

**Algunas implicaciones de la propaganda gubernamental en materia electoral.
Un contraste aproximativo entre la interpretación legislativa y la judicial**

Implications of government propaganda in electoral law. An approximative contrast between legislative and judiciary interpretation

Luis Espíndola Morales

 <https://orcid.org/0009-0005-5231-1374>

Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. México

Correo electrónico: luisespindolam27@gmail.com

José Miguel Hoyos Ayala

 <https://orcid.org/0009-0003-8370-4336>

Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. México

Correo electrónico: jose.hoyosa@te.gob.mx

DOI: <https://doi.org/10.22201/ijj.24487910e.2024.21.19431>

Sumario: I. Breve preludeo. II. Construcción jurisprudencial en torno a la propaganda gubernamental. III. El estado de cosas. IV. ¿Qué establecía la reforma respecto de la propaganda gubernamental? V. Breve análisis comparativo. VI. Cuestionamientos que surgen a partir de los conceptos. VII. ¿Cuáles son algunos retos ante estos escenarios? VIII. Algunas consideraciones finales. IX. Bibliografía.

I. Breve preludio

El modelo de comunicación política en México tiene sus bases fundamentales en las reformas constitucionales de 2007 y de 2014, en las que se establecieron los principios, reglas e instituciones que lo enmarcan.

Algunos aspectos distintivos del actual modelo tuvieron que ver con la asignación de los tiempos de radio y televisión a los partidos políticos y candidaturas independientes en proporción a su fuerza electoral, la facultad exclusiva del entonces Instituto Federal Electoral —actualmente Instituto Nacional Electoral— de administrar los tiempos de radio y televisión, que corresponden tanto a los competidores políticos como a las autoridades electorales, así como la obligación de todas las concesionarias de radio y televisión de transmitir, sin costo alguno y en los tiempos establecidos por la autoridad electoral, los referidos mensajes.

Este modelo buscó equilibrar el acceso a radio y televisión de todos los intervinientes. Un aspecto importante para garantizar equidad consistió en limitar la participación del gobierno en los procesos comiciales, con lo que —con excepción de la información relacionada con educación, salud, protección civil y las de difusión a cargo de las autoridades electorales— quedó constitucionalmente proscrita la difusión de cualquier comunicación que constituyera propaganda gubernamental en la etapa de campañas, para evitar una ventaja indebida a través de la promoción personalizada de servidores públicos, o a partir del apoyo expreso o velado a un partido político o candidatura.

Es, particularmente, en la difusión de propaganda gubernamental en la que enfocaremos el presente estudio, a partir de realizar un contraste entre la interpretación judicial y el tratamiento legislativo en materia de comunicación social, que se ha venido realizando en los últimos años.

Al momento en que se escriben las presentes líneas, se han activado y resuelto algunos mecanismos de control constitucional ante la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN o Corte), en contra de diversas disposiciones normativas que fueron reformadas, tanto de la Ley General de Comunicación Social (LGCS) y la Ley General de Responsabilidades Administrativas (LGRA), publicadas en el *Diario Oficial de la Federación* el 27 de diciembre de 2022,¹ como de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Elec-

¹ https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5675885&fecha=27/12/2022#gsc.tab=0

torales (LGIPE), la Ley General de Partidos Políticos (LGPP), la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación (LOPJF) y la expedición de una nueva Ley General de los Medios de Impugnación en Materia Electoral (LGMIME), publicadas en el *Diario Oficial de la Federación*, el 2 de marzo 2023.²

En especial, adquiere relevancia la acción de inconstitucionalidad 29/2023 y sus acumuladas, en la que el ministro instructor determinó suspender las reformas realizadas en diciembre del año pasado a la LGCS y a la LGRA, únicamente respecto de los procesos electorales locales en curso en el Estado de México y en Coahuila,³ así como la diversa acción 71/2023 y acumulada, y la controversia constitucional 261/2023, en la que el ministro instructor también determinó la suspensión⁴ del decreto, publicado en marzo de este año.⁵

Es importante resaltar que, la referida acción de inconstitucionalidad, fue resuelta por el pleno de la Corte en sesión de 8 de mayo, en la que sustancialmente declaró la invalidez de las leyes controvertidas por violaciones graves al procedimiento legislativo.⁶ De esta manera, al quedar expulsadas del sistema jurídico las disposiciones correspondientes a la referida reforma, las bases normativas anteriores serán las que estarán vigentes para los próximos procesos electivos.

Así, el presente trabajo busca identificar la definición y alcances que se han ido construyendo, vía jurisprudencial y legislativa, del concepto de propaganda gubernamental en materia electoral. Finalmente, se realizarán algunas reflexiones sobre su naturaleza, finalidad y alcances.

Nuestras aportaciones se ciñen a determinaciones y postulados que ya constituyen información pública, puesto que involucran sentencias

² https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5681325&fecha=02/03/2023#gsc.tab=0

³ El incidente de suspensión se abrió dentro de la Acción de Inconstitucionalidad 37/2023.

⁴ Toda la documentación relacionada con las acciones de inconstitucionalidad y controversias constitucionales iniciadas para impugnar los decretos de 27 de diciembre de 2022 y 2 de marzo de 2023 se pueden consultar en el micrositio creado por la SCJN para dar publicidad a dichos procesos. <https://www.scjn.gob.mx/rpe/>

⁵ En atención a este último supuesto, la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación emitió el acuerdo general 1/2023 en el cual determinó suspender la aplicabilidad de la LGMIME publicada este año, en tanto siga vigente la suspensión señalada.

⁶ <https://www.scjn.gob.mx/video/sesiones-pleno>

que constituyen pronunciamientos oficiales. Por lo tanto, no implican prejuzgamientos respecto del marco normativo vigente.

II. Construcción jurisprudencial en torno a la propaganda gubernamental

El artículo 41, base III, Apartado C, segundo párrafo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (Constitución) establece lo siguiente:

*Durante el tiempo que comprendan las campañas electorales federales y locales y hasta la conclusión de la respectiva jornada comicial, deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación social de toda propaganda gubernamental, tanto de los poderes federales, como de las entidades federativas, así como de los Municipios, de las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México y cualquier otro ente público. Las únicas excepciones a lo anterior serán las campañas de información de las autoridades electorales, las relativas a servicios educativos y de salud, o las necesarias para la protección civil en casos de emergencia.*⁷

Por su parte, el diverso 134, párrafo octavo, de la Constitución dispone lo siguiente:

*La propaganda, bajo cualquier modalidad de comunicación social, que difundan como tales, los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, deberá tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social. En ningún caso esta propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público.*⁸

Ambas disposiciones fueron introducidas con motivo del decreto publicado en el *Diario Oficial de la Federación*, el 23 de noviembre de 2007, y fueron el resultado de exigencias de la oposición, fundadas en los reclamos de campañas de difusión de propaganda realizadas por parte del gobierno

⁷ Cursivas añadidas.

⁸ Cursivas añadidas.

de la República, en el marco del proceso federal para elegir a la persona titular del poder ejecutivo federal.⁹

De hecho, la prohibición temporal de difundir propaganda gubernamental no sólo rigió para los procesos de renovación de los poderes públicos electos por el voto popular, sino que también se retomó en el artículo 35, fracción VIII, numeral 4, y fracción IX, numeral 7, de la Constitución, respecto de los procesos de consulta popular y de revocación de mandato.

Como podemos observar, estas reformas constitucionales tuvieron como objetivo contribuir a la integridad de las elecciones, a partir de mecanismos que buscaran garantizar, de mejor manera, los principios de imparcialidad y neutralidad conforme a los que deben conducirse las personas del servicio público, para efectos de evitar incidir negativamente en los comicios, al emplear indebidamente el aparato de comunicación social para desequilibrar la competencia, en favor o en contra de alguna de las opciones políticas.

Ahora, si bien es cierto que existe prohibición de difusión de propaganda gubernamental, tanto en las campañas electorales como en los procesos de consulta popular y de revocación de mandato, lo cierto es que en ni en el texto constitucional ni en la legislación secundaria se definieron los alcances de este concepto, por lo que su configuración se ha ido construyendo vía jurisprudencial, por las Salas del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.

1. *Propaganda gubernamental*

Inicialmente, la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación contempló esta propaganda como la difundida, publicada o suscrita por cualquiera de los poderes federales o estatales, municipios, órganos de gobierno de la Ciudad de México, o cualquier otro ente público, cuyo contenido esté relacionado con informes, logros de gobierno, avances o desarrollo económico, social, cultural o político, o beneficios y compromisos cumplidos.¹⁰

⁹ Villa Berger, Patricia, *La propaganda gubernamental durante campañas electorales*, México, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, 2012, p. 32 y 33.

¹⁰ Sentencias Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. SUP-REP-156/2016, SUP-REP-37/2019 y SUP-REP-109/2019.

Entonces, encontramos una primera aproximación que atiende, tanto a la calidad de los entes que la emiten, como al contenido propiamente dicho de la propaganda.

La Sala Superior también ha enfatizado que, dicha propaganda, es una vertiente de comunicación gubernamental, cuya finalidad o intención¹¹ consiste en publicitar o difundir acciones de gobierno para buscar el convencimiento, la simpatía, la adhesión o la aceptación de la población.

En este punto, se pone de manifiesto un elemento subjetivo. Mientras que, en los demás ejercicios de comunicación gubernamental se busca, exclusivamente, informar sobre una situación concreta o difundir los elementos necesarios para el ejercicio de derechos o el acceso a programas públicos, la propaganda gubernamental sí reúne características que la dirigen a posicionar socialmente las acciones gubernamentales, con el fin de obtener una calificación ciudadana favorable (adhesión, aceptación o consenso de la población).¹²

En atención a estos elementos, la Sala Superior ha sistematizado sus pronunciamientos en torno a la figura de la propaganda gubernamental y la definió como

toda acción o información relativa a una entidad estatal, realizada o difundida por cualquier medio de comunicación (impreso, audiovisual o electrónico) o mediante actos públicos dirigidos a la población en general, que implica generalmente el uso de recursos públicos de cualquier naturaleza, sea que contenga o no referencias o símbolos distintivos de alguna instancia estatal o dependencia de gobierno, que difunde logros o acciones de gobierno y que tiene por finalidad la adhesión o persuasión de la ciudadanía.¹³

¹¹ Sentencias Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. SUP-REP-185/2018, así como SUP-REC-1452/2018 y acumulado.

¹² En este sentido se excluye del concepto de *propaganda gubernamental* cualquier *información* pública o gubernamental que tenga un contenido neutro y una finalidad ilustrativa o meramente comunicativa. Sentencia emitida en el expediente SUP-REP-142/2019 y acumulado.

¹³ Esta definición fue construida recientemente por la Sala Superior en la sentencia de treinta y uno de marzo, emitida dentro de los expedientes SUP-REP-142/2019 y acumulado y fue retomada por la Sala Especializada al resolver el SRE-PSC-69/2019 mediante sentencia del nueve de abril.

Al respecto, existen limitaciones o prohibiciones aplicables a los ejercicios de comunicación gubernamental:¹⁴

- *Influencia electoral.* Ni la propaganda gubernamental ni cualquier información pública o gubernamental pueden tener carácter electoral, es decir, no debe dirigirse a influir en las preferencias electorales de la ciudadanía.
- *Temporalidad.* Conforme a los artículos constitucionales que han sido citados al inicio de este análisis, la propaganda gubernamental no puede difundirse dentro de las campañas electorales, de los tres días previos a la jornada y en el día de la elección misma; tampoco puede difundirse dentro de los procesos de consulta popular y revocación de mandato, desde la emisión de la convocatoria correspondiente y hasta el día de la votación.¹⁵
- *Contenido institucional.* Por último, la propaganda gubernamental debe tener carácter institucional y no estar personalizada.

Con base en lo expuesto, se puede sostener que la línea jurisprudencial desarrollada por la Sala Superior atiende preponderantemente al contenido de la propaganda gubernamental, y no a los factores externos que la generaron.

La propia Sala Superior ha sostenido que, al analizar ejercicios de propaganda que puedan constituir ejercicios prohibidos por tener un carácter personalizado y no institucional, no es exigible que se acredite que provino necesariamente de un ente público o estar financiada con recursos públicos. Lo anterior, porque estrechar ese margen de consideración podría generar un menoscabo a los principios constitucionales de imparcialidad y equidad en la contienda electoral,¹⁶ puesto que permitiría la difusión de contenidos vedados, por atender únicamente a una verificación formal del ente que los emitió.

¹⁴ Sentencia Sala Regional Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. SRE-PSC-69/2019 de nueve de abril.

¹⁵ Artículos 41, fracción III, Apartado C, y 35, fracciones VIII, numeral 4, y IX, numeral 7, de la Constitución.

¹⁶ Sentencia Sala Regional Especializada del Poder Judicial de la Federación. SRE-PSC-188/2018.

Por tanto, la calificación de *propaganda gubernamental* atiende a dos factores:

- *Contenido*. Logros o acciones de gobierno.
- *Finalidad*. Adhesión, aceptación, consenso o empatía, todo lo cual busca mejorar la percepción ciudadana del actuar del gobierno en turno.

Estas precisiones resultan vitales para garantizar una tutela efectiva del principio constitucional de equidad en la competencia electoral en una doble vertiente.

La primera, para identificar si estamos ante contenidos que la propia Constitución prohíbe difundir durante las campañas electorales y los procesos de participación ciudadana (consultas populares y revocación de mandato a nivel federal).

La segunda, porque si bien la misma Constitución establece que se encuentra prohibida la promoción personalizada de las personas servidoras públicas, sólo se puede dar cuando se difunde propaganda gubernamental. Esto es, para poder analizar si se actualiza la indebida promoción personalizada de una persona servidora pública, es una precondition ineludible que se establezca si, el mensaje o contenido analizado, puede calificarse como propaganda gubernamental.

2. *Promoción personalizada*

El artículo 134, párrafo octavo, de nuestra Constitución, establece el deber de que la propaganda gubernamental que se emita tenga un carácter institucional; un párrafo que tiene incidencia e impacto en distintas materias del derecho, como la administrativa, la penal y la electoral.¹⁷

En lo relativo al ámbito electoral, la Sala Superior ha identificado dos tópicos: uno, de carácter enunciativo, que se limita a especificar lo que deberá entenderse como propaganda del Estado, y otro que dispone la prohibición

¹⁷ Criterio sostenido por la Sala Superior en la contradicción de criterios SUP-CDC-5/2018 y por la Primera Sala de la Suprema Corte, en la tesis XVI/2018 de rubro “REGULACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL. EL PÁRRAFO OCTAVO DEL ARTÍCULO 134 CONSTITUCIONAL NO VERSA SOBRE MATERIA ELECTORAL”, *Gaceta del Semanario Judicial de la Federación*, libro 52, marzo 2018, tomo I, página 1102.

de emplear dicha propaganda para la promoción personalizada de personas en el servicio público.¹⁸

Esa prohibición constitucional busca tutelar el principio de equidad en la contienda, en torno al cual se ha construido el modelo de comunicación y competencia política en nuestro país; aunado a que constituye una regla de actuación para las personas en el servicio público, consistente en observar un actuar imparcial en la configuración y difusión de la propaganda gubernamental que emitan, para no influir en los procesos de renovación del poder público.

Al respecto, la Sala Superior ha definido¹⁹ que, no toda propaganda gubernamental que de alguna manera utilice la imagen o el nombre de una persona servidora pública, puede catalogarse como promoción personalizada, puesto que se debe analizar si, los elementos que la contienen, constituyen una verdadera vulneración a los principios de imparcialidad y equidad en los procesos electorales.

Con base en ello, de conformidad con el criterio de la Sala Superior, la infracción a la disposición constitucional en análisis se configura cuando se satisfagan estos elementos²⁰:

- *Personal*. Supone la emisión de voces, imágenes o símbolos que hagan plenamente identificable a la persona servidora pública.
- *Objetivo*. Impone el análisis del contenido del mensaje para determinar si de manera efectiva revela el ejercicio prohibido de promoción personalizada.
- *Temporal*. Impone presumir que la propaganda emitida dentro de un proceso electoral tuvo el propósito de incidir en la contienda, sin excluir que la infracción puede suscitarse fuera del mismo, caso en el cual se deberá analizar su proximidad con el debate para determinar la incidencia o influencia correspondiente.

En torno al elemento objetivo, la misma Sala Superior ha definido líneas de análisis respecto de eventos masivos en los que no se rinden informes

¹⁸ Sentencia Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. SUP-REP-37/2019 y acumulados.

¹⁹ Sentencia Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación SUP-RAP-43/2009.

²⁰ Jurisprudencia de la Sala Superior 12/2015, PROPAGANDA PERSONALIZADA. ELEMENTOS PARA IDENTIFICARLA.

de gobierno, pero donde sí se difunde propaganda gubernamental, conforme a los siguientes factores.

La promoción personalizada constituye todo aquel elemento gráfico o sonoro que se presente a la ciudadanía, en el que, entre otras cuestiones:

- Describa o aluda a la trayectoria laboral, académica o cualquier otra de índole personal que destaque los logros particulares que haya obtenido quien ejerce el cargo público.
- Haga mención a las presuntas cualidades de dicha persona.
- Refiera a alguna aspiración personal en el sector público o privado.
- Señale planes, proyectos o programas de gobierno que rebasen el ámbito de atribuciones del cargo público que ejerce o el periodo en el que debe ejercerlo.
- Se aluda a alguna plataforma política, proyecto de gobierno o proceso electoral.
- Se mencione algún proceso de selección de candidaturas de un partido político.

En este punto, se puede observar cómo la línea jurisprudencial de Sala Superior ha llegado a abordar supuestos muy específicos, tendentes a evidenciar mecanismos de promoción personalizada en los que, no necesariamente, se planteó una exaltación individual o particular de la persona que los emite, sino que se dirigen a escudriñar la probable existencia de posicionamientos electorales velados en los que, la identificación o el sentido de pertenencia de la persona servidora pública con una opción política, conduzca a la utilización de la propaganda gubernamental en su beneficio, lo cual excede y desnaturaliza el carácter institucional que exige la Constitución.

Así, a fin de establecer criterios objetivos de análisis en estos casos, la Sala definió, como ejercicios vedados, la emisión de mensajes con contenidos como los siguientes:

- Contrastar el ejercicio de gobierno con períodos anteriores.
- Buscar la aprobación del desempeño de la persona servidora pública mediante el *uso discursivo de la primera persona del plural* (nosotros) a lo largo del mensaje correspondiente.

- Que del análisis integral del discurso se observe, más allá de una finalidad informativa, la intención de asociar personalmente a la persona servidora pública con el trabajo gubernamental realizado.

3. Informes de labores

La LGCS²¹ y la LGIPE²² establecen una condición excepcional para la calificación de la propaganda gubernamental, cuando se trate de informes de actividades. Contempla que estos informes anuales de las personas servidoras públicas, y los mensajes que se empleen para darlos a conocer, no serán considerados como *comunicación social* o propaganda, siempre que su difusión:

- Se limite a una vez al año.
- Se realice en medios con cobertura regional correspondiente al ámbito geográfico de responsabilidad de la persona servidora pública.
- Se limite a los siete días anteriores y cinco posteriores a la fecha en que se rinda el informe.
- Se realice fuera del período de campañas electorales.
- En ningún caso tenga fines electorales.²³

La emisión y difusión de este tipo de mensajes o propaganda tienen una limitación por doble vía en la materia electoral: temporal y material.²⁴

- *Temporal*. Los mensajes no se pueden difundir dentro de la etapa de campaña electoral de los procesos.

²¹ Artículo 14.

²² Artículo 242.5. El artículo transitorio Vigésimo Tercero que se publicó en el *Diario Oficial de la Federación* el veintitrés de mayo de dos mil catorce contempla que la vigencia de este artículo culminaría con la expedición de la LGCS, pero al resolver el expediente SUP-REP-160/2020 la Sala Superior determinó que el contenido del artículo citado fue recogido en el 14 de la Ley de Comunicación que ha sido citado, por lo cual el mandato que contiene fue reiterado por el Congreso de la Unión.

²³ El artículo 5, inciso f) de la LGCS dispone como principios rectores la objetividad y la imparcialidad como medida para tutelar el principio de equidad en materia electoral.

²⁴ Esta clasificación fue sostenida por la Sala Superior al resolver el expediente SUP-REP-164/2020 y se retomó al resolver el diverso SUP-REP-286/2021.

- *Material*. El contenido del mensaje no debe tener elementos objetivos que permitan concluir una finalidad electoral expresa o inequívoca.

Así, la Sala Superior²⁵ ha señalado que estas limitaciones buscan que, los mensajes relacionados con la difusión y rendición de informes de actividades de las personas servidoras públicas, constituyan ejercicios *auténticos, genuinos y veraces*.

A fin de verificar estas características, se debe atender al contenido de la propaganda involucrada, la cual debe versar sobre acciones y actividades realizadas en el ejercicio del cargo, por parte de la persona servidora pública involucrada.

Esas acciones deben guardar relación con las facultades o atribuciones que el marco normativo aplicable confiere a dicha persona, además de que las actividades o gestiones informadas deben poder consultarse por medios *ciertos, verificables y abiertos*.

Con base en estas condiciones, la limitación material de los informes de actividades se traduce en que, lo informado, represente un genuino ejercicio de transparencia y rendición de cuentas asociado a metas o programas gubernamentales preexistentes; por ello, está proscrito que sean utilizados como mecanismos para enaltecer la imagen o cualidades de la persona servidora pública.

Existe una metodología para determinar si estos ejercicios se encuentran dentro de los márgenes permitidos:²⁶

- *Valoración conjunta*. El elemento personal, objetivo y temporal de los mensajes se debe analizar de manera conjunta. Solo un análisis integral permite resolver si la rendición de un informe o la propaganda asociada es auténtica (si cumple criterios temporales, geográficos y de influencia en el proceso electoral).
- *Contenido del informe*. Un ejercicio auténtico de informe se da si se posiciona, de manera genérica o específica, la actividad realizada por la persona servidora pública. Para tal efecto, basta con enunciar las acti-

²⁵ Sentencias Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. SUP-REP-3/2015 y acumulados, así como SUP-REP-643/2017.

²⁶ Sentencia Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. SUP-RAP-643/2017.

vidades desplegadas, sin que pueda exigirse un desglose o detalle pormenorizado de cada una de las acciones desplegadas durante el año de labores que se informa. En este punto, el análisis se basa de los siguientes criterios:

- 1) *Contenido contextual*. Se debe analizar la imagen y voz de la persona servidora pública, en relación con las actividades materia del informe. Basta con acreditar la correlación entre las actividades desplegadas y su cargo, por lo que no es exigible un deber de contar con información detallada de manera escrupulosa para tal efecto.
- 2) *Carácter preponderante o secundario*. Este criterio impone analizar el nivel de exposición en los mensajes o propaganda por parte de la persona servidora pública. Su figura y voz deben ocupar un plano secundario.

A este respecto, no basta con un análisis superficial o laxo para constatar su mayor o menor presencia en los mensajes; lo importante es verificar si el contenido del mensaje o la propaganda guarda relación con las actividades que se informan.

En caso de advertir que los mecanismos de difusión — mensajes o propaganda— no guardan relación con las acciones que el marco normativo asigna a la persona servidora pública involucrada, y que son materia del informe, se pondría en evidencia un ejercicio que incumple con el límite material establecido para su contenido.

- *Temporalidad del informe*. Ni la legislación, ni la jurisprudencia, imponen que, en los mensajes o propaganda de los informes, se señalen datos específicos de su rendición, como día, hora o lugar, motivo por el cual no es dable exigir dichos requisitos en su contenido.

Con base en lo expuesto, la línea jurisprudencial ha establecido un ámbito de lo jurídicamente prohibido en materia de propaganda gubernamental sobre informes de labores,²⁷ consistente en que, dichos ejercicios, no se utilicen fraudulentamente para la promoción personalizada de las personas servidoras públicas.

En este punto, se debe resaltar una cuestión toral para el presente trabajo: a diferencia de cualquier otra comunicación gubernamental en la que, para poder calificarla como propaganda se debe acreditar el *contenido* —logros

²⁷ Así lo denominó la Sala Superior al resolver el expediente SUP-REP-164/2020.

y acciones— y la *finalidad* —adhesión, aceptación o consenso— que han sido expuestos, en los casos que se estudie el contenido de mensajes o propaganda de informes de labores, se presupone —o se da por sentado— que estamos ante propaganda gubernamental, puesto que el objetivo de ese ejercicios es, precisamente, plantear frente a la opinión pública la labor realizada en el desempeño de cargos públicos, con el ánimo de que la gestión correspondiente se valore de manera positiva.

Así, en estos casos, la propaganda gubernamental se encuentra implícita dentro de la labor que se analiza, y lo que puede constituir una infracción es que, lo que se busque de manera velada, sea la promoción personalizada de la persona servidora pública involucrada, conforme a los cánones aquí descritos.

III. El estado de cosas

Hasta aquí hemos podido advertir que, la construcción jurisprudencial en torno a la interpretación del concepto constitucional de propaganda gubernamental, se ha desarrollado de manera preponderante en tres ámbitos:

1. *Prohibición de su difusión*

En los períodos establecidos por la Constitución (campañas y etapa de discusión en procesos de participación ciudadana), la difusión de propaganda gubernamental se encuentra prohibida de manera total.

Esto pone de manifiesto el carácter eminentemente *propagandístico* de este mecanismo de comunicación gubernamental, lo cual excluye su ánimo informativo para encuadrar en un espectro de búsqueda del convencimiento ciudadano.

Desde luego, este tipo de ejercicios no son, por sí mismos, contrarios a lo que un gobierno democrático puede realizar de cara a posicionar su gestión; pero se justifica su proscripción en el momento más álgido de debate y de contraste de posturas, en cualquier mecanismo de participación ciudadana, a fin de que la maquinaria de la administración pública no desequilibre la balanza, en detrimento de la posibilidad de votar en libertad.

2. *Difusión amplia, pero con carácter institucional*

Otra vertiente en la que se despliega la propaganda gubernamental es la que se desarrolla en todos aquellos momentos en que, su difusión, no se encuentra expresamente prohibida.

En estos momentos, la difusión es amplia y se encuentra permitida, pero lo que se sanciona es la falta de apego a los cánones para su emisión. Esto es, el desapego a la obligación de que la propaganda sea institucional genera un menoscabo basado en la personalización de las acciones gubernamentales.

Se desincentiva el conocimiento público del actuar de las instituciones del Estado para entrar en una dinámica de personalización o individualización de un trabajo que corresponde a todos los órganos, dependencias y áreas del quehacer gubernamental.

3. Los informes de actividades

Dentro de los períodos en que la difusión de la propaganda gubernamental está permitida, las personas del servicio público pueden publicitar las actividades que realizaron con motivo de su cargo durante el año anterior a su informe.

En este caso, el análisis de los límites al contenido de la propaganda electoral es muy específico.

Diverso a lo que pudiera suceder en otros supuestos, la personalización de la propaganda no atiende a la mayor o menor exposición de la voz o la imagen de quien la emite, sino a verificar su nivel de correspondencia o no con las acciones que se informan.

IV. ¿Qué establecía la reforma respecto de la propaganda gubernamental?

Una vez que se ha delimitado un panorama amplio respecto de la figura jurídica que nos ocupa, es preciso identificar en qué medida los decretos de reformas, adiciones y emisiones de nuevas leyes del 27 de diciembre de 2022 —la cual, como precisamos anteriormente, fue declarada inválida por la Corte por vicios en el procedimiento legislativo— y la referente al decreto de 2 de marzo del presente año —que, al momento de escribir las presentes

líneas, se encuentra en trámite ante la misma Corte— modifican el estado de cosas apuntado.

1. *Definición*²⁸

Conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones y proyecciones difundidas con cargo al presupuesto público, etiquetado de manera específica para ese fin, o mediante el uso de tiempos oficiales, por un ente público, con el objeto de difundir el quehacer, las acciones o logros relacionados con sus fines; información de interés público tendiente al bienestar de la población o a estimular acciones de la ciudadanía para ejercer derechos, obligaciones o acceder a beneficios, bienes o servicios públicos, a través de cualquier medio de comunicación. Sus características deben ajustarse a lo señalado en el artículo 134, párrafo octavo, de la CPEUM.

No constituyen propaganda gubernamental las manifestaciones de las personas servidoras públicas que realicen en uso de su libertad de expresión y en el ejercicio de sus funciones públicas.

Tampoco constituye propaganda gubernamental la información de interés público que realicen las personas servidoras públicas, conforme a la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, difundida en cualquier formato de manera gratuita.

2. *Elementos que la integran*

- *Formas de comunicación.* Escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones y proyecciones.
- *Presupuesto para la calificación como propaganda gubernamental.* Uso de recursos públicos, en dos supuestos:
 - 1) Recursos etiquetados para la emisión de propaganda gubernamental.
 - 2) Uso de tiempos oficiales.
- *Medios comisivos.* Contempla cualquier medio de comunicación como susceptible de difundir propaganda gubernamental.
- *Contenido que sí constituye propaganda gubernamental.* Dos supuestos:

²⁸ Artículos 209, 449.1, incisos c y e, LGIPE; 4, fracción VIII Bis, LGCS; 49, fracción XI, LGRA; y 2.6 LGMIME.

- 1) Quehacer, acciones o logros relacionados con los fines de los entes públicos.
 - 2) Información de interés público tendiente al bienestar de la población o a estimular acciones de la ciudadanía para ejercer sus derechos, obligaciones o acceder a beneficios, bienes o servicios públicos.
- *Contenido que no constituye propaganda gubernamental.* Dos supuestos:
 - 1) Manifestaciones de personas servidoras públicas que realicen en ejercicio de su libertad de expresión y en el ejercicio de sus funciones públicas.
 - 2) Información de interés público conforme a lo previsto en la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública.
 - *Límite objetivo a su emisión y difusión.* Artículo 134, párrafo octavo, de la Constitución.

V. Breve análisis comparativo

Un estudio conjunto de la línea jurisprudencial que se ha desarrollado, pone de manifiesto tanto elementos coincidentes como diferencias con la definición legislativa, la cual, si bien resultó invalidada por la Corte, ello atendió a la constatación de vicios legislativos, por lo que resulta de especial interés —al menos, por motivos académicos— un ejercicio de contraste entre el entendimiento legislativo y el judicial sobre el contenido o fondo relacionado con la propaganda gubernamental, y sus implicaciones en materia política o electoral.

A continuación, realizaremos un breve contraste entre las coincidencias y las diferencias entre ambas visiones.

1. Coincidencias

Tanto en la definición pretendida por el Poder Legislativo, como en la línea jurisprudencial de la Sala Superior, se establece un amplio espectro de formas de comunicación de la propaganda gubernamental; por lo cual, no sólo los mensajes escritos pueden configurarla, sino que también se contempla una multiplicidad de elementos comunicativos, visuales y auditivos, que la pueden contener.

Lo mismo sucede con los medios comisivos de infracciones, que involucran a dicha figura. La definición establece, en los términos más amplios, que *cualquier medio de comunicación* es susceptible de su difusión, motivo por el cual se enmarca en el diseño construido por la Sala Superior, en el cual se contempla —inclusive— el Internet, en términos generales, y las redes sociales, en aspectos particulares.

Una coincidencia fundamental se materializa en el hecho de que, la definición adoptada a partir de la reforma, refrenda el carácter del artículo 134, párrafo octavo, de la Constitución, como un límite objetivo al contenido de la propaganda gubernamental.

Ello constituye el reconocimiento expreso del Congreso de la Unión de que, al trabajo legislativo apuntado, le subyace el deber irrestricto de atender al marco de acción constitucional.

Si bien es cierto que no resulta técnicamente necesario que una ley reconozca la supremacía constitucional, para que esta irradie en la totalidad del sistema jurídico en cuestión, lo cierto es que, el hecho de que el órgano legislativo hubiera remitido de manera expresa al referido párrafo octavo del 134, sirve como una herramienta interpretativa, definida directamente por el Poder Legislativo para establecer los alcances de la definición que nos ocupa.

2. Diferencias

También existen dos grupos de diferencias fundamentales entre la definición en estudio, y la línea jurisprudencial de la Sala Superior referidas a qué es —y qué no es— propaganda gubernamental.

En el concepto legislativo en estudio, se liga de manera aparentemente inescindible la calificación de propaganda gubernamental a que *se empleen recursos públicos*, tanto para su emisión —recursos etiquetados con tal fin—, como para su difusión —uso de tiempos oficiales—.

Esto es distinto a las determinaciones judiciales en las que, como ha sido expuesto, de manera clara se ha definido que, para la existencia de esta propaganda, no es exigible que se acredite que provino necesariamente de un ente público, o que se financió con recursos públicos.

En términos de contenido, resulta relevante el hecho de que, la definición legislativa, excluye de ser calificada como propaganda gubernamental a las

expresiones de personas servidoras públicas *en uso de su libertad de expresión y en el ejercicio de sus funciones públicas*.

En esta visión sobre lo que debe entenderse como propaganda gubernamental, el Poder Legislativo atendió a la calidad de quien emite los mensajes, más que a su contenido, para definir lo que no es susceptible de merecer la calificación apuntada. Este enfoque contrasta con el de la Sala Superior, donde el centro del análisis ha sido, precisamente, el contenido de los mensajes y el contexto en que estos se emiten.

Por otro lado, el Poder Legislativo también excluye, como propaganda gubernamental, la *información de interés público*, un concepto abierto que el Tribunal Electoral ha venido delineando a través de las excepciones constitucionales en la resolución de casos concretos y que, por tanto, excede los alcances de este análisis comparativo.

A. Decreto interpretativo

El 17 de marzo de 2022 se publicó, en el *Diario Oficial de la Federación*, el Decreto por el que se interpreta el alcance del concepto de propaganda gubernamental, principio de imparcialidad y aplicación de sanciones contenidas en los artículos 449, numeral 1, incisos b), c), d) y e) de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, y 33, párrafos quinto, sexto y séptimo y 61 de la Ley Federal de Revocación de Mandato.

Ese decreto materializó la competencia constitucional²⁹ de interpretación legislativa que corresponde al Congreso de la Unión, en el cual se buscó dotar de contenido al concepto de propaganda gubernamental, en términos sustancialmente análogos a los sostenidos en la reforma.

A este respecto, en la acción de inconstitucionalidad 46/2022, la SCJN determinó invalidar, por mayoría calificada, el ejercicio interpretativo en cuestión; sin embargo, dicha determinación no atendió al contenido de la interpretación realizada, sino únicamente al criterio temporal consistente en que, las modificaciones fundamentales a leyes electorales, no pueden emitirse dentro del período de veda constitucional,³⁰ de noventa días anteriores al inicio de los procesos electorales correspondientes.

²⁹ Artículo 72, inciso f), de la Constitución.

³⁰ Artículo 105, fracción II, de la Constitución.

No obstante, con anterioridad a la determinación de la SCJN, al resolver el expediente, la Sala Superior se pronunció en torno al contenido de la referida interpretación legislativa y, esencialmente, estableció que la Constitución no vincula la emisión de propaganda gubernamental con el uso de recursos públicos, ni excluye a las personas servidoras públicas de su emisión.

En lo que a este trabajo corresponde, es importante resaltar que, dicha determinación y las posteriores que en ella se apoyaron, constituyen un precedente relevante para efectos del análisis que los órganos jurisdiccionales deberán realizar respecto al marco normativo y jurisprudencial, encaminado a la materialización de los mandatos constitucionales en materia de la naturaleza, alcances, limitaciones y prohibiciones en materia de propaganda gubernamental, y sus implicaciones en la garantía de los principios de equidad y neutralidad en materia electoral.

Un ejemplo de esta cuestión es lo resuelto en el SRE-PSC-7/2023, en el cual, la Sala Regional Especializada, emitió un pronunciamiento respecto a la aplicabilidad de la definición de propaganda gubernamental prevista en la LGCS, tanto a la luz de la veda temporal para su emisión respecto de procesos electorales locales que se encuentran en curso en el presente año, como respecto del precedente de la Sala Superior que ha sido citado.

VI. Cuestionamientos que surgen a partir de los conceptos

Con base en lo hasta expuesto hasta el momento, surgen algunos cuestionamientos que los órganos jurisdiccionales deberemos atender en la delimitación de propaganda gubernamental y su incidencia en materia electoral.

Algunos de estos planteamientos son los siguientes:

- 1) ¿La definición de propaganda gubernamental se ajusta al límite objetivo previsto en el artículo 134, párrafo octavo, de la Constitución, que tutela el principio de equidad en la competencia?
- 2) Visto a la luz de ese límite objetivo, ¿el concepto de propaganda gubernamental está inescindiblemente ligado al uso de recursos públicos o constituye una vertiente de ese tipo de propaganda?

En este punto, es muy importante que no se pierda de vista que, en el artículo 449.1, inciso d), de la LGIPE se establece que, el uso in-

debido de recursos públicos, se ciñe a un criterio temporal de inicio del proceso electoral.

- 3) ¿La información gubernamental, que contiene elementos necesarios para el ejercicio de derechos fundamentales de la ciudadanía, puede ser contemplado como propaganda gubernamental? ¿Se ajusta dicha definición al límite objetivo previsto en la Constitución?

Recordemos que, según se ha detallado en este trabajo, la propaganda gubernamental tiene la finalidad de generar adhesión o aceptación de la ciudadanía, por lo cual adquiere una relevancia toral definir si, la *información* gubernamental que establece datos necesarios para que las personas ejerzan sus derechos, puede ser calificada como tal, con todas las implicaciones que ello tiene, en términos de las restricciones constitucionales que existen para su difusión.

- 4) ¿Las obligaciones que nuestro ordenamiento prevé en materia de transparencia son susceptibles de reglamentar lo previsto en el artículo 134, párrafo octavo, de la Constitución?

Recordemos que en la definición legislativa de propaganda gubernamental se estableció que no podría calificarse como tal la *información de interés público que realicen las personas servidoras públicas, conforme a la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública*, por lo cual es necesario plantearse la cuestión de si esa remisión es válida dentro de la materia electoral.

¿Las personas servidoras públicas ejercen la libertad de expresión en ejercicio de su cargo? ¿Nada de lo que digan en ejercicio de su cargo podrá calificarse como propaganda gubernamental o los mensajes deben sujetarse al límite objetivo previsto en el artículo 134, párrafo octavo, de la Constitución?

Esta cuestión enfrenta la teoría clásica de justificación de los derechos fundamentales, mediante la cual su titularidad corresponde a las personas gobernadas, y aparece más acotada o delimitada a quienes ejercen el poder público, lo cual deberá someterse a análisis a la luz del trabajo legislativo que hemos estudiado.

- 5) ¿Esta definición de propaganda gubernamental permite diferenciarla de la información gubernamental en sentido amplio?

Parece baladí, pero en esta cuestión radica la esencia y guía de que todo concepto, alcances y prohibiciones en materia de propaganda

gubernamental, debe ajustarse y ser acorde con los parámetros establecidos en el artículo 134, párrafo octavo, de nuestra Constitución.

- 6) ¿Toda definición sobre propaganda gubernamental admite una sola interpretación? ¿Es susceptible de garantizar un ejercicio de interpretación conforme, que tenga como base una deferencia al ejercicio legislativo?

Hay que tener siempre presente que, un eventual ejercicio de control de constitucionalidad de la definición anunciada, deberá agotar la verificación de su posible interpretación conforme con la Constitución, que nos obliga a escoger aquella interpretación que haga acorde a la disposición con la norma fundamental, en caso de haberla.

VII. ¿Cuáles son algunos retos ante estos escenarios?

A la luz de lo expuesto, en lo relativo al tema de propaganda gubernamental y electoral, se identifican algunos retos puntuales:

- 1) Identificar si los alcances del concepto de *propaganda gubernamental* son compatibles con la línea jurisprudencial, establecida por la Sala Superior.
- 2) En caso negativo, identificar si la inconsistencia impone ejercicios de control de constitucionalidad, o admiten ejercicios interpretativos de integración de la labor en ambas sedes.
- 3) Establecer, de manera clara, la diferencia entre *propaganda gubernamental* e *información gubernamental*, de modo que se puedan hacer previsibles los límites establecidos en la Constitución para la comunicación política.
- 4) Precisar el ámbito o alcances sobre la aplicabilidad de la LGCS, tomando en cuenta que no se trata de una legislación electoral en sentido estricto, sino que su regulación impacta en una multiplicidad de materias.
- 5) Tener siempre presente que la ley cuenta con una presunción de constitucionalidad y que, en caso de probables conflictos con el marco de regularidad, se debe atender al principio de deferencia legislativa y a privilegiar mecanismos como la interpretación conforme, dejando como *última ratio* los ejercicios de inaplicación al caso concreto.

VIII. Algunas consideraciones finales

El Poder Legislativo y el Judicial se han dado a la tarea de delimitar, cada uno conforme a sus atribuciones, lo que debe entenderse por propaganda gubernamental, y más especialmente, en lo tocante a sus implicaciones dentro de los procesos electorales. En ambos casos, la guía de actuación debe ser, siempre, nuestra Constitución.

En la medida en que el Poder Legislativo y el Judicial ejerzan sus facultades con apego a nuestra carta fundamental, se garantizará la voluntad del pueblo por sobre cualquier autoridad, a través de los propios medios de control que la propia Constitución prevé.

En este punto, es esencial no perder de vista que, las limitaciones en materia de difusión de propaganda gubernamental en periodo de campañas, atendieron a los reclamos de imparcialidad, neutralidad y equidad en las contiendas electorales y que, cualquier desviación que pretenda una deriva distinta a dicho mandato, debe contar con una respuesta que permita la preservación del orden constitucional.

Para ello, es necesario contar tanto con un diseño normativo que permita desenvolver y materializar plenamente la voluntad del Constituyente, como con instituciones sólidas, cuyas determinaciones sean plenamente reconocidas y acatadas por todas y todos los competidores electorales.

Uno de los grandes retos que tienen las autoridades electorales radica, precisamente, en las limitaciones que la ley les impone para desarrollar a plenitud sus atribuciones. Ejemplo de ello es la imposibilidad de sancionar a determinados sujetos a los que la normatividad electoral otorga un tratamiento especial. Nos referimos a la falta de atribuciones de las autoridades jurisdiccionales en materia electoral para imponer sanciones a personas servidoras públicas, extranjeras, ministros de culto religioso y titulares de notarías.

Si respecto de este tipo de personas, la ley electoral y su interpretación condicionan a la autoridad jurisdiccional a emitir *sentencias declarativas*, esto es, a tener por demostrada la infracción; pero de ninguna manera a sancionar (por ser una labor reservada a sus superiores jerárquicos o a los Congresos de los estados en el caso de las gubernaturas), surge la pregunta: ¿cómo inhibir o disuadir infracciones en materia de propaganda gubernamental, cuando las personas del servicio público no pueden

ser sancionadas por la propia autoridad electoral? Nos parece que, en este punto, el legislativo debe tener la respuesta.

Esta reflexión también se relaciona con el trato igualitario que deben tener las personas justiciables al momento de cometer una falta electoral. ¿Es acorde con el acceso igualitario a la justicia el hecho de que la autoridad tenga facultades para sancionar a todo tipo de sujetos, excepto a personas servidoras públicas? ¿La regulación en este sentido genera percepción de impunidad y de incumplimiento del Estado constitucional y democrático de derecho? Me parece que este vacío legislativo debe ser regulado, si lo que se quiere es garantizar la celebración de elecciones íntegras.

Otro aspecto fundamental en materia de propaganda gubernamental y promoción personalizada tiene que ver con los mecanismos de regulación y, eventualmente de colaboración, cuando se trate de propaganda difundida a través de redes sociales.

Nos parece que las empresas administradoras de redes sociales deben prestar la colaboración necesaria e inmediata que toda autoridad del Estado mexicano le requiera para el cumplimiento de sus atribuciones, sin que para ello medie obstáculo o justificación relacionada con la sede o el domicilio de dicha empresa, ya que ésta, como ente global, constituye una unidad económica con domicilio en México, y por tanto, se encuentra sujeta, como cualquier otra empresa, a cumplir con las leyes de nuestro país que le vinculan.

Por otra parte, consideramos de especial atención la homologación normativa del procedimiento especial sancionador de modo que, tanto entidades federativas como autoridades de la federación, se sujeten a bases mínimas que les permitan orientar dicho procedimiento.

Así, es importante reflexionar sobre la posibilidad de que, respecto de las impugnaciones que deriven de las sentencias dictadas por tribunales electorales estatales, sea la Sala Especializada la que, en segunda instancia, conozca de dichas impugnaciones y, por su parte, sea la Sala Superior, como órgano cúspide del sistema jurisdiccional electoral nacional, la que funja como órgano de cierre que otorgue definitividad y firmeza a la cadena impugnativa mediante ejercicios de interpretación constitucional, en materia de derechos humanos, en ejercicio de su facultad de atracción o para sentar criterios relevantes.

Del mismo modo, dada la naturaleza sumaria del procedimiento especial sancionador, consideramos imprescindibles reformas legales, tal y como ac-

tualmente sucede en materia de amparo, para limitar el reenvío para efectos de los medios de impugnación que se conocen en revisión.

Lo anterior porque, cuando dichos reenvíos se llevan a cabo en varias ocasiones, en los hechos se desnaturaliza la finalidad del procedimiento especial sancionador, el cual debe ser resuelto en breve término y, cuando se trata de faltas cometidas en el curso de los procesos electorales, deben resolverse preferentemente dentro del mismo.

Por ello, consideramos que, limitar el reenvío jurisdiccional y favorecer la resolución de los casos en definitiva y, en su caso, en plenitud de jurisdicción, abona a la garantía de impartición de justicia pronta y completa.

Acorde con lo anterior, creemos que, de la misma forma que existe un plazo perentorio para que la Sala Especializada conozca y resuelva las quejas motivo del procedimiento, es esencial que exista regulación que fije un plazo cierto para la resolución del recurso que se interponga en contra de las sentencias que emita dicho órgano jurisdiccional. La resolución pronta y definitiva de los recursos en última instancia, con un plazo perentorio establecido por el órgano legislativo, abonaría en mucho a la solución y definición de casos de esta naturaleza, no solamente en garantía de las personas justiciables, sino en la salvaguarda de los principios rectores del proceso electoral, en el que se sancionarían con mayor prontitud y oportunidad las faltas electorales, lo que contribuiría a la depuración de las elecciones.

En lo referente al dictado, tanto de medidas cautelares como de protección, las mismas deberían pasar de sede administrativa a sede jurisdiccional. Debido a la naturaleza sumarísima y especializada del dictado de estas medidas, estamos convencidos de que, su dictado por la autoridad judicial, abona a la garantía de impartición efectiva de la justicia, y permite que la autoridad administrativa electoral enfoque sus esfuerzos a los fines para los que fue creada; uno de ellos —pero no por ello el único— relacionado con la organización de los procesos electorales y de participación ciudadana.

En el mismo sentido, consideramos fundamental la revaloración de la facultad de la Sala Especializada para emitir, con autorización de la Sala Superior, criterios interpretativos relevantes, opiniones consultivas, tesis y jurisprudencia en la materia; lo cual permitiría, precisamente, sistematizar, dar claridad, homologar y unificar criterios sobre las temáticas de su competencia.

En armonía con lo anterior, consideramos viable la integración de criterios relevantes sobre todas las temáticas que se conocen a través de este procedimiento, tanto por parte de institutos y tribunales estatales electorales, como de la Sala Especializada, la Sala Superior y la Corte, a fin de integrar metabuscadores a partir de los cuales sea posible conocer los diversos casos y criterios interpretativos sobre temáticas comunes.

Todo esto abonaría a la transparencia del quehacer institucional, a la coherencia criterial, así como al enriquecimiento y fortalecimiento de un diálogo jurisdiccional que abonaría a la integración, migración y contraste de visiones sobre la solución de casos, en una materia que nos es común.

En suma, existen muchos y variados retos que están implicados en la construcción de criterios sobre materias de diversa índole, que atañen al procedimiento especial sancionador. El presente trabajo excedería de tal propósito, por lo que aquí solamente incluimos aquellos que pueden tocar con los alcances de la propaganda gubernamental, que es la temática que se aborda, y la formas normativas u orgánicas que, eventualmente, pueden contribuir a mejorar lo ya alcanzado. Todos ellos, con voluntad y convicción institucional pueden —y deben— evolucionar y fortalecerse, en aras de garantizar mejores condiciones de integridad electoral.

IX. Bibliografía

Criterio sostenido por la Sala Superior en la contradicción de criterios SUP-CDC-5/2018 y por la Primera Sala de la Suprema Corte, en la tesis XVI/2018 de rubro “REGULACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL. EL PÁRRAFO OCTAVO DEL ARTÍCULO 134 CONSTITUCIONAL NO VERSA SOBRE MATERIA ELECTORAL”, *Gaceta del Semanario Judicial de la Federación*, libro 52, marzo 2018, tomo I, página 1102.

Sentencia emitida en el expediente SUP-REP-142/2019 y acumulado.

Sentencia Sala Regional Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. SRE-PSC-69/2019 de nueve de abril.

Sentencia Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. SUP-RAP-643/2017.

Sentencias Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. SUP-REP-156/2016, SUP-REP-37/2019 y SUP-REP-109/2019.

Sentencia Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. SUP-REP-37/2019 y acumulados

Sentencias Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. SUP-REP-185/2018, así como SUP-REC-1452/2018 y acumulado.

Sentencias Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. SUP-REP-3/2015 y acumulados, así como SUP-REP-643/2017.

Sentencia Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación SUP-RAP-43/2009.

Villa Berger, Patricia, *La propaganda gubernamental durante campañas electorales*, México, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, 2012.

