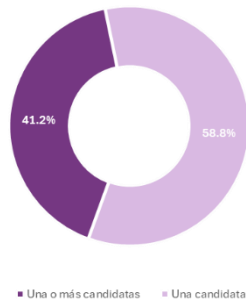
Elaboración CNCS, diciembre 2025

Los registros muestran que, si bien la VPMRG en medios convencionales afectó a un número reducido de mujeres, su impacto se concentró de manera significativa en casos reiterados sobre las mismas personas (Gráfica 40). De los 17 registros identificados, el 58.8% se dirigió contra una sola candidata, mientras que el 41.2% involucró a una o más candidatas de manera conjunta.

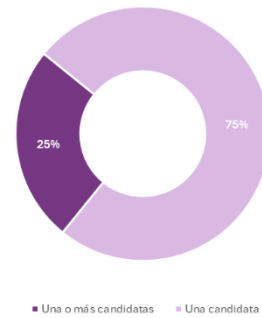
Esta distribución sugiere un patrón de focalización de la violencia, en el que determinadas mujeres, particularmente aquellas con mayor visibilidad pública o relevancia en la contienda, se convierten en blancos recurrentes de ataques mediáticos. Como señalan Krook y Restrepo (Sanín, 2016) la VPMRG no se distribuye de forma aleatoria, sino que tiende a concentrarse en mujeres que desafían con mayor fuerza las jerarquías de género y el orden político tradicional.

Asimismo, la reiteración de agresiones contra una misma candidata refuerza el carácter disciplinador y ejemplarizante de la violencia mediática que no sólo busca erosionar la legitimidad individual de la mujer atacada, sino que envía un mensaje disuasivo al resto de las mujeres que participan en la competencia política. Desde la perspectiva de la violencia simbólica (Bourdieu, 2000), esta repetición contribuye a normalizar la descalificación y a producir efectos de autocensura, desgaste y desigualdad en las condiciones de la contienda.

Gráfica 40. Hechos de violencia que afectaron a una o más candidatas en MC



Gráfica 41. Hechos de violencia que afectaron a una o más candidatas en RRSS

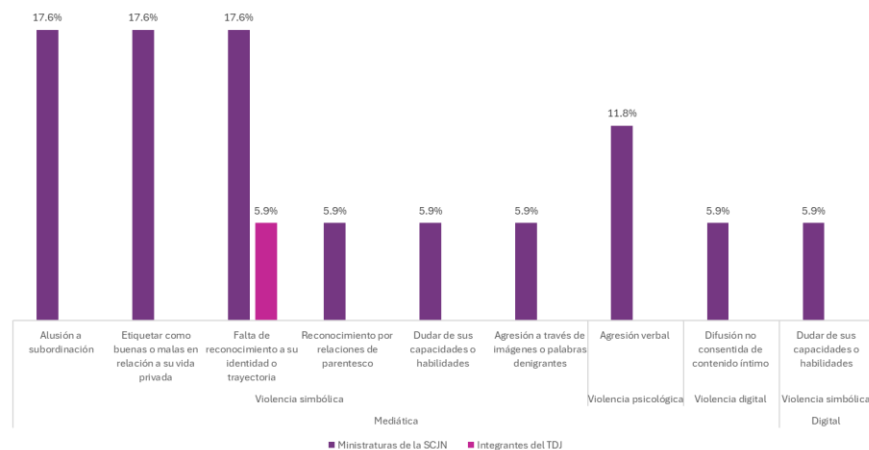


Elaboración CNCS, diciembre 2025

En el caso de redes sociales (Gráfica 41), la VPMRG presentó una mayor intensidad y concentración que en los medios convencionales. Del total de registros, el 75% se dirigió contra una sola candidata, mientras que el 25% involucró a una o más candidatas de manera conjunta. Este patrón confirma que **las redes sociales funcionan como espacios de focalización y amplificación de la violencia, donde ciertas mujeres (especialmente aquellas con mayor visibilidad, posicionamiento, exposición pública o mayores posibilidades de triunfo) se convierten en objetivos preferentes de ataques reiterados.**

Asimismo, la diferencia entre ataques individualizados (75%) y colectivos (25%) sugiere que las redes sociales favorecen estrategias de personalización del ataque, facilitadas por dinámicas como el anonimato, la viralidad y la repetición, lo que incrementa los costos emocionales, reputacionales y políticos para las candidatas afectadas. **Los datos evidencian que la VPMRG en redes sociales no sólo es más frecuente, sino también más persistente y concentrada, lo que profundiza las condiciones de desigualdad estructural en la competencia política y refuerza la necesidad de respuestas diferenciadas para el entorno digital.**

Gráfica 42. Tipo y hecho de VPMRG por instancia en MC



Elaboración CNCS, diciembre 2025

El análisis de los tipos y hechos de VPMRG dirigidos contra mujeres candidatas en medios convencionales, muestra una clara prevalencia de la violencia simbólica (Gráfica 42), con altos porcentajes en alusión a subordinación (Ilustración 7), las etiquetas con respecto a su vida privada y la falta de reconocimiento a su

identidad o trayectoria (17.6% en cada una) en la modalidad mediática. Este tipo de violencia se refleja a través de prácticas discursivas naturalizadas que buscan desvalorizar a las mujeres sin excluirlas formalmente de la contienda. En el caso del PJF, estos mecanismos adquieren especial relevancia, ya que afectan directamente la percepción de legitimidad, mérito e idoneidad de las candidatas.

Ilustración 7 Ejemplo alusión a subordinación en MC en la modalidad mediática

¿De qué forma la ciudadanía va a seleccionar por cuáles candidaturas votar? Hay miles de candidaturas que son anónimas para la gran mayoría ciudadana. Al iniciar la campaña vimos cómo algunas candidatas que militan en el oficialismo, empezaron a hacer lo que hacían antes los priistas, ir a las maquinarias gremiales de operación electoral, porque sin ellas cualquier candidatura está destinada al fracaso, o cuando menos a permanecer en el anonimato. Por eso las tres ministras morenistas (la "chulada" de [redacted] la del "pueblo" que llegó por dedazo, [redacted] y la plagiaria [redacted]) recurrieron a mecanismos corporativos y clientelares; sindicatos de maestros, electricistas y grupos de ambulantes, que han declarado su morenismo militante, las apoyan. Imaginemos cómo serán las sentencias de esas ministras en la nueva SCJN.

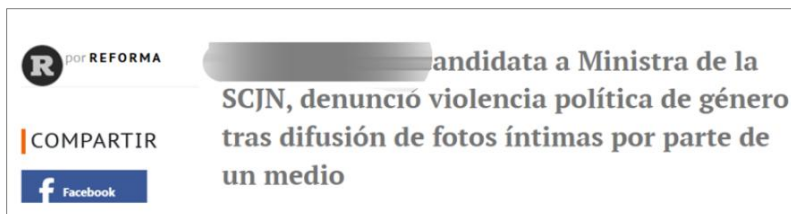
Fuente: El Siglo de Durango, diciembre 2025

Se identificaron hechos de violencia simbólica vinculados al reconocimiento de las candidatas a partir de relaciones de parentesco (5.9%) y a la duda sobre sus capacidades o habilidades profesionales (5.9%). **Estos elementos refuerzan la noción de que los logros de las mujeres no son producto de trayectorias propias, sino de vínculos personales, lo que ejemplifica la tendencia a deslegitimizar y desprofesionalizar a las mujeres líderes que alcanzan altos niveles en las jerarquías de poder.**

En menor proporción, pero con efectos significativos, **se registraron hechos de violencia psicológica**, particularmente a través de agresiones verbales (11.8%). Estas agresiones contribuyen a un clima hostil que incrementa los costos emocionales de la participación política de las mujeres, afectando su desempeño y exposición pública.

La difusión no consentida de contenido íntimo (Ilustración 8), aun cuando representa un porcentaje menor (5.9%) dentro del total de hechos identificados en medios convencionales, constituye una de las formas más graves y extremas de VPMRG. Su relevancia analítica no radica en su frecuencia, sino en su potencial altamente nocivo, tanto para los derechos políticos como para la dignidad, la integridad y la vida privada de las mujeres candidatas.

Ilustración 8 Ejemplo de difusión de contenido íntimo no consentido en MC



Fuente: Reforma, 2025

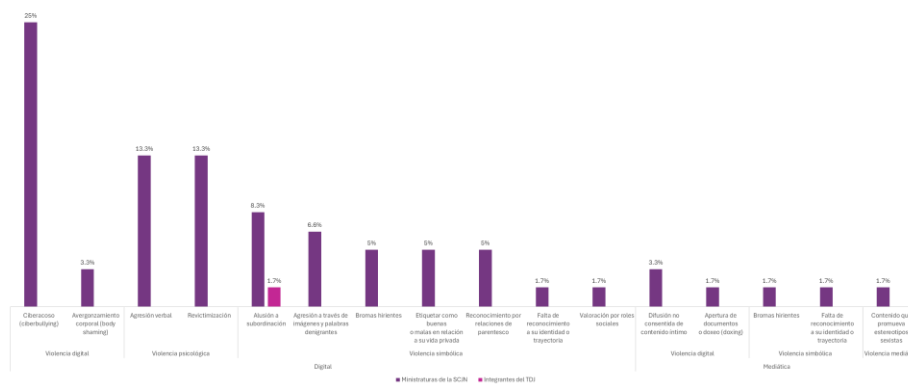
A diferencia de otros hechos de violencia **este tipo de agresión trasciende deliberadamente el ámbito político para desplazar el ataque hacia la esfera íntima y corporal de las mujeres.** Como advierte *Catharine MacKinnon*, la sexualización forzada y la exposición del cuerpo femenino funcionan como mecanismos de control que buscan reducir a las mujeres a su condición sexual, anulando su autoridad

política y profesional (MacKinnon, 1989). En este sentido, la difusión de contenido íntimo no constituye un ataque incidental, sino una estrategia dirigida a despojar a las mujeres de legitimidad pública mediante la humillación.

En la modalidad digital, aunque los registros son menores, **persiste la violencia simbólica, particularmente a través de la duda sobre las capacidades o habilidades de las candidatas (5.9%)**. Esto confirma la continuidad de los esquemas de deslegitimación entre ambas modalidades y refuerza la idea de que las redes sociales funcionan como espacios de replicación y amplificación de narrativas previamente instaladas.

En el caso de la candidata al TDJ, si bien el volumen de registros es menor, la falta de reconocimiento a su identidad o trayectoria representó un 5.9%. **La violencia dirigida hacia ella evidencia que incluso en órganos diseñados para vigilar, sancionar y garantizar la ética judicial, persisten narrativas mediáticas que cuestionan la legitimidad de las mujeres y minimizan su experiencia profesional. Esta situación es especialmente significativa, ya que el TDJ representa una instancia asociada al control, la autoridad y la sanción, atributos históricamente masculinizados.**

Gráfica 43. Tipo y hecho de VPMRG por instancia en RRSS



Elaboración CNCS, diciembre 2025

En redes sociales (Gráfica 43), la VPMRG se manifestó principalmente a través de violencia digital, simbólica y psicológica, con un claro énfasis en el hostigamiento directo y el desgaste de las candidaturas. El hecho más frecuente fue el ciberacoso (ciberbullying), que representó el 25% de los registros dirigidos contra candidatas a la SCJN, lo que evidencia que el hostigamiento sistemático está orientado a saturar el espacio digital con mensajes hostiles (Ilustración 9). A ello se suman con un 13.3% expresiones de violencia psicológica, como la agresión verbal y la revictimización (Ilustración 10), que contribuyen a normalizar la descalificación, responsabilizar a las propias candidatas por los ataques recibidos y profundizar los costos emocionales y políticos de su participación.

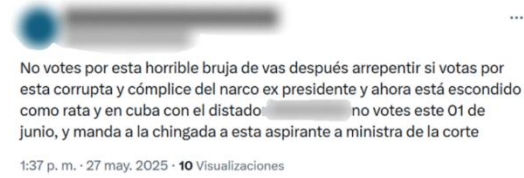
Estas prácticas generan un efecto acumulativo de desgaste emocional y político, al colocar a las mujeres en una posición permanente de defensa y justificación, afectando directamente su capacidad para ejercer campaña y sostener su presencia pública. La relevancia de la revictimización en el ámbito digital resulta particularmente significativa, ya que revela cómo las redes sociales operan como espacios donde la violencia se reproduce, legitima y amplifica, transformando a las víctimas en responsables de sus ataques.

Ilustración 9 Ejemplo de cyberbullying en RRSS en la modalidad digital



Fuente: Red social X, diciembre 2025

Ilustración 10 Ejemplo de agresión verbal en RRSS en la modalidad digital



Fuente: Red social X, diciembre 2025

La violencia simbólica también tuvo una presencia relevante en redes sociales. La alusión a la subordinación concentró el 8.3% de los registros en el caso de candidatas a la SCJN y el 1.7% en el de la aspirante al TDJ, lo que refleja una exposición a narrativas que las colocan en posiciones de inferioridad dentro del campo judicial. Asimismo, se identificaron agresiones mediante imágenes y palabras denigrantes (6.6%), bromas hirientes (5%) y reconocimiento por relaciones de parentesco (5%).

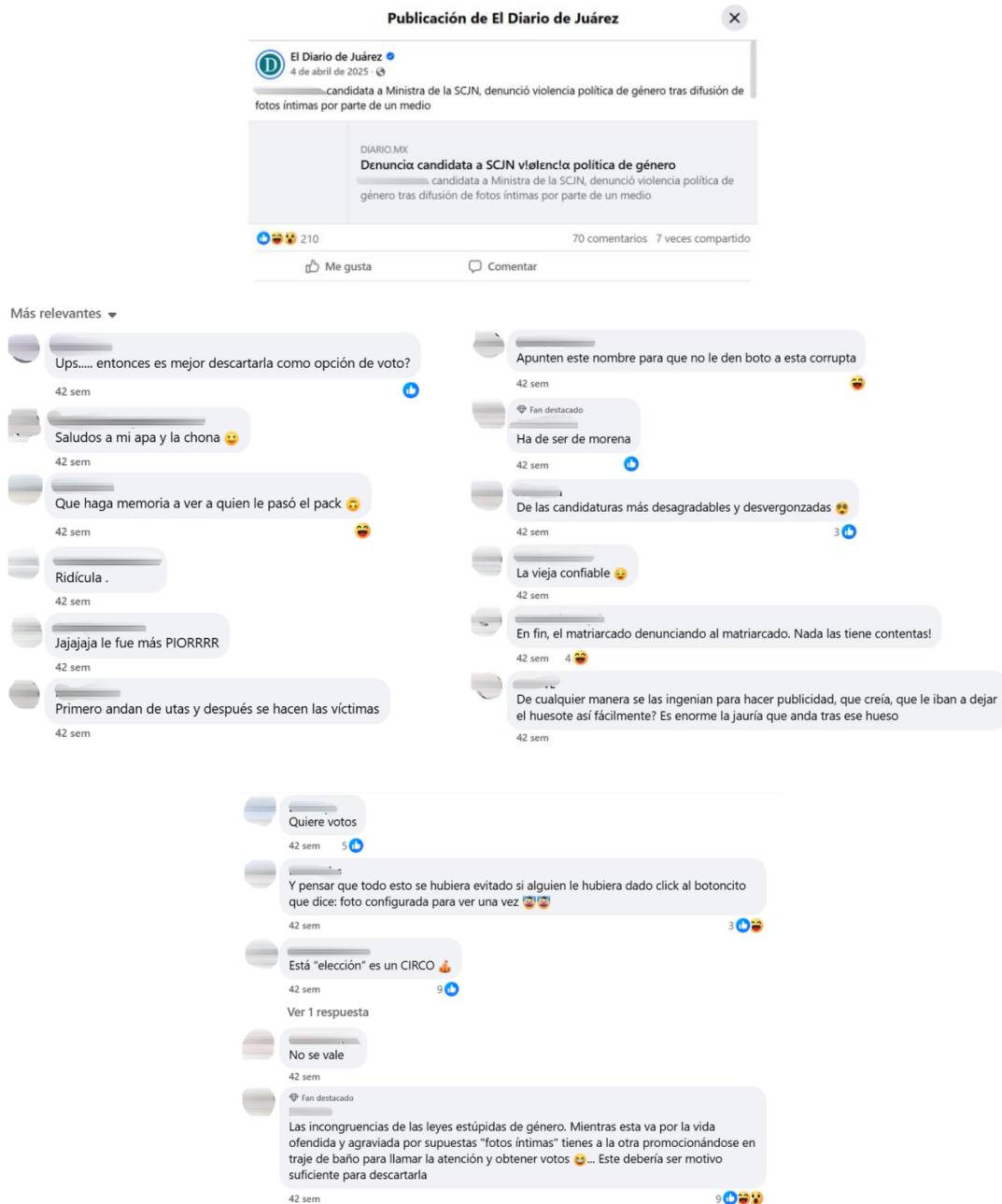
En la modalidad mediática, aunque la frecuencia y diversidad de hechos fue menor, se mantuvo una lógica de violencia simbólica y mediática con efectos estructurales. Se registraron bromas hirientes (1.7%) y falta de reconocimiento a la identidad o trayectoria profesional (1.7%), prácticas que, al provenir de espacios con legitimidad pública, como son las cuentas informativas de medios de comunicación, contribuyen a la normalización de narrativas que minimizan o desvalorizan la experiencia de las mujeres candidatas.

Resulta especialmente relevante la presencia de **violencia digital en medios convencionales, como la difusión no consentida de contenido íntimo (3.3%)**. Estas prácticas no sólo vulneran derechos fundamentales, sino que trasladan el ataque a la esfera íntima y personal de las mujeres, operando como mecanismos extremos de castigo y disciplinamiento de género.

Las reacciones de perfiles en redes sociales ante la noticia sobre la difusión no consentida de contenido íntimo de una candidata a ministra de la SCJN evidencian un patrón claro de violencia política de género agravada, en el que los comentarios funcionan como un segundo nivel de victimización. Lejos de expresar preocupación por la vulneración de derechos, una parte significativa de las respuestas reproduce discursos misóginos, sexualizantes, revictimizantes y deslegitimadores, que trasladan la responsabilidad de la violencia a la propia candidata (*Ilustración 11*).

En estos comentarios se observa, una culpabilización directa de la víctima, mediante expresiones que minimizan el hecho (“eso se hubiera evitado”), cuestionan su conducta pasada o presente, o sugieren que la difusión del material íntimo es consecuencia de decisiones personales. Esta narrativa responde a un esquema clásico de revictimización, en el que la violencia es justificada a partir de juicios morales sobre la sexualidad, la vida privada o la supuesta “incongruencia” de la mujer afectada, desplazando el foco del agresor hacia la víctima.

Ilustración 11 . Ejemplo de difusión no consentida de contenido íntimo y revictimización en RRSS en la modalidad mediática



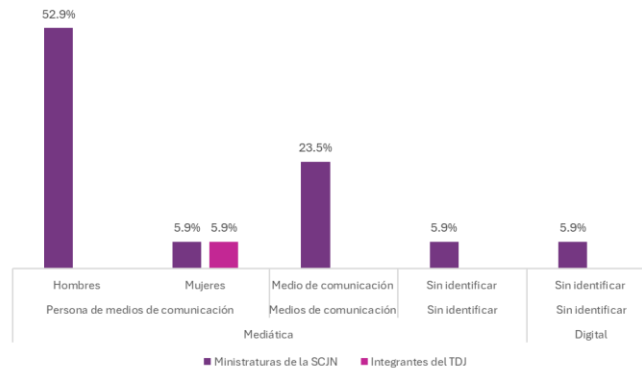
Fuente: Red social X, diciembre 2025

Los comentarios incorporan una fuerte carga de violencia simbólica y sexual, al reducir a la candidata a su cuerpo, su vida íntima o a rumores no verificados, anulando su identidad como sujeta política y profesional del derecho. Expresiones que la califican de “desagradable”, “desvergonzada”, “ridícula” o que aluden a relaciones personales reales o inventadas operan como mecanismos de deshumanización y desautorización, incompatibles con un debate político legítimo. **Esta lógica coincide con lo que diversas autoras han identificado como una estrategia de sexualización punitiva, utilizada para expulsar simbólicamente a las mujeres de espacios de poder.**

Otro elemento central es la deslegitimación del concepto de VPMRG, presentado en los comentarios como una “excusa”, una “moda” o una estrategia para obtener visibilidad o votos. **Este discurso no sólo niega la violencia sufrida, sino que socava los marcos normativos de protección, desacreditando los avances legales y reforzando un clima de permisividad social hacia la agresión. En términos analíticos, esta negación constituye en sí misma una forma de VPMRG, al obstaculizar el acceso de las mujeres a mecanismos de denuncia y reparación.** En conjunto, los comentarios analizados configuran una violencia colectiva, reiterada y socialmente legitimada, que amplifica el daño producido por la difusión inicial del contenido íntimo.

El análisis de quienes ejercen VPMRG en medios convencionales (Gráfica 44) revela una alta concentración de agresión por parte de actores con capacidad de producción y legitimación del discurso público. En el caso de las ministraturas de la SCJN, las personas de medios de comunicación de sexo masculino concentran el 52.9% de los hechos de VPMRG registrados en la modalidad mediática, lo que confirma que **la violencia no se expresa únicamente de manera espontánea, sino desde posiciones de poder simbólico con acceso a plataformas de amplia difusión.**

Gráfica 44. Personas que ejercieron VPMRG en MC por rol y género



Elaboración CNCS, diciembre 2025

Este dato es especialmente relevante porque muestra que la violencia se ejerce desde espacios que deberían cumplir una función informativa y de escrutinio con base en valores democráticos. Cuando la agresión proviene de periodistas, conductores, columnistas u opinadores hombres, **la VPMRG adquiere un carácter estructural y normalizado, ya que se presenta como análisis, opinión o crítica legítima, invisibilizando su dimensión discriminatoria.** La centralidad de estos actores refuerza estereotipos de género y contribuye a la deslegitimación pública de las mujeres candidatas, amplificando el impacto de la violencia.

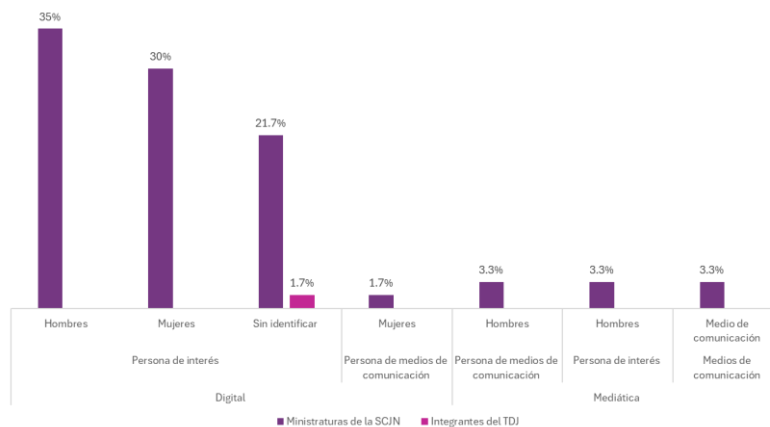
En contraste, la participación de mujeres de medios de comunicación en la producción y reproducción de VPMRG es significativamente menor, con 5.9% tanto en el caso de las agresiones dirigidas a candidatas a ministraturas de la SCJN como a la postulante al TDJ. Si bien este porcentaje no es irrelevante, su baja incidencia sugiere que la autoría de hechos de violencia mediática no es un fenómeno simétrico entre géneros, sino que se encuentra marcadamente masculinizada. **La presencia de mujeres como agresoras puede interpretarse como un reflejo de procesos de internalización de normas patriarcales y de dinámicas profesionales que premian la confrontación y la descalificación en clave sexista.**

Por otro lado, los medios de comunicación como entidades concentran 23.5% de los hechos de VPMRG dirigidos a ministraturas de la SCJN. **Este hallazgo apunta a una responsabilidad institucional, en la que la violencia se produce a través de líneas editoriales, titulares, encuadres informativos o decisiones de publicación que refuerzan estereotipos sexistas o trivializan la violencia contra las mujeres. En estos casos, la agresión deja de ser atribuible a una persona concreta y se convierte en una práctica colectiva que facilita ejercer la violencia sin consecuencias.**

Finalmente, la categoría de agresores sin identificar representa 5.9% tanto en la modalidad mediática como en la digital, lo que evidencia como **la difuminación de la autoría opera como un mecanismo adicional de impunidad, permitiendo que la VPMRG circule sin responsables claros.**

Por su parte, el análisis de quienes ejercieron VPMRG en RRSS (*Gráfica 45*) muestra un patrón complejo, en el que convergen actores identificables con capital de influencia y dinámicas de anonimato, configurando un entorno particularmente hostil para las mujeres candidatas.

Gráfica 45. Personas que ejercieron VPMRG en RRSS por rol y género



Elaboración CNCS, diciembre 2025

En la modalidad digital, la VPMRG dirigida a ministraturas de la SCJN es ejercida principalmente por personas de interés. En este grupo, los hombres concentran el 35% de los hechos registrados, seguidos por mujeres con 30%. **Aunque la VPMRG digital mantiene un sesgo de género (con mayor participación masculina), también existe una reproducción de discursos violentos por parte de mujeres, lo que puede interpretarse como resultado de procesos de normalización y de internalización de marcos sexistas en el debate público digital.**

No obstante, uno de los rasgos más relevantes del entorno digital es la persistencia de la violencia ejercida por personas sin identificar, que representa 21.7% de los casos vinculados a ministraturas de la SCJN y 1.7% en el caso de la candidata del TDJ. **La presencia significativa de personas agresoras no identificables confirma que el anonimato funciona como un facilitador clave de la VPMRG, permitiendo ataques reiterados, coordinados y de alta intensidad sin consecuencias para quienes los ejercen.**

De manera marginal, también se identifica la participación de mujeres vinculadas a medios de comunicación como agresoras en la modalidad digital, con 1.7% de los casos. Aunque cuantitativamente reducido, **este dato resulta analíticamente relevante porque muestra la transposición de lógicas**

mediáticas tradicionales al espacio digital, donde profesionales de la comunicación pueden reproducir prácticas de deslegitimación desde sus propias cuentas o plataformas personales.

En la modalidad mediática dentro de redes sociales, la VPMRG aparece de forma más acotada, pero igualmente significativa. **Se registra la participación de personas de medios de comunicación hombres (3.3%), personas de interés hombres (3.3%) y de medios de comunicación como entidades (3.3%). Aun en redes sociales, persisten actores con capacidad de amplificación del discurso violento, ya sea a través de cuentas institucionales, publicaciones noticiosas o contenidos editorializados que refuerzan estereotipos y marcos sexistas.**

El análisis de la VPMRG durante este proceso electoral confirma que esta violencia operó fundamentalmente como un mecanismo de disciplinamiento simbólico, orientado a limitar, condicionar y desgastar la participación política de las mujeres, más que a excluirlas formalmente de la contienda. En concordancia con los planteamientos de Rita Segato, **la VPMRG cumplió una función pedagógica y ejemplarizante, castigando a aquellas mujeres que alcanzaron mayor visibilidad y presencia en espacios históricamente masculinizados, y enviando mensajes disuasivos al conjunto de mujeres que participan o aspiran a participar en el ámbito judicial** (Segato, 2016).

Los resultados muestran que **la violencia no se distribuyó de manera aleatoria, sino que se concentró de forma reiterada en un número reducido de candidatas, particularmente en aquellas con mayor exposición pública.** Tanto en medios convencionales como en redes sociales, **la focalización de ataques contra una misma mujer evidencia el carácter estratégico y no incidental de la VPMRG, reforzando su función disciplinadora y su capacidad para producir efectos de desgaste, autocensura y desigualdad en las condiciones de competencia.** Este patrón confirma la naturaleza selectiva y acumulativa de la violencia política de género (Krook M. L., 2016).

Asimismo, el análisis revela que la VPMRG se manifestó predominantemente a través de violencia simbólica, psicológica y digital. La centralidad de prácticas como la deslegitimación de trayectorias, el cuestionamiento de capacidades, la sexualización, la moralización de la vida privada y la revictimización confirma que la violencia opera principalmente en el plano discursivo, reproduciendo jerarquías de género de manera naturalizada y socialmente legitimada.

En este contexto, los medios de comunicación convencionales desempeñaron un papel clave en la producción y reproducción de la VPMRG, particularmente a través de actores con alto capital de influencia, como hombres vinculados a medios de comunicación y los propios medios como entidades institucionales. La violencia ejercida desde estos espacios adquiere un carácter estructural, al presentarse como análisis, opinión o cobertura informativa, lo que contribuye a normalizar narrativas sexistas y a amplificar sus efectos en la opinión pública. La baja presencia de testimonios directos de las mujeres afectadas refuerza dinámicas de silenciamiento y desposesión de la voz, limitando su agencia política y subordinando su experiencia a marcos interpretativos externos.

Por su parte, las redes sociales se configuraron como espacios de mayor intensidad, recurrencia y concentración de la violencia, donde convergen agresiones ejercidas por personas de interés claramente identificables y por perfiles sin identificar. Esta combinación genera un entorno particularmente hostil, caracterizado por el ciberacoso, la agresión verbal y la revictimización sistemática, que incrementa los costos emocionales, reputacionales y políticos para las mujeres candidatas. El anonimato, la viralidad y la repetición funcionan como facilitadores de impunidad y amplificación del daño, profundizando las desigualdades estructurales en la contienda.

La presencia de formas extremas de violencia, como la difusión no consentida de contenido íntimo, y las reacciones revictimizantes que ésta generó en redes sociales, evidencian un escalamiento de la VPMRG que trasciende el ámbito político para invadir la esfera íntima y corporal de las mujeres. Estas prácticas confirman que la sexualización punitiva sigue siendo una de las estrategias más eficaces para deslegitimar y castigar a las mujeres que disputan espacios de poder, al reducirlas a su cuerpo y a juicios morales sobre su vida privada (MacKinnon, 1993).

Finalmente, el análisis de los perfiles de quienes ejercen la violencia muestra que la VPMRG no es un fenómeno espontáneo ni exclusivamente anónimo. Por el contrario, se trata de una violencia producida y amplificada por actores con distintos niveles de poder de influencia, que incluye a personas de medios, medios de comunicación como instituciones y personas sin identidad definida. Esta configuración refuerza la idea de que la VPMRG constituye un ecosistema de violencia, sostenido por prácticas discursivas, dinámicas tecnológicas y estructuras de género que limitan de manera sistemática la participación política de las mujeres en condiciones de igualdad.

En conjunto, los hallazgos evidencian que la VPMRG en este proceso electoral no fue un fenómeno marginal ni excepcional, sino un componente del proceso electoral, que plantea desafíos urgentes para el diseño de mecanismos de prevención, sanción y reparación, así como para la transformación de las prácticas mediáticas y digitales que continúan reproduciendo desigualdades de género en el acceso al PJF.

6. Temas

Los medios prefirieron hablar de la logística y la formalidad de la elección

En los procesos electorales se impulsan distintas acciones orientadas a reducir las desigualdades entre candidatas y candidatos y a fortalecer la calidad de la democracia, con el objetivo de garantizar de manera efectiva los derechos político-electorales de las personas que participan en ellos.

El ejercicio de una democracia plena no se limita únicamente a una adecuada organización de los procesos electorales, sino que también implica garantizar condiciones que permitan la participación de todas las personas en igualdad. En este sentido, para contribuir a mejorar dichas condiciones, se han desarrollado mecanismos y medidas orientadas a reducir desigualdades como la paridad de género, el mecanismo “8 de 8 contra la violencia” la visibilización de la VPMRG, así como otras acciones vinculadas a la organización electoral.

Sin embargo, no basta con considerar la existencia o aplicación de estas medidas únicamente en el ámbito jurídico o institucional. Su impacto en la sociedad también depende en gran medida de la forma en que son presentadas en los medios de comunicación y posicionadas en la agenda pública. Tanto los medios de comunicación como las redes sociales desempeñan un papel relevante en la manera en que ciertos temas se visibilizan, se interpretan y adquieren relevancia social, ya que tienen la capacidad de posicionar y configurar los tópicos que se discuten.

Es por esto, que conocer la manera en que estos temas logran posicionarse en la agenda mediática es importante para saber de qué manera contribuyen a configurar un imaginario de la sociedad orientado a la construcción de una ciudadanía verdaderamente democrática, basada en principios de igualdad y de justicia. En este apartado se presentan la interpretación y análisis de estos resultados.

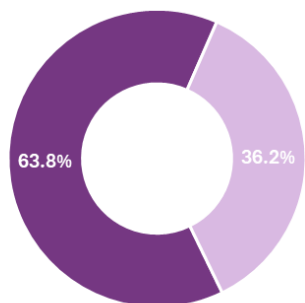
Conocer su presencia en los medios de comunicación permite saber el tratamiento que se les dio al ser presentados y sobre todo qué es lo que se comunicó sobre estos temas. Esto otorga un panorama más claro sobre aquellos que lograron destacar y posicionarse, y cuáles fueron los que solo fueron presentados de manera superficial o que se relegaron.

Partiendo de lo anterior, para el caso de los medios de comunicación, se obtuvieron 133 publicaciones con algún tema, las cuales se duplicaron por tener uno o más temas, mientras que, para las redes sociales, solo 37 publicaciones contuvieron algún tema referente con el proceso electoral. Lo anterior se puede apreciar mejor en las *Gráficas 46 y 47*.

Aunque los temas político-electorales antes mencionados estuvieron presentes en los medios de comunicación su aparición como tópico de la conversación fue muy escasa o casi nula. En los medios convencionales representaron un 36.2%, mientras que en redes sociales el porcentaje es aún más bajo llegando solo al 3.7%.

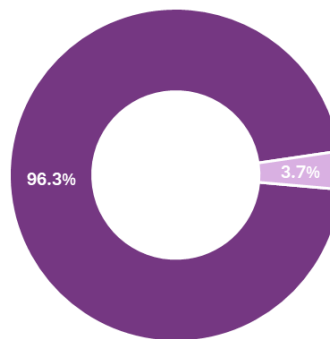
Estos porcentajes reflejan que la cobertura de medios de comunicación convencionales y la conversación pública en redes sociales sobre este proceso electoral siguieron otros caminos y no brindaron apertura y espacio a temas que aportaran a la reducción de inequidades entre personas candidatas, así como a la construcción de una ciudadanía informada y crítica, con valores y principios de igualdad y de justicia.

Gráfica 46 Publicaciones con temas en MC



■ Publicaciones sin tema ■ Publicaciones con tema

Gráfica 47 Publicaciones con temas en RRSS

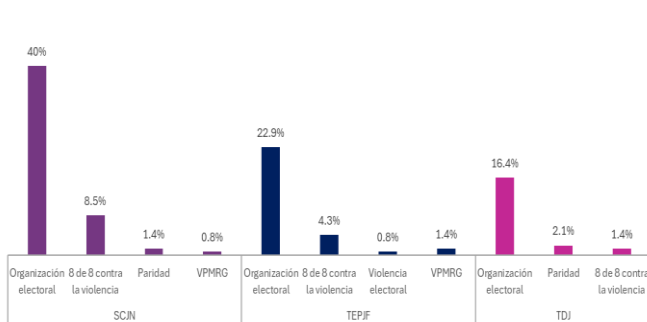


■ Publicaciones sin tema ■ Publicaciones con tema

Elaboración CNCS, diciembre 2025

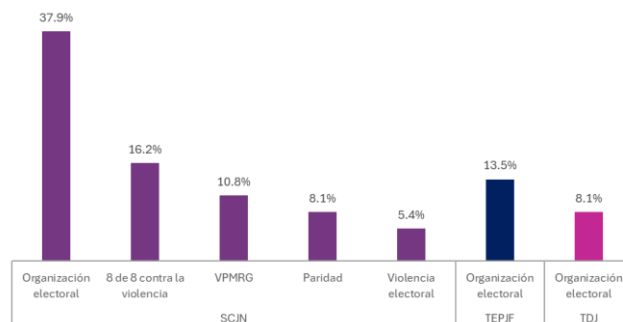
Los temas que se abordaron en los medios convencionales (Gráfica 48) muestran una clara concentración en torno a la elección de las ministraturas de la SCJN (50.7%), de igual forma se puede apreciar que el enfoque de su cobertura en las tres instancias del PJF se centró en la organización electoral (79.3%). Lo cual indica que se optó por hablar más sobre la novedad y logística de este proceso, que sobre la igualdad sustantiva y los derechos político-electorales de las mujeres.

Gráfica 48 Temas mencionados en la elección por instancia del PJF en MC



Elaboración CNCS, diciembre 2025

Gráfica 49 Temas mencionados en la elección por instancia del PJF en RRSS



La cobertura mediática sobre temas orientados a reducir las desigualdades entre mujeres y hombres muestra una fragmentación en los medios comunicación, lo que limita su presencia en la agenda pública. En el caso de la SCJN, resalta el tema de la 8 de 8 contra la violencia (8.5%), mientras que en el TEPJF alcanza el 4.3%. En contraste en el TDJ, el tema con mayor presencia es la paridad (2.1%).

La cobertura indica que los medios reconocen la existencia de problemáticas que afectan a las mujeres, pero no facilitan su posicionamiento como discusión central del debate político-electoral.

En el caso de las redes sociales (Gráfica 49), el comportamiento es similar al observado en los medios convencionales, ya que el tema que predominó fue el de la elección de la SCJN (78.4%). Asimismo, se mantiene la tendencia de que la discusión también se centre en la organización electoral del proceso en las tres instancias. No obstante, se observa un cambio relevante ya que los temas vinculados con la agenda de género y los derechos políticos de las mujeres adquieren mayor visibilidad, como ocurre con la iniciativa 8 de 8 contra la violencia (16.2%) y la VPMRG (10.8%), ambos asociados a la conversación sobre la SCJN. El hecho de que en redes sociales la agenda mediática sea más diversa puede indicar la existencia de una mayor apertura para posicionar estos temas y ampliar su alcance en el debate público.

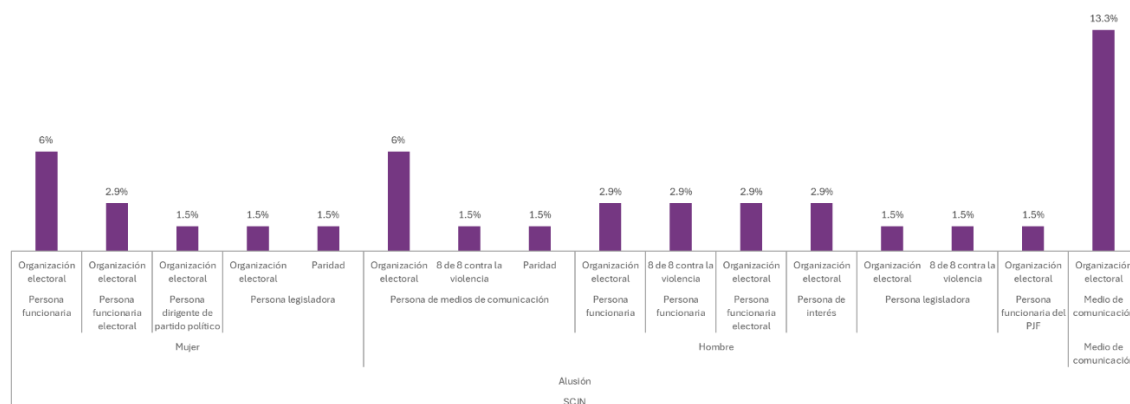
Se observa que la jerarquización de la información se distribuye de manera diferenciada entre los medios de comunicación y las redes sociales, lo que evidencia que el tipo de tema influye en el nivel de cobertura que recibe. Como se ha señalado, la organización electoral se posicionó como el tema predominante, lo que orientó la narrativa hacia aspectos principalmente administrativos y logísticos del proceso. En contraste, temas como la paridad, la violencia política contra las mujeres en razón de género (VPMRG) y los mecanismos para la protección de los derechos político-electorales de las mujeres quedaron en un segundo plano.

Mientras que los medios de comunicación convencionales privilegiaron contenidos orientados a explicar el funcionamiento del proceso electoral -particularmente en lo relativo a su organización- las redes sociales operaron como un espacio de mayor apertura para la incorporación de temas vinculados con el reconocimiento y la legitimidad de la participación política de las mujeres, así como con la erradicación de la violencia política.

Por otra parte, resulta relevante identificar quiénes posicionan estos temas y si lo hacen mediante un desarrollo sustantivo o únicamente a través de alusiones. La forma en que se presentan y las voces que los colocan en la agenda pública influyen significativamente en la recepción y aceptación social de dichos asuntos.

En el caso de los medios de comunicación (Gráfica 50), al analizar el tratamiento de los temas a través de alusiones en el contexto de la SCJN, se observa en primer lugar una mayor participación de hombres (25.1%) en comparación con las mujeres (13.4%). Asimismo, de manera general, el tema predominante fue la organización electoral (42.9%).

Gráfica 50 Alusión en MC a temas en la elección de la SCJN



Elaboración CNCS, diciembre 2025

Al examinar los roles desde los cuales se realizaron estas alusiones, se identifica que las mujeres se concentraron principalmente en aquellos vinculados con las instituciones, por ejemplo, como funcionarias electorales que abordaron la organización electoral (2.9%) o como funcionarias que también hicieron referencia a este mismo tema (6%).

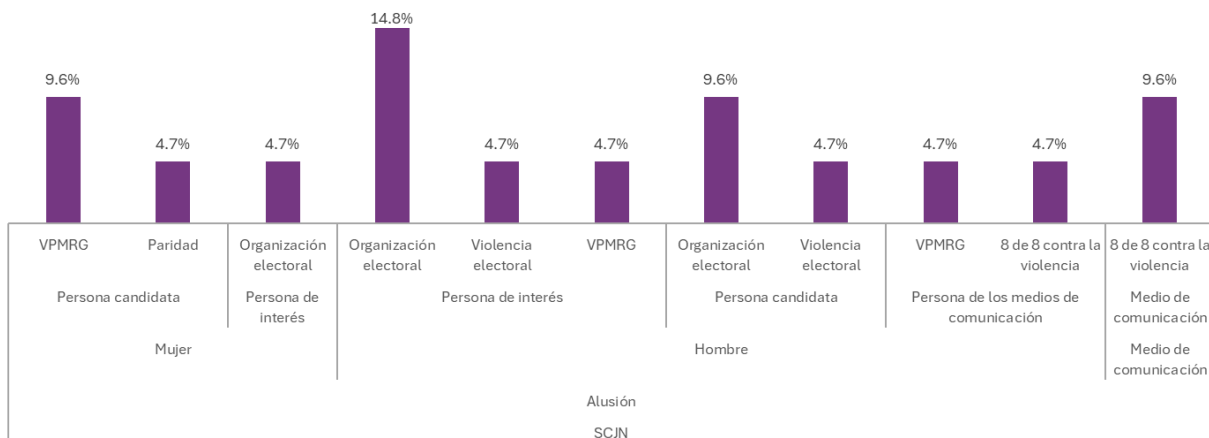
En contraste, los hombres que realizaron alusiones a los distintos temas presentaron una mayor diversidad de roles y, además, hicieron más referencias a asuntos relacionados con la igualdad de género. Por ejemplo, funcionarios que aludieron a la iniciativa “8 de 8 contra la violencia” (2.9%), así como legisladores que también se refirieron a este tema (1.5%). En el caso de los **hombres pertenecientes a medios de comunicación**, estos **posicionaron temas vinculados con la paridad (1.5%)**.

Estos datos sugieren que la presencia de las mujeres quedó acotada principalmente a temas de carácter técnico y operativo, mientras que los hombres ocuparon con mayor frecuencia espacios desde los cuales pudieron posicionar una agenda temática más diversa. Esta dinámica contribuye a reproducir una jerarquía simbólica en el espacio público, en la que no todas las voces cuentan con las mismas oportunidades para participar y ser escuchadas.

En el caso de las redes sociales, la **Gráfica 51** presenta los temas relacionados con la SCJN que fueron posicionados mediante alusiones. Al igual que en los medios de comunicación convencionales, los hombres registraron una mayor participación (47.9%) en comparación con las mujeres (19%). No obstante, en este espacio se observa una mayor diversidad de temas vinculados con la agenda de igualdad de género.

En particular, las mujeres candidatas posicionaron el tema de la VPMRG en un 9.6%; por su parte, los hombres que participaron como personas de interés también aludieron a él (4.7%). Desde otros roles, los hombres hicieron referencia a asuntos de la agenda de género; por ejemplo, **personas vinculadas a medios de comunicación aludieron tanto a la VPMRG (4.7%) como a la iniciativa “8 de 8 contra la violencia” (4.7%)**.

Gráfica 51 Alusión en RRSS a temas en la elección de la SCJN

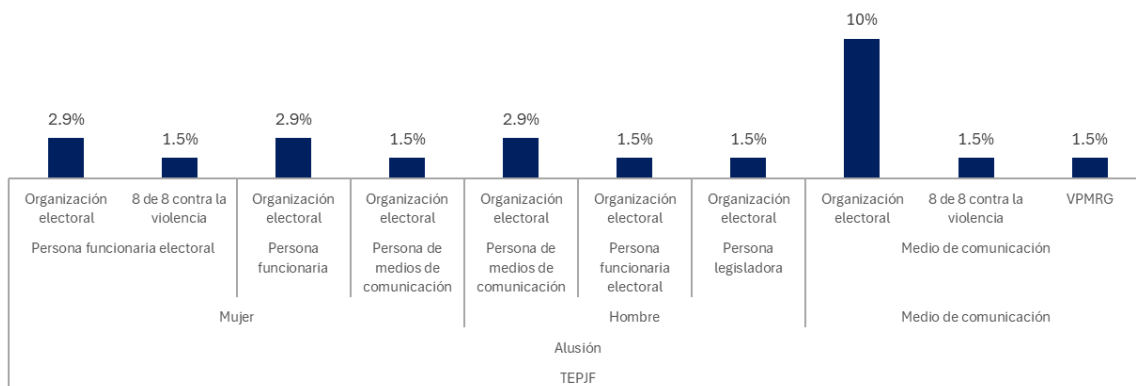


Elaboración CNCS, diciembre 2025

En medios de comunicación, **personas e instituciones aludieron a temas relacionados con la organización electoral (23.2%)** en lo que respecta a la cobertura realizada a los cargos del TEPJF (Gráfica 52). Asimismo, por género, **se observa una participación relativamente más equilibrada entre mujeres (8.8%) y hombres (5.9%)**. Cuando las alusiones provienen de mujeres, los roles que destacan son principalmente de carácter institucional, como funcionarias electorales o funcionarias públicas. En contraste, la voz de los hombres proviene principalmente de personas vinculadas a medios de comunicación, legisladores y funcionarios electorales.

Los temas orientados a atender problemáticas que afectan a las mujeres aparecieron en un plano secundario y se impulsaron principalmente desde los medios de comunicación, como es el caso de la iniciativa “8 de 8 contra la violencia” (1.5%) y la VPMRG (1.5%). Esto sugiere que la conversación en torno a esta instancia se concentró principalmente en aspectos técnicos del proceso electoral, lo cual se refleja en la centralidad del tema de organización electoral.

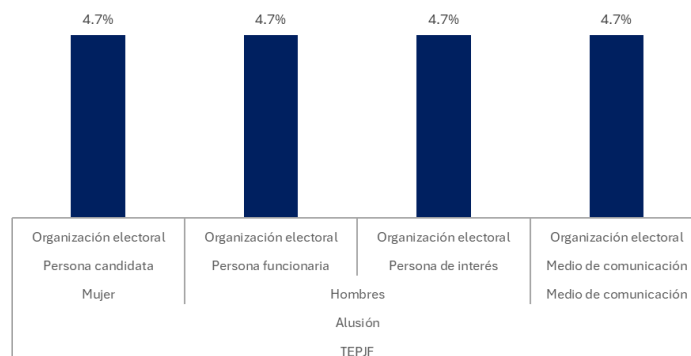
Gráfica 52 Alusión en MC a temas en la elección del TEPJF



Elaboración CNCS, diciembre 2025

En redes sociales los temas abordados en relación con el TEPJF muestran una cobertura más limitada y homogénea, ya que se concentran exclusivamente en la organización electoral (18.8%). En el caso de las mujeres, su presencia aparece únicamente en el rol de candidatas (4.7%), lo que evidencia una visibilidad reducida y asociada exclusivamente a su participación en términos formales (Gráfica 53). En contraste, los hombres aparecen en una mayor diversidad de roles, como funcionarios (4.7%) y personas de interés (4.7%).

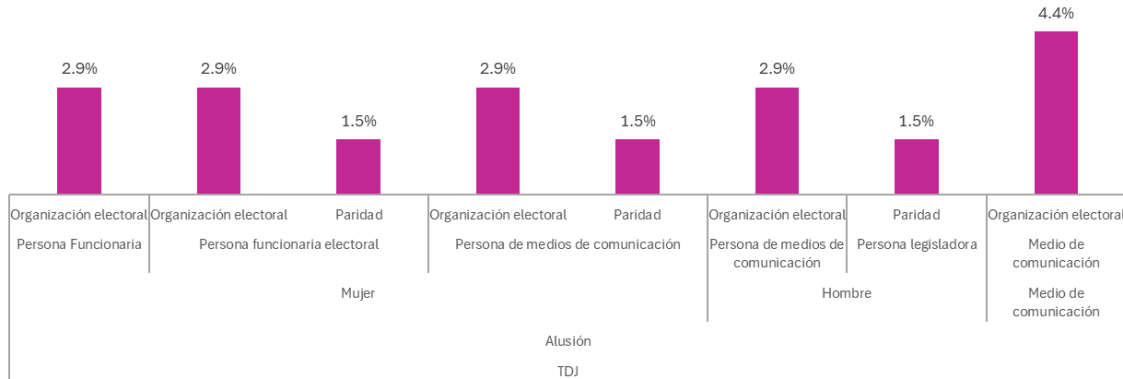
Gráfica 53 Alusión en RRSS a temas en la elección del TEPJF



Elaboración CNCS, diciembre 2025

En cuanto a alusiones a temas realizadas en los medios de comunicación convencionales en relación con la elección del TDJ (Gráfica 54), el panorama no presenta cambios significativos, ya que la **organización electoral se mantiene como el tema predominante (16%)**. Asimismo, aquellas realizadas por mujeres provienen principalmente de roles asociados al ámbito institucional, como funcionarias electorales que hicieron referencia al tema de la paridad (1.5%) y funcionarias que aludieron a la organización electoral (2.9%).

Gráfica 54 Alusión en MC a temas en la elección del TDJ



Elaboración CNCS, diciembre 2025

Aunque el tema de la paridad (4.5%) se mencionó, su presencia dentro de la cobertura resultó limitada. En general, las alusiones a los temas relacionados con el TDJ se concentraron en aspectos informativos del proceso, con una inclusión mínima de otros asuntos de mayor relevancia en términos de igualdad de género.

En las redes sociales, la conversación en torno a los temas de la agenda de género vinculados con la elección del TDJ fue prácticamente inexistente, ya que únicamente se registraron alusiones a la **organización electoral** realizadas por mujeres en el rol de personas de interés (Tabla 6).

Tabla 6 Alusión en RRSS a temas en la elección del TDJ

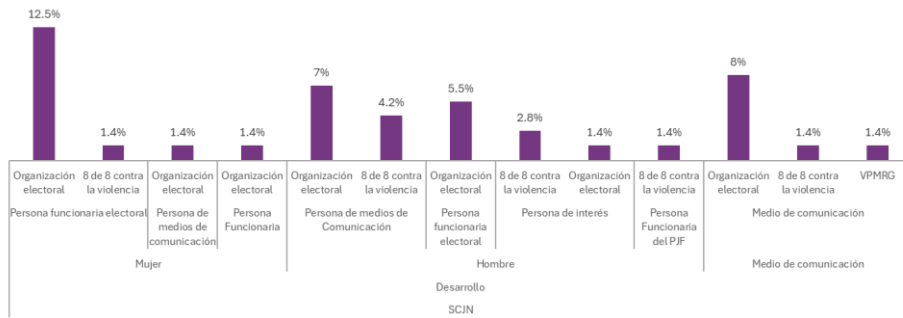
Instancia	Tratamiento	Género	Rol	Tema	Porcentaje
TDJ	Alusión	Mujer	Persona de interés	Organización Electoral	4.7%

Elaboración CNCS, diciembre 2025

En el desarrollo de temas en la cobertura de los medios de comunicación convencionales sobre la SCJN (Gráfica 55), destaca nuevamente la centralidad del tema de la **organización electoral (45.6%)**, impulsado tanto por mujeres como por hombres. Por ejemplo, las funcionarias electorales desarrollaron principalmente contenidos relacionados con la organización electoral (12.5%), mientras que las referencias al tema de la iniciativa “8 de 8 contra la violencia” fueron considerablemente menores (1.4%), lo que evidencia una tendencia hacia la explicación informativa del proceso electoral.

En contraste, en los temas impulsados por hombres se presentan una mayor diversidad tanto temática como de roles. En estos casos, el tema de la “8 de 8 contra la violencia” aparece con mayor frecuencia, abordado desde distintos espacios como personas vinculadas a medios de comunicación (4.2%) y funcionarios del Poder Judicial de la Federación (1.4%), entre otros.

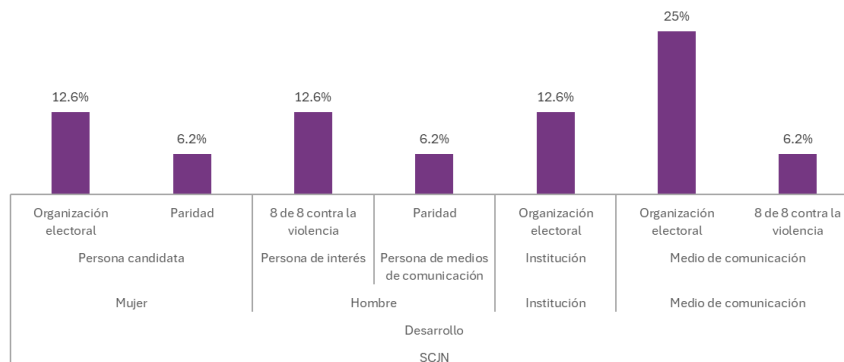
Gráfica 55 Desarrollo en MC de temas en la elección de la SCJN



Elaboración CNCS, diciembre 2025

En redes sociales, la Gráfica 56 muestra que la participación para el desarrollo de los temas fue más equilibrada en ambos géneros, aunque nuevamente el tema predominante fue la organización electoral (50.2%), impulsado principalmente por medios de comunicación e instituciones. En este contexto, se puede observar que las candidatas adquirieron notoriedad al desarrollar el tema de paridad (6.2%), en tanto que los hombres con el rol de personas de interés concentraron el desarrollo de temas de género como la 8 de 8 contra la violencia (12.6%) y la paridad (6.2%).

Gráfica 56 Desarrollo en RRSS de temas en la elección de la SCJN

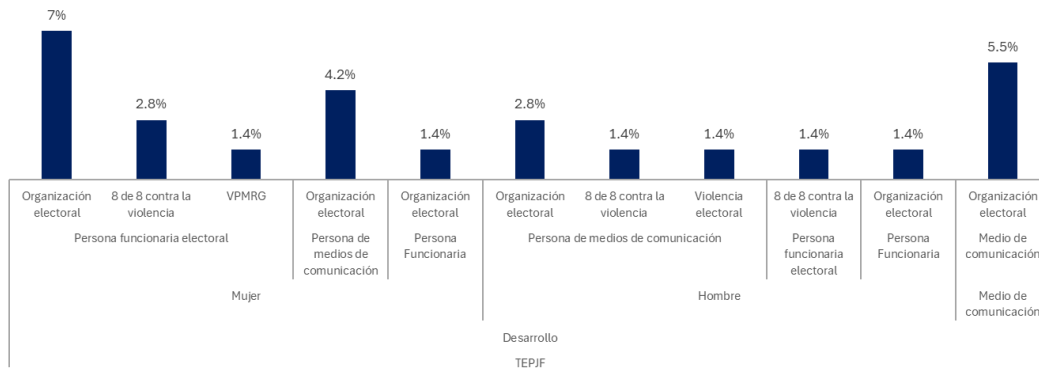


Elaboración CNCS, diciembre 2025

La presencia de los temas tanto en medios convencionales como redes sociales para la SCNJ se centra en la explicación informativa y declarativa de lo que va a suceder en la elección, no obstante, **al observar el género de quienes posicionan los temas es destacable que los hombres tengan una mayor diversificación de la agenda de género.**

En cuando a la elección de cargos en el TEPJF, en medios convencionales la cobertura también se centró en el tema de la organización electoral (22.3%); además destaca **la presencia de mujeres en una mayor participación en distintos roles impulsando temas género (Gráfica 57), por ejemplo, funcionarias electorales hablando de la 8 de 8 contra la violencia (2.8%) y la VPMRG (1.4%).**

Gráfica 57 Desarrollo en MC de temas en la elección del TEPJF



Elaboración CNCS, diciembre 2025

En contraste, la participación de los hombres fue un poco menor en el desarrollo de los temas, pero destaca que aquellos que pertenecen a los medios de comunicación, hablaron de la 8 de 8 contra la violencia (1.4%), así como sobre violencia electoral (1.4%). Para el caso de las redes sociales, el desarrollo de los temas fue casi inexistente y solo acotado la organización electoral (Tabla 7).

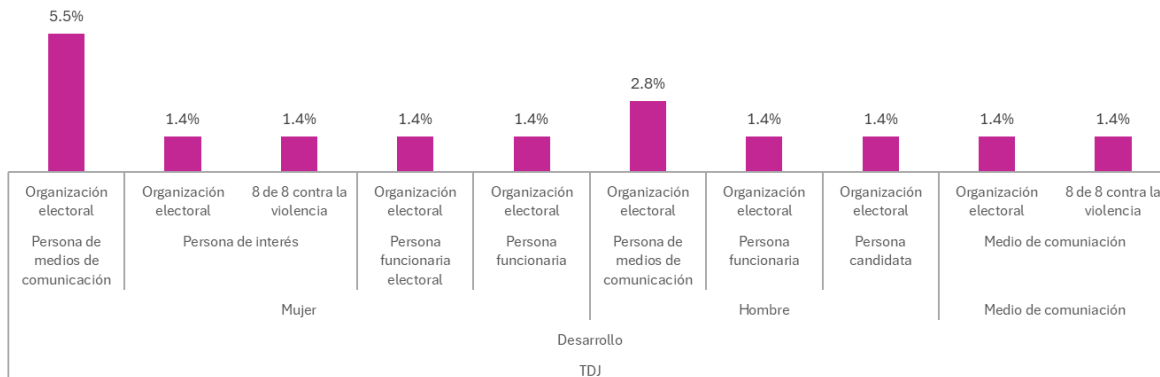
Tabla 7 Desarrollo en RRSS de temas en la elección del TEPJF

Instancia	Tratamiento	Género	Rol	Tema	Porcentaje
TEPJF	Desarrollo	Institución	Institución	Organización electoral	6.2%

Elaboración CNCS, diciembre 2025

Dentro de los temas retomados durante la elección del TDJ en medios convencionales (Gráfica 58), como primer punto se observa una concentración general en el tema de organización electoral (16.7%). Por otra parte, destaca que la presencia de las mujeres se ve reflejada en los roles de persona de medios de comunicación para el tema de organización (5.5%) y solo desarrollaron el tema de la 8 de 8 contra la violencia como personas de interés (1.4%). La participación de los hombres en el desarrollo de los temas se volcó solo a lo referente en la organización electoral y desde roles como personas de medios de comunicación (2.8%), persona funcionaria y persona candidata con 1.4% respectivamente.

Gráfica 58 Desarrollo de los temas por género y rol en el TDJ en MC



Elaboración CNCS, diciembre 2025

En redes sociales los temas también tuvieron un desarrollo nulo que solo se dio para el rubro de la organización electoral (Tabla 8).

Tabla 8 Desarrollo en RRSS de temas en la elección del TDJ

Instancia	Tratamiento	Género	Rol	Tema	Porcentaje
TDJ	Desarrollo	Hombre	Persona candidata	Organización electoral	6.2%
		Medio de comunicación	Medio de comunicación		6.2%

Elaboración CNCS, diciembre 2025

En conclusión, el tratamiento de los temas en medios de comunicación convencionales y en redes sociales, ya sea a través de alusiones o mediante su desarrollo, muestra que la cobertura en las tres instancias analizadas se inclinó principalmente hacia un enfoque informativo. Esto indica que **la agenda y la narrativa mediática privilegiaron la exposición de aspectos técnicos y operativos del proceso electoral, por encima de la incorporación y promoción de temas vinculados con la agenda de igualdad de género.**

En este sentido, en los medios de comunicación convencionales tanto las alusiones como el desarrollo de los temas se orientaron mayoritariamente hacia contenidos informativos, en los que la presencia de asuntos que evidencian problemáticas de género fue limitada. En contraste, en las redes sociales se observa una mayor diversificación temática, al abrir espacio a temas como la “8 de 8 contra la violencia”, la VPMRG y la paridad. Esto sugiere que las redes sociales funcionan como un espacio relativamente más abierto al debate y a la expresión de una mayor diversidad de opiniones.

No obstante, aun cuando estos temas aparecen en la conversación pública, los resultados muestran que son principalmente los hombres quienes participan con mayor frecuencia en su posicionamiento. Esta dinámica puede explicarse desde la teoría de la agenda *setting*, la cual plantea que los medios y los actores con mayor visibilidad pública influyen en la jerarquización de los temas que adquieren relevancia social. En contextos donde las posiciones de autoridad y visibilidad pública han estado históricamente ocupadas por hombres, estos continúan teniendo mayores oportunidades para intervenir en la definición de la agenda pública, incluso en asuntos relacionados con la igualdad de género.

Este fenómeno también puede leerse a la luz de lo planteado por Marcela Lagarde, quien señala que “**existen mecanismos que permean en la esfera pública lo cual impacta en la participación de las mujeres, pues establecen un control que opera a través del prestigio, la reputación y la vigilancia moral, que se activan con mayor fuerza cuando las mujeres acceden a cargos históricamente masculinizados**” (Lagarde, 1996). En este sentido, los resultados muestran que las mujeres que aparecen en la cobertura lo hacen principalmente desde roles operativos o institucionales —como funcionarias electorales—, desde los cuales tienden a posicionar temas vinculados con mecanismos de igualdad, como la paridad.

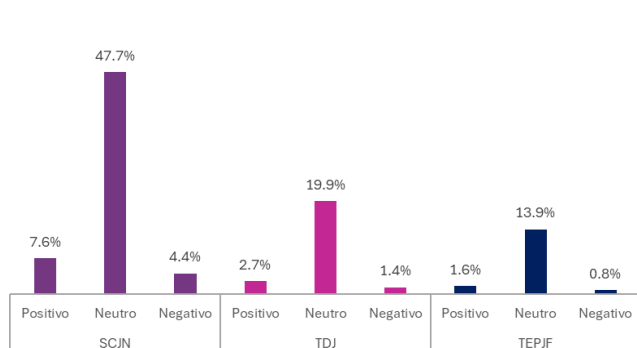
Sentimiento de las publicaciones

A partir de este panorama, resulta pertinente analizar el sentimiento de las publicaciones, a través de los discursos y narrativas que se construyen en torno a los procesos electorales. Este análisis permite identificar el tono desde el cual se presentan los contenidos, es decir, si estos se articulan desde una perspectiva crítica o de cuestionamiento, o si se limitan a un tratamiento informativo o incluso descalificador.

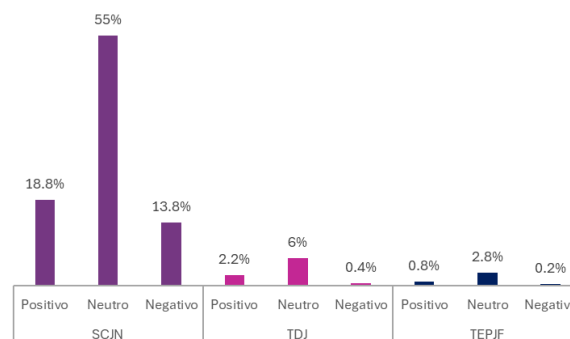
En relación con lo anterior, se observa que **en los medios de comunicación convencionales el sentimiento predominante fue el neutro, lo cual puede asociarse con el carácter informativo de la cobertura orientada a dar a conocer el proceso electoral (Gráfica 59)**. En este contexto, destaca que **el sentimiento positivo (7.6%) se concentra principalmente en la SCJN**. En contraste, el sentimiento negativo registrado en el TDJ (1.4%) y en el TEPJF (0.8%) es bajo, lo que podría indicar que la cobertura mediática de estas instancias fue más limitada en comparación con la elección de la SCJN.

Por su parte, **en las redes sociales se observa que la elección de la SCJN también concentró la mayor parte de las menciones, predominando el tono neutro (55%) seguido del positivo (18.8%)**. En el caso del TDJ (6%) y del TEPJF (2.8%), el sentimiento que sobresalió fue igualmente neutro. En conjunto, estos resultados refuerzan la idea de que la cobertura del proceso electoral estuvo marcada por un enfoque predominantemente informativo (Gráfica 60).

Gráfica 59 Sentimiento por general por instancia en MC



Gráfica 60 Sentimiento por general por instancia en RRSS

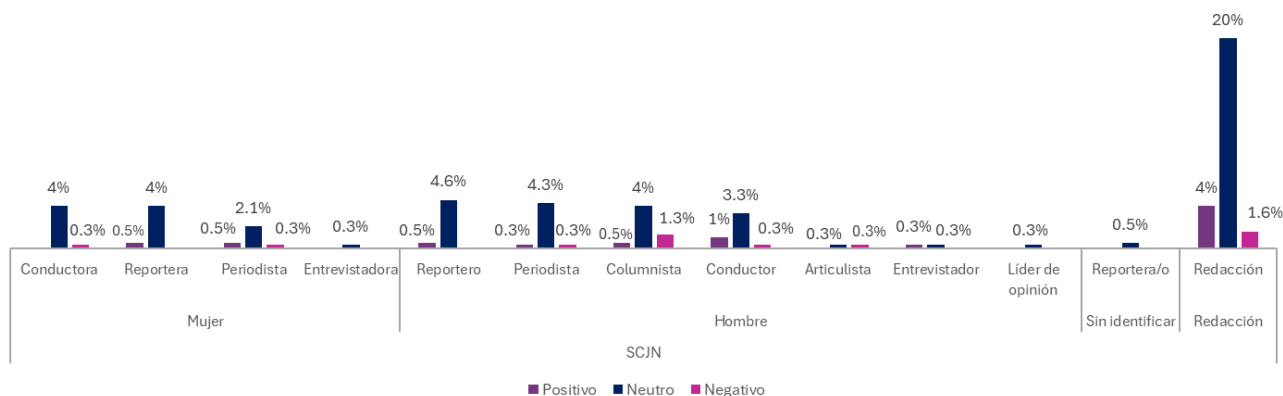


Elaboración CNCS, diciembre 2025

Por otra parte, en los medios convencionales, también es posible analizar el sentimiento en función del género y rol de quien produce el contenido. En el caso de la cobertura a los cargos de la SCJN el sentimiento que predominó es el neutro sin importar el rol y género de la autoría, lo que indica una inclinación hacia que lo que describe e informa sobre el proceso electoral (Gráfica 61). **Las mujeres destacan principalmente en roles como conductoras (4%), reporteras (4%) y periodistas (4%) con publicaciones donde destaca un sentimiento neutro**. Los sentimientos negativo y positivo aparecen de manera marginal.

En contraste, **los hombres presentan mayor diversidad de roles entre los que destacan reporteros (4.6%), periodistas (4.3%), columnistas (4%) y conductores (3.3%)**. Al igual que en el caso de las mujeres, sus publicaciones se destacan con un sentimiento neutro, sin embargo, también son quienes concentran el mayor porcentaje de sentimiento negativo (2.2%).

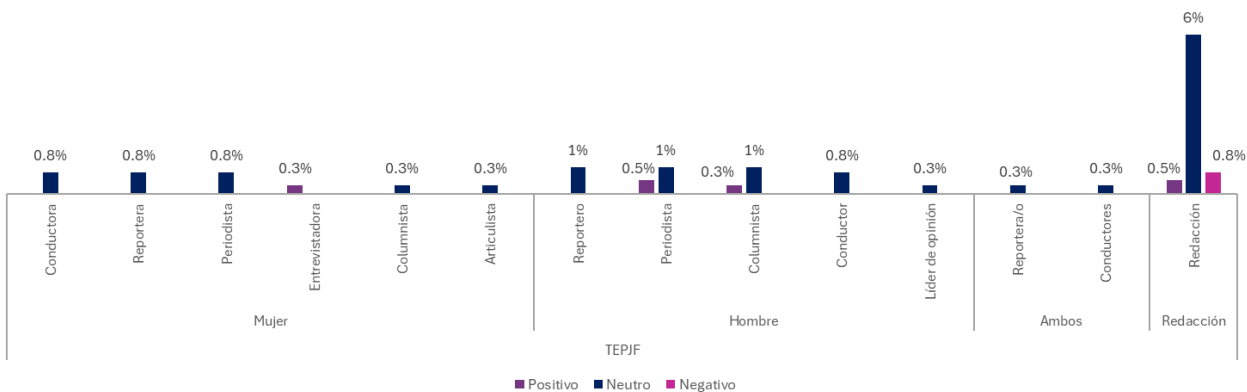
Gráfica 61 Sentimiento por género del autor y rol de la persona autora en la SCJN en MC



Elaboración CNCS, diciembre 2025

En lo que compete a la cobertura brindada al TEPJF, al igual que la SCJN, el sentimiento predominante fue neutral (Gráfica 62), por lo que los sentimientos negativos (0.8%) y positivos (1.3%) tuvieron una presencia baja. Las mujeres destacaron en roles como conductoras, reporteras o periodistas con el 0.8% respectivamente, enfocadas en lo neutral. Los hombres también se enfocaron en lo neutral, destacando en roles como reporteros, periodistas y columnistas con el 1% respectivamente.

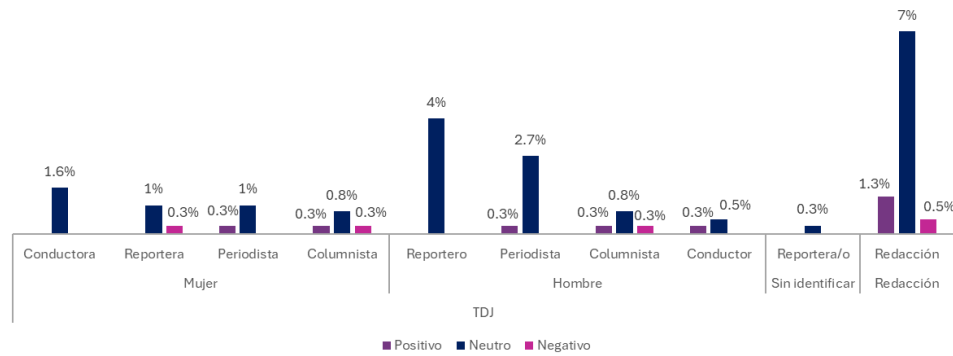
Gráfica 62 Sentimiento por género del autor y rol de la persona autora en la TEPJF en MC



Elaboración CNCS, diciembre 2025

Finalmente, en el caso del TDJ, al igual que en las otras dos instancias, el sentimiento que predominó de manera general fue neutral (19.7%), en tanto que, en el caso de las mujeres, en roles de conductoras, reporteras y periodistas, concentraron el mayor porcentaje del sentimiento negativo (0.6%). En contraste los hombres, en roles como reporteros, periodistas y columnistas; concentran el mayor porcentaje del sentimiento neutral (8%). En este sentido, el sentimiento positivo (2.8%) de forma general, presentó una baja alusión quedando prácticamente relegado en los contenidos (Gráfica 63).

Gráfica 63 Sentimiento por género del autor y rol de la persona autora en la TDJ en MC

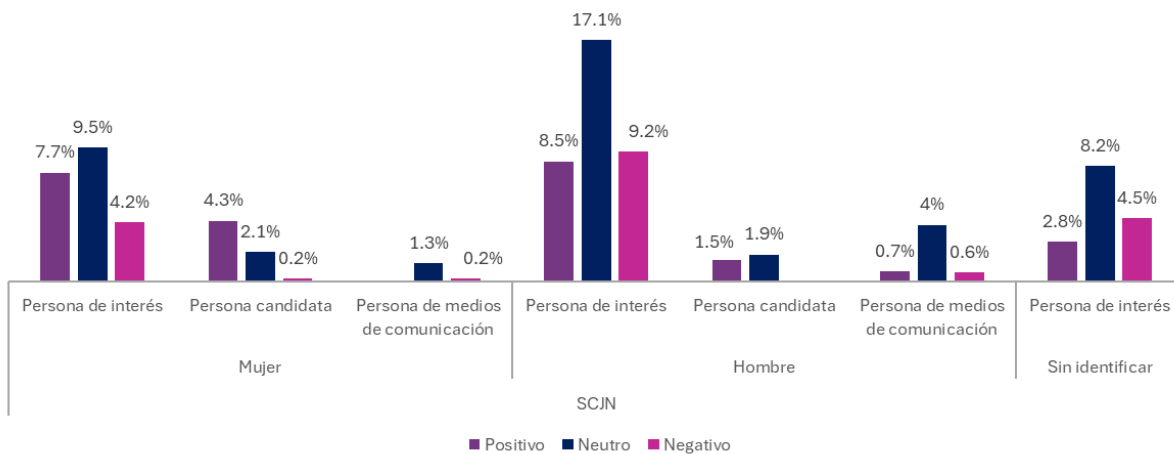


Elaboración CNCS, diciembre 2025

En las redes sociales, la conversación en torno a la SCJN presenta mayor variedad de valoraciones, dado que tienen mayor relevancia los sentimientos positivos y negativos, siendo las personas de interés quienes presentaron la mayor interacción (Gráfica 64). Por ejemplo, en el caso de las mujeres se muestra una diversidad de sentimientos - positivo (7.7%) y negativo (4.2%)-; en tanto que los hombres, a pesar de que destacan como personas de interés con un sentimiento neutro (17.1%), también están presentes con un sentimiento positivo (8.5%) y negativo (9.2%) en sus publicaciones.

En contraste, cuando el rol es el de personas candidatas, sus publicaciones se inclinaron hacia lo positivo y neutro tanto en mujeres como en hombres. El rol de personas de medios de comunicación presenta una menor interacción dirigida solo a lo neutro, tanto para mujeres (1.3%) como para hombres (0.2%).

Gráfica 64 Sentimiento por género del autor y rol de la persona autora en la SCJN en RRSS



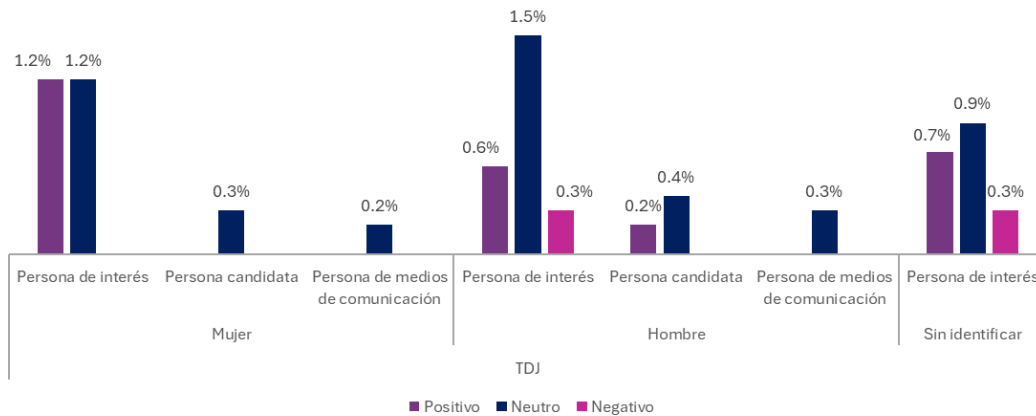
Elaboración CNCS, diciembre 2025

En el caso del TDJ, la variedad de los sentimientos es considerablemente menor en comparación con la SCJN (Gráfica 65), predominando el sentimiento neutro (4.8%). El rol de las personas de interés es el más representativo tanto para las mujeres como los hombres con una concentración mayoritaria en lo neutral (mujeres, 1.2%, hombres, 1.5%).

El rol de las personas candidatas, aunque presente, registra una interacción mínima, limitándose al sentimiento neutro tanto en las mujeres (0.3%) como en los hombres (0.4%), siendo superadas incluso por

publicaciones donde no se pudo identificar el género. En síntesis, los sentimientos en el TDJ muestran una polarización baja y con poca variedad de sentimientos, así como pocas diferencias entre los géneros.

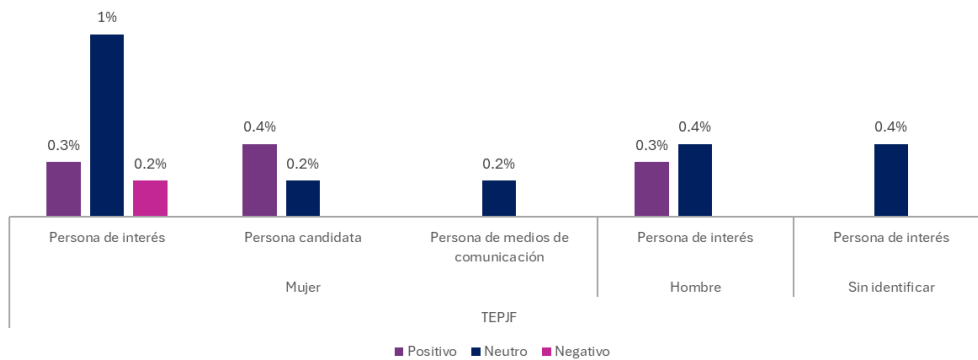
Gráfica 65 Sentimiento por género del autor y rol de la persona autora en la TDJ en RRSS



Elaboración CNCS, diciembre 2025

Finalmente, en el caso del TEPJF (Gráfica 66), la visualización de los sentimientos fue muy limitada y de baja intensidad, dado que predomina de forma general lo neutro (2.2%), en contraste con el sentimiento positivo que figura muy poco (1%). Al observar los roles existe una mayor presencia de mujeres en las que destacan como personas de interés con el sentimiento neutro (1%) y hombres igualmente de manera general con el sentimiento neutro (0.4%).

Gráfica 66 Sentimiento por género del autor y rol de la persona autora en la TEPJF en RRSS



Elaboración CNCS, diciembre 2025

Se puede concluir que el sentimiento predominante en los medios de comunicación convencionales y las redes sociales durante el PEEPJF fue notoriamente neutro y enfocado en la cobertura y la conversación que se dio en torno a la SCJN, lo que reafirma que la conversación que se originó alrededor del proceso fue de carácter mayormente informativa. Solo como punto importante se puede destacar que en el caso de los medios de comunicación se mostró menor presencia de sentimientos positivos y negativos, mientras que, en las redes sociales, la carga emocional es un poco más diversa.

Finalmente, dado que el sentimiento fue visto de una manera general en las publicaciones, no es posible identificar o asociar de forma significativa el tipo de sentimiento hacia un género determinado.

Conclusiones

En el análisis de las publicaciones de medios convencionales y de la conversación en redes sociales sobre la participación política de las mujeres en el PEEPJF, se observa que las candidatas enfrentaron diversos obstáculos que impidieron el desarrollo de un proceso electoral en condiciones de igualdad sustantiva. Si bien hubo acuerdos y disposiciones normativas orientadas a garantizar la paridad de género, este principio no se reflejó en la cobertura mediática ni en la conversación pública digital; por el contrario, persistieron desigualdades estructurales entre mujeres y hombres, e incluso entre las propias mujeres en función del cargo por el que contendieron.

En este sentido, aunque los medios de comunicación están llamados a salvaguardar el principio de igualdad y a erradicar expresiones de violencia contra las mujeres, los hallazgos evidencian la ausencia de una perspectiva de género en la cobertura informativa. Dicha omisión se tradujo en una representación desigual de las candidaturas, sin priorizar ni contextualizar la relevancia de la participación de las mujeres en un ámbito históricamente dominado por hombres.

La incorporación de una perspectiva de género en los medios no se limita al tratamiento de las notas informativas, sino que comienza en los espacios de toma de decisiones. El análisis muestra que los *puestos de alta dirección en los medios* siguen siendo ocupados mayoritariamente por hombres, lo que influye en la definición de líneas editoriales bajo una lógica androcentrista, donde los hombres se posicionan como referente central. En consecuencia, la visibilidad otorgada a las mujeres respondió más a la novedad del proceso que al reconocimiento de su derecho a acceder a espacios de poder.

Respecto a las *fuentes informativas*, si bien las mujeres se consideraron en numerosos casos como primera fuente, su visibilidad no fue homogénea. La cobertura privilegió el cargo en disputa y la jerarquía de la instancia judicial, otorgando mayor atención a las candidaturas de la SCJN, en detrimento de aquellas que compitieron por otras instancias. Asimismo, se identificó que las declaraciones retomadas tendieron a centrarse en aspectos generales del proceso electoral, dejando de lado contenidos que contribuyeran a desmontar estereotipos de incapacidad asociados a las mujeres, tales como sus propuestas de mejora, su trayectoria profesional o su experiencia dentro del PJF.

En cuanto a las *menciones* a las personas candidatas, el análisis demostró que una mayor visibilidad no es necesariamente sinónimo de inclusión ni de condiciones equitativas en la contienda. En el caso de las mujeres, la mayor exposición en medios convencionales estuvo acompañada de un escrutinio diferenciado, expresado en críticas centradas en su trayectoria profesional y política. Este tipo de cobertura operó como un mecanismo implícito de validación, en el que se colocó sobre ellas la carga adicional de demostrar constantemente que contaban con las capacidades necesarias para desempeñar el cargo. Las exigencias y evaluaciones fueron más intensas en los puestos de mayor jerarquía, particularmente en el caso de las candidatas a la SCJN, quienes concentraron la mayor parte de los cuestionamientos.

En redes sociales se observó una marcada polarización en las menciones a las candidaturas. Las cuentas generadoras de contenido utilizaron estos espacios tanto para expresar apoyo electoral e intención de voto como para emitir críticas dirigidas principalmente hacia las mujeres que competían por una ministratura. Por su parte, las cuentas informativas de medios de comunicación tendieron a retomar o amplificar críticas y hechos de violencia contra las candidaturas, así como a difundir contenidos orientados a “justificar” la presencia de mujeres en el proceso electoral a partir de su trayectoria profesional. No obstante, esta narrativa partió de una lógica de sospecha o rechazo que obligaba a legitimar su participación, en lugar de reconocerla como un ejercicio pleno de sus derechos políticos.

Cabe destacar que, aunque la participación de cuentas de redes sociales institucionales, de IA y de *bots* fue marginal, resulta relevante que a través de ellas los hombres obtuvieran una mayor proporción de menciones, ya sea por algún aspecto de su carrera política profesional, proselitismo o crítica. Este hallazgo en el uso de herramientas en el ámbito digital, obligan a analizar qué aspectos son considerados para que se hagan diferencias basadas en el género que ponen la atención de la sociedad en ciertas figuras masculinas.

En relación con las *críticas* dirigidas a las candidaturas, se identificó que tanto en redes sociales como en medios convencionales los cuestionamientos hacia las mujeres se centraron en la exigencia de acreditar y exhibir su trayectoria profesional como condición para “demostrar” la legitimidad de su aspiración al cargo. Mientras que la participación masculina suele asumirse como natural o incuestionada, las mujeres enfrentan una carga adicional de validación pública.

Las mujeres candidatas tienden a recibir un mayor volumen y una intensidad distinta de críticas en comparación con los hombres, lo que constituye un mecanismo simbólico de control y regulación de su acceso al poder. Estas evaluaciones operan como filtros de legitimidad que reafirman expectativas de género arraigadas en la esfera pública, obligándolas a cumplir parámetros más estrictos de competencia, experiencia y “idoneidad”. Persisten la idea de que ciertos espacios de poder no les corresponden “naturalmente”, lo que reproduce imaginarios excluyentes y refuerza barreras estructurales para el ejercicio pleno de sus derechos político-electorales.

Las *propuestas de mejora* al PJF no recibieron la misma atención en la cobertura mediática ni en la conversación pública. La relevancia otorgada dependió de la persona candidata y de la instancia por la que competía. El análisis muestra una centralidad en la difusión de las propuestas presentadas por mujeres contendientes a la SCJN. Si bien esto podría interpretarse como un interés por visibilizar sus planteamientos, dicha visibilidad no fue homogénea entre todas las mujeres candidatas. Persistió una desigualdad respecto de aquellas que compitieron por instancias de menor jerarquía, cuyas propuestas tuvieron menores posibilidades de alcanzar una exposición equivalente.

Por otra parte, su difusión se concentró en aquellas dirigidas a la sociedad en general, dejando en segundo plano las orientadas a Grupos en Situación de Discriminación (GSD). Esto profundizó su desplazamiento mediático, al evidenciar que los temas relacionados con estos grupos solo adquieren relevancia cuando resultan funcionales a intereses coyunturales, y no como parte de un compromiso sostenido con la reducción de la desigualdad y la discriminación.

Respecto a la *VP* y a la *VPMRG*, su comportamiento durante este proceso electoral presentó particularidades relevantes. Destaca que, a partir de la amplia difusión de un acontecimiento específico, este concentró la atención mediática y se convirtió en el único caso de *VP* registrado en el análisis.

Este hallazgo puede interpretarse desde distintas perspectivas. Por un lado, la focalización en un solo evento desplazó de la agenda mediática y pública a otros posibles hechos de violencia que pudieron haber afectado a diversas candidaturas, particularmente a mujeres, lo que limitó la comprensión integral del fenómeno durante el proceso electoral. Por otro lado, este comportamiento sugiere la existencia de líneas editoriales orientadas a priorizar acontecimientos con mayor potencial de visibilidad y circulación informativa, en detrimento de un tratamiento sostenido de la *VP* como un problema estructural que ha mostrado un crecimiento en los últimos años.

Por otra parte, los resultados sobre el comportamiento de la VPMRG evidencian no solo la persistencia del problema, sino una tendencia a su agravamiento en el contexto cuando las mujeres están en contienda. Aunque la mayoría de los hechos identificados se concentraron en candidatas a la SCJN, esto no debe entenderse como un hecho aislado, sino como una expresión de dinámicas que pueden afectar a cualquier mujer que aspire a cargos de alto poder.

En medios convencionales y redes sociales, la VPMRG operó principalmente como un mecanismo de disciplinamiento simbólico, orientado a limitar, condicionar y desgastar su participación política, más que a excluirlas formalmente. Esta violencia se manifestó a través de violencia simbólica al subordinarlas a figuras masculinas de poder o calificarlas como “buenas” o “malas” con base en aspectos de su vida personal, y mediante violencia digital a través de la difusión de contenido íntimo.

En este sentido, la VPMRG se configura como un ecosistema de violencia basada en prácticas discursivas, dinámicas tecnológicas y estructuras de género que restringen de manera sistemática la participación política de las mujeres en condiciones de igualdad.

Finalmente, los *temas* orientados a contrarrestar la desigualdad entre mujeres y hombres, así como a combatir la VPMRG durante las campañas, fueron nuevamente poco retomados en medios de comunicación y redes sociales. En ambas plataformas se priorizó la difusión de aspectos técnicos, organizacionales y operativos del proceso electoral como la forma de votar, el diseño de las boletas o el número de candidaturas en disputa, por encima de contenidos vinculados con la paridad de género, la 8 de 8 contra la violencia o el tratamiento de la VPMRG como un problema estructural y no meramente informativo.

El escaso interés en estos temas evidencia que los elementos sustantivos para garantizar procesos democráticos en condiciones de igualdad y libres de discriminación no han logrado posicionarse con relevancia mediática y pública, pese a los esfuerzos institucionales y sociales por visibilizarlos.

Si bien los hombres realizaron más menciones sobre estos asuntos que las mujeres, dichas intervenciones se limitaron, en su mayoría, a referencias informativas, principalmente desde cuentas vinculadas a medios de comunicación, sin un desarrollo profundo del contenido. En contraste, aunque las mujeres registraron menos menciones, tendieron a abordar los temas con mayor profundidad, explicando, por ejemplo, la relevancia e implicaciones de la implementación de la 8 de 8.

El análisis evidencia que, aunque el proceso electoral incorporó formalmente el principio de paridad, la cobertura mediática y la conversación en redes sociales no reflejaron condiciones de igualdad sustantiva. Persistieron desigualdades estructurales en la visibilidad, el tratamiento informativo y el escrutinio hacia las candidaturas, particularmente en el caso de las mujeres que compitieron por cargos de menor jerarquía y la sobreexposición de un solo caso de VP que eclipsó otras posibles conductas hacia las candidatas. El manejo de la información pública operó bajo estándares diferenciados que exigieron mayores mecanismos de validación para ellas, reproduciendo sesgos y dinámicas de legitimación condicionada.

Asimismo, la VPMRG se manifestó como un mecanismo de disciplinamiento simbólico y digital que limitó y desgastó su participación, sobre todo de las candidatas a ministras de la SCJN, mientras que los temas sustantivos relacionados con la igualdad y la erradicación de la violencia ocuparon un lugar marginal en la agenda mediática. En conjunto, los hallazgos muestran que la paridad normativa no se traduce automáticamente en igualdad en el espacio público, donde continúan operando estructuras discursivas y mediáticas que restringen el ejercicio pleno de los derechos políticos de las mujeres.

Recomendaciones

Fortalecimiento de la cobertura y el desarrollo del Proceso Electoral Extraordinario del Poder Judicial de la Federación (PEEPJF) con perspectiva de género

A partir de los hallazgos del monitoreo de medios de comunicación convencionales y la conversación en redes sociales durante el PEEPJF2024-2025, se identifican áreas prioritarias de intervención para prevenir la reproducción de desigualdades de género, fortalecer la legitimidad democrática del proceso y garantizar el ejercicio pleno de los derechos político-electorales de las mujeres candidatas a cargos del Poder Judicial.

Las recomendaciones que se presentan a continuación consideran las características específicas del PEEPJF, tales como la ausencia de partidos políticos, las restricciones a la propaganda electoral, el peso central de la cobertura mediática y el énfasis en trayectorias profesionales y perfiles técnicos. Se dirigen a los distintos actores involucrados, con especial atención a los medios de comunicación y a las instituciones electorales y públicas, dada su influencia en la construcción de narrativas, la definición de agendas y la generación de condiciones para una participación libre de violencia.

Medios de comunicación:

En el PEEPJF, los medios de comunicación desempeñan un papel determinante en la conformación de la opinión pública, al fungir como uno de los principales canales de información y análisis sobre las candidaturas judiciales. Por ello, su actuación resulta clave para evitar la reproducción de estereotipos de género y de prácticas de VPMRG.

1. Transversalizar la perspectiva de género en las rutinas periodísticas incorporando criterios de igualdad de género en la selección de temas, enfoques, titulares, imágenes y narrativas. La participación de las mujeres en el ámbito judicial debe presentarse como parte constitutiva de la vida democrática.
2. Diversificar y equilibrar las fuentes informativas, garantizando una mayor presencia de mujeres como voces expertas en el análisis jurídico, constitucional y electoral.
3. Revisar críticamente los criterios editoriales de cobertura para evitar la sobrerrepresentación de candidaturas masculinas como referentes naturales de autoridad judicial.
4. Erradicar prácticas discursivas que refuercen estereotipos de género o que deslegitimen la participación de las mujeres en el ámbito judicial.
5. Las evaluaciones y críticas deben centrarse en elementos profesionales, jurídicos y éticos, evitando referencias a la vida personal, la apariencia, el carácter o supuestas capacidades asociadas al género.
6. Fortalecer la contextualización informativa sobre la VPMRG, evitando su normalización o minimización. Se recomienda explicar de manera clara que constituye la violencia política contra las mujeres en razón de género, cuáles son sus implicaciones y qué marcos normativos existen para su prevención, atención y sanción.
7. Implementar procesos de capacitación continua en igualdad de género, derechos humanos y comunicación no sexista dirigidos a personal de los medios de comunicación, equipos editoriales y directivos, así como establecer mecanismos internos de autorregulación y revisión de contenidos que permitan identificar y corregir prácticas discriminatorias o violentas.

Instituciones electorales y públicas

Las instituciones electorales y públicas son actores centrales para garantizar la equidad, la legalidad y la legitimidad de los procesos electorales, así como para prevenir y atender la violencia política contra las mujeres. Su actuación resulta determinante para generar condiciones de participación seguras y libres de discriminación.

1. Reforzar la articulación interinstitucional entre autoridades electorales, instancias de procuración de justicia y organismos de derechos humanos, con el fin de garantizar una atención integral, oportuna y coordinada de los casos de violencia política y VPMRG que se presenten durante los procesos electorales, evitando la revictimización de las mujeres candidatas.
2. Fortalecer los mecanismos de prevención de la VPMRG incorporando acciones de carácter pedagógico dirigidas a candidaturas, medios de comunicación y ciudadanía.
3. Incorporar de manera sistemática la perspectiva de género en la comunicación institucional, revisando mensajes, materiales y discursos oficiales para asegurar que no reproduzcan estereotipos de género y que contribuyan a visibilizar la participación de las mujeres en el Poder Judicial en condiciones de igualdad.
4. Fortalecer los sistemas de monitoreo y análisis de medios de comunicación y redes sociales con enfoque de género, no solo durante el PEEPJF sino de manera permanente. La generación de evidencia temática permite identificar patrones de exclusión, violencia y desigualdad, y diseñar acciones institucionales más eficaces para su atención.
5. Impulsar procesos de capacitación obligatoria y continua en igualdad de género, derechos humanos y VPMRG para el personal de las instituciones electorales y públicas, en particular para quienes tienen contacto directo con candidaturas, medios de comunicación y atención de quejas.

Candidaturas judiciales y equipos de apoyo

Dado que el PEEPJF de desarrolla sin la participación de partidos políticos, las candidaturas y sus equipos de apoyo adquieren una responsabilidad directa en la prevención de la violencia política y en la promoción de prácticas respetuosas e incluyentes.

1. Desarrollar y difundir lineamientos internos para la prevención, atención y denuncia de la violencia política contra las mujeres, asegurando que las candidatas cuenten con canales seguros y efectivos para reportar agresiones, particularmente en entornos digitales
2. Promover procesos de formación y sensibilización dirigidos a equipos de apoyo y personas colaboradoras, que incluyan la identificación de estereotipos de género, el uso del lenguaje incluyente y la construcción de estrategias de comunicación centradas en méritos profesionales y propuestas para el fortalecimiento del sistema judicial.
3. Fomentar una cultura de respeto y corresponsabilidad, que reconozca la igualdad de género como un principio indispensable para la legitimidad del Poder Judicial y del propio proceso electoral.

Sociedad civil

La sociedad civil organizada desempeña un papel clave como observadora, generadora de evidencia y promotora de entornos políticos y digitales seguros.

1. Desarrollar investigaciones y monitoreos sistemáticos sobre la cobertura mediática y la conversación digital del PEEPJF, con enfoque de género, y difundir sus hallazgos de manera pública para fortalecer la rendición de cuentas y la toma de decisiones informadas.
2. Impulsar procesos educativos y de sensibilización ciudadana sobre igualdad de género, VPMRG y derechos político-electorales en el ámbito judicial, incluyendo herramientas para identificar desinformación, discursos de odio y estereotipos de género en medios y redes sociales.
3. Generar redes de apoyo y acompañamiento para candidatas, activistas y usuarias que enfrenten violencia política durante el proceso, promoviendo la denuncia responsable y la protección integral de quienes participan en la vida pública.
4. Fomentar una ciudadanía activa y crítica, capaz de cuestionar narrativas sexistas y exigir coberturas mediáticas responsables, contribuyendo así a la construcción de un proceso electoral más justo e incluyente.

Ciudadanía

La construcción de un PEEPJF legítimo, incluyente y libre de violencia requiere la participación y responsable de la ciudadanía.

1. Cuestionar y denunciar narrativas sexistas en medios de comunicación, redes sociales y espacios cotidianos, así como reconocer y visibilizar la VPMRG cuando ocurra.
2. Ejercer el derecho a la información de manera crítica, evitando la reproducción de desinformación, discursos de odio o contenidos que normalicen la violencia o la discriminación de género.
3. Contribuir a la creación de entornos digitales seguros, promoviendo el respeto, la igualdad y el apoyo a las mujeres candidatas y a quienes participan en el debate público.
4. Promover la educación y sensibilización en igualdad de género y derechos políticos en los espacios familiares, comunitarios y sociales, fortaleciendo una cultura democrática basada en el respeto y la no discriminación.

Anexo 1 Metodología

Metodología para la elaboración del Informe con perspectiva de género sobre la participación de mujeres en el PEEPJF2024-2025

<https://goo.su/UJyFM>

Anexo 2 Obtención de la muestra

FICHA TÉCNICA DE DETERMINACIÓN DE MUESTRA DE LAS PUBLICACIONES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN CONVENCIONALES

Muestra analizada

Con la intención de analizar la cobertura informativa en medios de comunicación convencionales, en torno a la participación de mujeres por alguno de los 16 cargos en las instancias a nivel nacional del PJF -SCJ, TEPJF y TDJ- que se disputaron durante el PEEPJF 2024-2025, se determinó una muestra estratificada por el tipo de medio de comunicación que realizó las publicaciones durante el periodo de campaña y la jornada electoral, a fin de garantizar la representación proporcional de la información obtenida en cada uno de ellos, considerando un error de muestreo de $\pm 5\%$ y un nivel de confianza de 95%.

El universo comprendió las 9,187 publicaciones emitidas en los medios de comunicación convencionales del 30 de marzo al 1 de junio de 2025, fecha que comprende el inicio de campañas hasta la realización de la jornada electoral.

Cuadro 1. Muestra estratificada de las publicaciones de medios de comunicación convencionales a analizar

<i>Tipo de medio de comunicación</i>	<i>Total</i>	<i>Muestra</i>	<i>Error*</i>
<i>Portales</i>	<i>6,766</i>	<i>267</i>	
<i>Televisión</i>	<i>897</i>	<i>39</i>	
<i>Prensa</i>	<i>1,048</i>	<i>44</i>	$\pm 5.0\%$
<i>Radio</i>	<i>476</i>	<i>17</i>	
<i>Total</i>	<i>9,187</i>	<i>367¹¹</i>	

**Error máximo asociado a una proporción del 50%, con un nivel de confianza del 95%.*

Fuente: Elaboración propia a partir de información de las bases de datos institucionales de la CNCS, agosto 2025.

¹¹ La muestra tuvo una tasa de reemplazo con reposición de 1.1%, correspondiente a 4 publicaciones que, a pesar de estar en el marco del PEEPJF 2024-2025, no contenían información relevante para el presente análisis.

FICHA TÉCNICA DE DETERMINACIÓN DE MUESTRA DE LAS PUBLICACIONES DE LAS REDES SOCIALES

Muestra analizada

Con la intención de analizar la conversación en las redes sociales -X, Facebook y YouTube-, en torno a la participación de mujeres por alguno de los 16 cargos en las instancias a nivel nacional del PJF -SCJ, TEPJF y TDJ- que se disputaron durante el PEEPJF 2024-2025, se determinó una muestra estratificada por el tipo de red social en las que se realizaron las publicaciones durante el periodo de campaña y la jornada electoral, a fin de garantizar la representación proporcional de la información obtenida en cada uno de ellas, considerando un error de muestreo de $\pm 3\%$ y un nivel de confianza de 95%.

El universo comprendió las 20,339 publicaciones emitidas en redes sociales del 30 de marzo al 1 de junio de 2025, fecha que comprende el inicio de campañas hasta la realización de la jornada electoral.

Cuadro 1. Muestra estratificada de las publicaciones de redes sociales a analizar

<i>Tipo de red social</i>	<i>Total</i>	<i>Muestra</i>	<i>Error*</i>
<i>X</i>	<i>14,028</i>	<i>699</i>	$\pm 3.0\%$
<i>YouTube</i>	<i>3,233</i>	<i>157</i>	
<i>Facebook</i>	<i>2,878</i>	<i>141</i>	
<i>Instagram</i>	<i>198</i>	<i>11</i>	
<i>TikTok</i>	<i>2</i>	<i>1</i>	
Total	20,339	1,009¹²	

**Error máximo asociado a una proporción del 40%, con un nivel de confianza del 95%.*

Fuente: Elaboración propia a partir de información de las bases de datos institucionales de la CNCS, agosto 2025.

¹² La muestra tuvo una tasa de reemplazo con reposición de 0.6%, correspondiente a 6 publicaciones que, a pesar de estar en el marco del PEEPJF 2024-2025, no contenían información relevante para el presente análisis.

Anexo 3 Estados y países de donde provino la información

Estado	Porcentaje
Ciudad de México	53.1%
Veracruz	5.8%
Estado de México	5.2%
Chihuahua	3.9%
Coahuila	3.9%
Quintana Roo	3.2%
Tamaulipas	3.0%
Chiapas	2.4%
Jalisco	2.4%
Puebla	2.4%
Morelos	1.6%
Nuevo León	1.6%
Aguascalientes	1.1%
Oaxaca	1.1%
Michoacán	0.9%
San Luis Potosí	0.9%
Sonora	0.9%
Yucatán	0.9%
Querétaro	0.8%
Baja California	0.5%
Durango	0.5%
Guanajuato	0.5%
Sinaloa	0.5%
Tlaxcala	0.5%
Baja California Sur	0.3%
Colima	0.3%
Nayarit	0.2%
País	Porcentaje
Argentina	1.6%

Anexo 4 Cargos de las personas de los medios de comunicación

Cargo y género de las personas representantes de los medios de comunicación convencionales por género y nivel de toma de decisión que dieron cobertura al PEL 2024-2025					
Tipo de medio	Nivel	Cargo	Mujer	Hombre	Sin identificar
Plataforma digital	Alta	Dueña/Principal accionista	1	1	0
		CEO	0	1	0
		Presidencia del medio	6	11	0
		Presidencia ejecutiva	5	1	0
		Presidencia y dirección general	0	10	0
		Vicepresidencia y dirección general	0	2	0
		Dirección general	20	102	0
		Dirección operativa	1	0	0
		Dirección editorial	1	6	0
	Dirección General y Editorial	0	1	0	
Sin identificar	Sin identificar	0	0	108	
Televisión	Alta	Presidencia del medio	0	2	0
		Presidencia y dirección general	0	1	0
		Dirección general	6	27	0
	Sin identificar	Sin identificar	0	0	2
Impreso	Alta	Presidencia del medio	2	6	0
		Vicepresidencia ejecutiva y dirección general	0	1	0
		Dirección general	4	16	0
	Sin identificar	Sin identificar	0	0	8
Radio	Alta	Dirección general	0	3	0
		Dirección editorial	0	1	0
	Sin identificar	Sin identificar	0	0	11

Anexo 4 Bases de datos

Base de datos de publicaciones clasificadas de Medios de comunicación convencionales

<https://goo.su/B68oGo>

Base de datos de publicaciones clasificadas de Redes sociales: X, Facebook y YouTube

<https://goo.su/X77RQ>

Anexo 5. Índice de gráficas, tablas y mapas

Gráfica	pág.
Gráfica 1 Tipo de medios que predominaron en la cobertura informativa en MC	11
Gráfica 2 Tipo de cuentas que predominaron en la cobertura informativa en RRSS	11
Gráfica 3 Nivel de toma de decisión en los MC por género y tipo de medio	11
Gráfica 4 Tipo de cuenta de RRSS que aludieron los cargos en disputa.	13
Gráfica 5 Género periodístico de las publicaciones en MC por género de las personas que las realizaron	13
Gráfica 6 Personas de los MC responsables de la cobertura informativa por género y rol	14
Gráfica 7 Tipo de cuentas de RRSS que participaron en la conversación pública	15
Gráfica 8 Candidaturas que participaron en la conversación pública en RRSS por género e instancia del PJF	16
Gráfica 9 Publicaciones de MC con fuentes informativas	18
Gráfica 10 Rol y género de las fuentes informativas por instancia del PJF	19
Gráfica 11 Tópicos de las fuentes informativas por rol, género e instancia del PJF	21
Gráfica 12 Tópicos abordados por las personas de los MC por género y rol	23
Gráfica 13 Cobertura de los MC a las candidaturas por género e instancia del PJF	25
Gráfica 14. Menciones en MC	28
Gráfica 15. Menciones en RRSS	28
Gráfica 16. Tipo de menciones a candidaturas realizadas por las fuentes informativas en MC	28
Gráfica 17. Tipo de menciones a candidaturas por tipo de cuenta en RRSS	30
Gráfica 18 Publicaciones con propuestas de mejora en MC	34
Gráfica 19 Publicaciones con propuestas de mejora en RRSS	34
Gráfica 20 Tipo de MC que mencionó la propuesta de mejora por instancia del PJF	35
Gráfica 21 Tipo de cuenta de RRSS que mencionó la propuesta de mejora por instancia del PJF	35
Gráfica 22 Tipo de propuesta de mejora de las candidaturas por género y sector al que la dirigieron en MC	37
Gráfica 23 Tipo de propuesta de mejora de las candidaturas por género y sector al que la dirigieron en RRSS	39
Gráfica 24 Género y cargo de personas candidatas de quienes se retomaron propuestas de mejora en MC	40
Gráfica 25 Género y cargo de personas candidatas de quienes se retomaron propuestas de mejora en RRSS	40
Gráfica 26 Personas que retomaron las propuestas de mejora en MC por instancia del PJF	41
Gráfica 27 Personas que retomaron las propuestas de mejora en RRSS por instancia del PJF	42
Gráfica 28 Publicaciones con críticas a candidaturas en MC	44
Gráfica 29 Publicaciones con críticas a candidaturas en RRSS	44
Gráfica 30 Fuente informativa que realizó la crítica en MC por rol y género	45
Gráfica 31 Tipo de cuenta de RRSS de la que se realizó la crítica por rol y género	46
Gráfica 32 Tipo y motivo de crítica hacia las candidaturas en MC por género e instancia del PJF	47
Gráfica 33 Tipo y motivo de crítica hacia las candidaturas en RRSS por género e instancia del PJF	49
Gráfica 34 Publicaciones de MC con hechos de violencia	53
Gráfica 35 Publicaciones de RRSS con hechos de violencia	53
Gráfica 36 VP y VPMRG identificada en MC por instancia del PJF	54
Gráfica 37 VP y VPMRG identificada en RRSS por instancia del PJF	54
Gráfica 38. Modalidad y difusión de la VPMRG en MC	58
Gráfica 39. Modalidad y difusión de la VPMRG en RRSS	58

Gráfica	pág.
Gráfica 40. Hechos de violencia que afectaron a una o más candidatas en MC	59
Gráfica 41. Hechos de violencia que afectaron a una o más candidatas en RRSS	59
Gráfica 42. Tipo y hecho de VPMRG por instancia en MC	59
Gráfica 43. Tipo y hecho de VPMRG por instancia en RRSS	61
Gráfica 44. Personas que ejercieron VPMRG en MC por rol y género	64
Gráfica 45. Personas que ejercieron VPMRG en RRSS por rol y género	65
Gráfica 46 Publicaciones con temas en MC	69
Gráfica 47 Publicaciones con temas en RRSS	69
Gráfica 48 Temas mencionados en la elección por instancia del PJF en MC	69
Gráfica 49 Temas mencionados en la elección por instancia del PJF en RRSS	69
Gráfica 50 Alusión en MC a temas en la elección de la SCJN	70
Gráfica 51 Alusión en RRSS a temas en la elección de la SCJN	71
Gráfica 52 Alusión en MC a temas en la elección del TEPJF	72
Gráfica 53 Alusión en RRSS a temas en la elección del TEPJF	72
Gráfica 54 Alusión en MC a temas en la elección del TDJ	73
Gráfica 55 Desarrollo en MC de temas en la elección de la SCJN	74
Gráfica 56 Desarrollo en RRSS de temas en la elección de la SCJN	74
Gráfica 57 Desarrollo en MC de temas en la elección del TEPJF	75
Gráfica 58 Desarrollo de los temas por género y rol en el TDJ (MC)	75
Gráfica 59 Sentimiento por general por instancia en MC	77
Gráfica 60 Sentimiento por general por instancia en RRSS	77
Gráfica 61 Sentimiento de las publicaciones de MC en la elección de la SCJN	78
Gráfica 62 Sentimiento de las publicaciones de MC en la elección del TEPJF	78
Gráfica 63 Sentimiento de las publicaciones de MC en la elección del TDJ	79
Gráfica 64 Sentimiento de las publicaciones de RRSS en la elección de la SCJN	79
Gráfica 65 Sentimiento de las publicaciones de RRSS en la elección del TEPJF	80
Gráfica 66 Sentimiento de las publicaciones de RRSS en la elección del TDJ	80

Mapa	Pág.
Mapa 1 Entidades de donde provino la cobertura mediática	9
Mapa 2 Instancia nacional del PJF en la que se enfocó la cobertura informativa por entidad en MC	10
Mapa 3 Instancia nacional del PJF en la que enfocó la cobertura informativa por entidad en RRSS	10

Ilustraciones	pág.
Ilustración 1 Ejemplo de crítica por incumplimiento de normas electorales en medios de comunicación convencionales	48
Ilustración 2 Ejemplo de crítica por tener relación con un partido político en medios convencionales	48
Ilustración 3 Ejemplo de crítica por tener relación con un partido político en redes sociales	49
Ilustración 4 Ejemplo de crítica por incumplimiento de normas electorales en redes sociales	50
Ilustración 5 Ejemplo de VP (amenaza) en MC	56
Ilustración 6 Ejemplo de VP (insultos) en RRSS	56
Ilustración 7 Ejemplo de agresión a través de imágenes y palabras denigrantes en MC en la modalidad mediática	60
Ilustración 8 Ejemplo alusión a subordinación en medios convencionales en la modalidad mediática	60
Ilustración 9 Ejemplo de cyberbullying en RRSS en la modalidad digital	62
Ilustración 10 Ejemplo de agresión verbal en RRSS en la modalidad digital	62
Ilustración 11. Ejemplo de difusión no consentida de contenido íntimo y revictimización en RRSS en la modalidad mediática	63

Tablas	pág.
Tabla 1 Género de las candidaturas que emitieron propuestas de mejora en MC por instancia del PJF	36
Tabla 2 Género de las candidatas que emitieron propuestas de mejora por instancia en RRSS	38
Tabla 3 Difusión de la VP en MC por tipología y hecho	56
Tabla 4 Difusión de la VP en RRSS por tipología y hecho	56
Tabla 5 Número de candidatas afectas por VPMRG en MC y RRSS	57
Tabla 6 Alusión en RRSS a temas en la elección del TDJ	73
Tabla 7 Desarrollo en RRSS de temas en la elección del TEPJF	75
Tabla 8 Desarrollo en RRSS de temas en la elección del TDJ	76

Bibliografía

- Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Anagrama.
- Chirino, O. (2020). La violencia de género y los Medios de Comunicación Social. *Encuentros. Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*. Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt, Venezuela, Venezuela. doi: <https://doi.org/10.5281/zenodo.3693034>
- DOF. (15 de 09 de 2019). *DECRETO por el que se reforman los artículos 2, 4, 35, 41, 52, 53, 56, 94 y 115; de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de Paridad entre Géneros*. Obtido de <https://goo.su/ko8SBf>
- DOF. (15 de 09 de 2024). *DECRETO por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de reforma del Poder Judicial*. Obtido de <https://goo.su/VD2RCuu>
- DOF. (2024). *Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales*. Obtido de <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGIPE.pdf>
- Fernández García, N. (octubre de 2018). *Género, medios y política: representación de mujeres políticas en medios de comunicación*. Obtido de <https://goo.su/l43ATXG>
- Fraser, N. (1990). Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. *Social Text*, No. 25/26. Duke University Press, Durham, EUA.
- Fraser, N. (1997). *Justice interruptus: Critical reflections on the "postsocialist" condition*. Routledge.
- Gilas, K. (8 de febrero de 2024). *La paridad y la representación sustantiva de las mujeres en México*. Obtido de <https://goo.su/Wxcxjlc>
- IBD. (julio de 2024). *Paridad de Género en el Poder Judicial*. Obtido de <https://goo.su/V02bwB>
- IJJ, UNAM. (2018). *Mujeres en política: experiencias nacionales y subnacionales en América Latina*. Obtido de <https://goo.su/3GuKFoX>
- INE. (2024). *¿Un espacio ganado? Participación político-electoral de las mujeres en el Proceso Electoral Concurrente 2023-2024: un análisis cuantitativo y cualitativo de las publicaciones de los medios de comunicación convencionales y la red social X*. Obtido de <https://goo.su/xvSwSMf>
- INE. (10 de 02 de 2025). *Avala INE criterios para el cumplimiento del Principio de Paridad de Género en el PEEJF 2024-2025*. Obtido de Central Electoral: <https://goo.su/nxfhx6>
- INEGI. (20 de 11 de 2024). *Censo Nacional de Impartición de Justicia Federal y Estatal 2024*. Obtido de <https://goo.su/7COgszT>
- Krook, M. L. (2016). Gender and political violence in Latin America: Concepts, debates and solutions. 125–157.

- Krook, M. L. (2020). Violence against women in politics: Theory, trends, and challenges. *Perspectives on Politics*, 1062–1078.
- Krook, M., & Restrepo Sanín, J. (2016). *Política y género*. CIDE. Obtido de Violencia contra las mujeres en política: En defensa del concepto: <https://goo.su/W9EJ>
- Lagarde, M. (1996). *Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia*. Madrid : Horas y Horas.
- MacKinnon, C. (1989). *Toward a feminist theory of the state*. Harvard University Press.
- MacKinnon, C. (1993). *Only words*. Harvard University Press.
- McCombs, M. (2006). Establecimiento de la agenda: el impacto de los medios de comunicación en la opinión pública y en el conocimiento. Barcelona: Paidós.
- Newman, N., Arguedas, R. A., Robertson, T. C., Nielsen, K. R., & Fletcher, R. (2025). *Digital News Report 2025*. Reino Unido: Reuters Institute.
- Orozco, G. (marzo de 1997). *Medios, audiencias y mediaciones*. Obtido em catorce de enero de 2025, de <https://www.redalyc.org/pdf/158/15800806.pdf>
- Prieto Sánchez, C. (2018). ¿Quiénes hablan en las noticias? Desequilibrio de género en las fuentes informativas de la prensa de proximidad. Em Zer, *Revista de estudios de comunicación* (pp. 161-184). España: <https://goo.su/XhbDvf>.
- Ridgeway, C. (2001). Gender, status, and leadership . *Journal of Social Issues*, 57(4), 637–655.
- Ríos, M. I. (2012). *El Feminismo en mi vida. Hitos, claves y topías*. D.F.: Inmujeres.
- Ross, K. (2010). *Gendered media: Women, men, and identity politics*. Rowman & Littlefield.
- Saad, A. (mayo de 2012). *La subjetividad en el discurso periodístico seguir creyendo en la subjetividad como paradigma periodístico, es condenar el oficio a darle la espalda a la narración, la interpretación, la humanización de las historias. Elementos que el público esta recl*. Obtido de Razón y palabra: <https://goo.su/1Dcafr>
- Sanín, M. L. (2016). Gender and political violence in Latin America: Concepts, debates and solutions. *Política y Gobierno*, 23 (1), 125-157.
- Segato, R. (2016). *La guerra contra las mujeres*. Traficantes de Sueños.
- Tezanos, J. F. (19 de Septiembre de 2018). *La crítica política y la derecha acosadora* . Obtido de Sistema Digital:<https://fundacionsistema.com/la-critica-politica-y-la-derecha-acosadora/#:~:text=La%20cr%C3%ADtica%20pol%C3%ADtica%20forma%20parte%20de%20la,co ntraste%20de%20posturas%20en%20cualquier%20competencia%20electoral>.
- Vilchis, R. R. (2017). *Medios de comunicación, conocimiento y entendimiento de la opinión pública sobre los sucesos políticos. El Caso de México*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.

Young, I. M. (1990). Justice and the politics of difference. *Princeton University Press*.