

**DIPUTADO JUAN ANTONIO MAGAÑA DE LA MORA
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA DEL HONORABLE
CONGRESO DEL ESTADO DE MICHOACÁN DE OCAMPO.
P R E S E N T E. –**

JUAN CARLOS BARRAGÁN VÉLEZ, Diputado integrante de la Septuagésima Quinta Legislatura del Congreso del Estado de Michoacán, así como integrante del grupo parlamentario del partido MORENA, y de conformidad con lo establecido en los artículos 36, fracción II; 37 y 44, fracción I y XXX de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Michoacán de Ocampo; 8, fracción II; 234 y 235 de la Ley Orgánica y de Procedimientos del Congreso del Estado de Michoacán de Ocampo; someto a consideración de este Honorable Congreso la presente ***iniciativa con proyecto de decreto por el que se adiciona el artículo 169 TER, al Código Electoral del Estado de Michoacán de Ocampo***, en base a la siguiente:

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

En los últimos años, las redes sociales han transformado significativamente la dinámica de las campañas electorales, permitiendo a los candidatos y partidos políticos establecer una comunicación directa y masiva con la ciudadanía. Sin embargo, este avance también ha traído consigo nuevos

desafíos, particularmente en lo referente al papel que juegan los influencers en los procesos electorales.

Impacto de los influencers en las campañas políticas

Los influencers, personas con una base significativa de seguidores en redes sociales, han emergido como actores clave en la política contemporánea. A través de su alcance y capacidad de persuasión, estas figuras no sólo amplifican mensajes políticos, sino que, en muchos casos, solicitan abiertamente el apoyo al voto en favor de determinados candidatos o partidos políticos. Si bien estas acciones forman parte de su libertad de expresión, su participación en campañas ha generado serios cuestionamientos en términos de transparencia, equidad y fiscalización electoral.

Un caso emblemático se presentó en las elecciones de 2021, cuando el Partido Verde Ecologista de México (PVEM) utilizó a más de 100 influencers para promover su candidatura durante el periodo de veda electoral. Esta acción derivó en una sanción impuesta por el Instituto Nacional Electoral (INE) de 40.9 millones de pesos, además de la suspensión de propaganda del partido por un año. Esta resolución fue confirmada por el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF), evidenciando la gravedad de estas prácticas al vulnerar los principios de equidad y legalidad.

En el proceso electoral 2023-2024, nuevamente se han señalado irregularidades relacionadas con el uso de influencers y redes sociales. Aunque el INE ha avanzado en la fiscalización de ingresos y gastos de campaña, todavía enfrenta desafíos para regular de manera efectiva estas actividades debido a la falta de una normativa específica. Una de las consejeras del INE, destacó que actualmente no existe una regulación clara para el uso de redes sociales en campañas electorales, lo que dificulta la supervisión y sanción de estas prácticas.

El problema: Desigualdad y opacidad en el uso de influencers

El uso de influencers en campañas electorales ha evidenciado varias problemáticas que deben ser atendidas de manera urgente:

1. Desigualdad en la contienda electoral

La contratación de influencers, quienes utilizan su plataforma para influir en las decisiones de voto de su audiencia, ha generado un terreno desigual entre los candidatos. Aquellos con mayores recursos económicos pueden financiar la promoción de su imagen a través de estas figuras, mientras que otros carecen de los medios para competir en igualdad de condiciones.

2. Falta de transparencia en los acuerdos

En muchos casos, los acuerdos entre partidos políticos, candidatos e influencers no se hacen públicos ni se reportan como gastos de campaña. Esta opacidad impide que las autoridades electorales tengan un control efectivo sobre el origen y destino de los recursos utilizados, lo que abre la puerta a posibles violaciones del tope de gastos de campaña y al financiamiento ilegal.

3. Influencia desmedida en el electorado

Los seguidores de los influencers, que a menudo confían en sus opiniones, pueden verse persuadidos por sus posturas políticas, incluso sin un análisis crítico de las propuestas de los candidatos. Esto distorsiona el proceso democrático, ya que el voto puede ser influido más por la popularidad del influencer que por los méritos de los aspirantes.

Ámbito de aplicación local en Michoacán

En las elecciones estatales de Michoacán celebradas el 2 de junio de 2024, se renovaron un total de **1,137 cargos de elección popular**, lo que evidencia la magnitud y complejidad de los procesos electorales locales. Según datos del Instituto Nacional Electoral (INE) y el Instituto Electoral de Michoacán (IEM), los cargos distribuidos en esta elección fueron los siguientes:

1. Congreso del Estado de Michoacán:

- **40 diputaciones locales:**

- 24 electas por mayoría relativa.
- 16 designadas mediante representación proporcional.

2. Ayuntamientos:

- **112 presidencias municipales.**
- **112 sindicaturas.**
- **873 regidurías:**
 - 504 por mayoría relativa.
 - 369 por representación proporcional.

Es relevante señalar que, derivado de una sentencia de la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF), el municipio de San Francisco Cherán elige a sus

autoridades de acuerdo con sus normas y prácticas tradicionales, por lo que no se incluye en el conteo general.

Este amplio espectro de cargos de elección popular resalta la importancia de garantizar la equidad y la transparencia en los procesos electorales locales, donde actores como los influencers en redes sociales han comenzado a jugar un papel significativo, requiriendo un marco normativo específico para regular su impacto.

Propuestas específicas para Michoacán

Para garantizar el cumplimiento de estas disposiciones, se propone la inclusión de un capítulo específico en la legislación electoral local que contemple:

1. Sanciones administrativas

- Multas económicas proporcionales a la gravedad de la infracción y al impacto estimado de la promoción ilícita en redes sociales.
- Suspensión temporal del derecho a participar en campañas futuras para influencers que reincidan en prácticas indebidas.

2. Responsabilidad solidaria

En casos en que los influencers no etiqueten adecuadamente sus actividades promocionales o promuevan campañas en periodos prohibidos, las sanciones económicas serán aplicables tanto a ellos como a los candidatos o partidos involucrados.

3. Inhabilitación para influencers recurrentes

Para aquellos influencers que participen de manera sistemática en actividades contrarias a las disposiciones legales, el IEM podrá emitir resoluciones que los inhabiliten para participar en campañas políticas en el estado.

4. Obligación de retirar contenido infractor

Cuando se determine que un influencer ha realizado publicaciones que violan las disposiciones legales, se impondrá la obligación de retirar dicho contenido de manera inmediata.

Fortalecimiento del Instituto Electoral de Michoacán

Se contempla dotar al IEM de facultades adicionales para:

- Monitorear de manera activa el uso de redes sociales en campañas locales.
- Implementar tecnología que permita rastrear y auditar publicaciones en redes sociales relacionadas con campañas políticas.
- Promover campañas informativas sobre el uso responsable de redes sociales en procesos democráticos.

Con esta iniciativa, el Congreso del Estado de Michoacán tiene la oportunidad de regular de manera efectiva el impacto de las redes sociales y los influencers en las elecciones locales, garantizando procesos democráticos más justos y transparentes. Las disposiciones propuestas no solo se alinean con el marco federal de fiscalización, sino que también atienden necesidades específicas de nuestro estado, fortaleciendo la equidad electoral y la confianza ciudadana.

Por ello, me permito someter a la consideración de esta soberanía la presente iniciativa de ley, solicitando su análisis, discusión y eventual aprobación.

Debido a lo anteriormente expuesto es por lo que me permito presentar ante el pleno de esta soberanía, solicitando que sea considerado de urgente y obvia resolución la siguiente propuesta de:

DECRETO:

ÚNICO. Se adiciona el artículo 169 TER, al Código Electoral del Estado de Michoacán de Ocampo, para quedar como sigue:

ARTÍCULO 169 TER. Uso de Redes Sociales e Influencers en Propaganda Electoral

Los influencers, los creadores de contenido digital y cualquier persona que promueva propaganda política o electoral a través de redes sociales deberán:

- I. Etiquetar de forma visible toda publicación relacionada con actividades de campaña como contenido patrocinado;***
- II. Abstenerse de realizar publicaciones con fines de propaganda electoral durante los periodos de veda electoral; y,***

- III. Garantizar que sus actividades de promoción cumplan con las disposiciones establecidas en este Código.**

Los partidos políticos, coaliciones, candidaturas comunes y candidatos que utilicen servicios de influencers o contenido en redes sociales deberán:

- I. Incluir estos gastos en sus informes de ingresos y egresos de campaña, conforme a lo dispuesto en este Código y el Instituto Nacional; y,**
- II. Asegurarse de que las publicaciones realizadas por los influencers sean conformes a las disposiciones de transparencia y equidad electoral.**

Durante el periodo de veda electoral que determine el Instituto queda estrictamente prohibida la difusión de propaganda electoral en redes sociales, incluyendo publicaciones realizadas por influencers.

El incumplimiento de las disposiciones de este artículo será sancionado conforme a lo dispuesto en este Código. Las sanciones podrán incluir:

- I. Multas económicas proporcionales a la gravedad de la infracción y al impacto de la propaganda;**
- II. Suspensión temporal para influencers que reincidan en prácticas indebidas relacionadas con campañas electorales; y,**
- III. Obligación de retirar contenido infractor dentro de las 24 horas posteriores a la notificación de la autoridad electoral.**

El Instituto será responsable de monitorear de manera activa las redes sociales durante el proceso electoral, con el fin de identificar posibles infracciones a lo dispuesto en este artículo.

TRANSITORIOS

Primero. El presente Decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Periódico Oficial del Gobierno Constitucional del Estado de Michoacán de Ocampo.

Segundo. El Instituto Electoral de Michoacán contará con un plazo de 180 días naturales a partir de la entrada en vigor de este Decreto para emitir los lineamientos necesarios para la implementación del presente Decreto.

Tercero. Los partidos políticos y candidatos que participen en futuros procesos electorales en el estado deberán adecuar sus actividades de campaña a las disposiciones del presente Decreto.

Dado en el Palacio del Poder Legislativo de Morelia, Michoacán, a 17 del mes de enero del año 2025.

ATENTAMENTE

DIP. JUAN CARLOS BARRAGÁN VÉLEZ

LA PRESENTE HOJA CON FIRMA CORRESPONDE A LA INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE ADICIONA EL ARTÍCULO 169 TER, AL CÓDIGO ELECTORAL DEL ESTADO DE MICHOACÁN DE OCAMPO, DE FECHA 17 DEL MES DE ENERO DEL AÑO 2025, PRESENTADA POR EL DIP. JUAN CARLOS BARRAGÁN VÉLEZ.

JCBV/amhm/mcb*

Resumen Ejecutivo:

La iniciativa propone adicionar el artículo 169 TER al Código Electoral del Estado de Michoacán para regular el uso de redes sociales e influencers en campañas electorales, con el objetivo de garantizar la equidad y la transparencia en los procesos democráticos. Se establecen obligaciones para etiquetar contenido patrocinado, respetar la veda electoral y reportar gastos relacionados con propaganda digital. Además, se prevén sanciones como multas, suspensión temporal y retiro de contenido infractor, mientras que el Instituto Electoral de Michoacán será responsable de monitorear redes sociales y emitir lineamientos para su implementación.

