



Aspirantes sin seguidores en redes quedan invisibilizados

La elección judicial, cuyas reglas se ciñen a realizar campaña en redes sociales o volanteo en las calles, se desarrollan en dos vías: los candidatos que se pueden calificar como influencers o los invisibles en el entorno digital.

El extremo de la campaña para ministros de la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) va de Mauricio Flores Castro, quien ni siquiera tiene redes sociales, pero es abogado de personas como Juan Collado a César Gutiérrez, quien tiene 82 mil seguidores en X y es hijo del fallecido general José Gutiérrez Rebollo.

Por otra parte, hay un grupo de candidatos con solo tres, 22 y 33 seguidores en X, cuyos mensajes ayer en el arranque de campaña quedaron invisibilizados con solo unos cuantos me gusta.

Mientras otros, los considerados influencers, lograron una interacción en su primer día de campaña, entre los que destacan las tres ministras en funciones: Yasmín Esquivel, Loretta Ortiz y Lenia Batres, con 48 mil, 32 mil y 72 mil seguidores en X.

Los candidatos con menos seguidores en redes sociales son Mauricio Flores Castro, quien ni siquiera tiene redes sociales activas, a pesar

48 mil

 seguidores tiene
una aspirante de
las más vistas


BAJA. Entre los candidatos con menos vistas está Luz María Zarza quien busca obtener un lugar en la Suprema Corte.

Luz María Zarza tiene tres seguidores en X y busca un lugar en la Suprema Corte, fue directora jurídica de Pemex, en el sexenio de Enrique Peña Nieto, y consejera Jurídica de Eruviel Ávila. Con nueve seguidores, Jaime Salvador García se ostenta como corredor público en la CDMX, mediador y perito traductor certificado.

Ricardo Garduño tiene 24 seguidores en X y resalta que fue vendedor ambulante hasta llegar a ser el presidente de un tribunal colegiado, con sede en Toluca. / **ANGEL CABRERA**

de que la campaña es digital; sin embargo, ha sido defensor de Alonso Ancira, quien era el mayor accionista de Altos Hornos de México.