

Protección a derechos de terceros y a principios rectores de la elección en la propaganda política y electoral

Dr. José Antonio Pérez Parra



TRIBUNAL ELECTORAL
del Poder Judicial de la Federación

Temario

Actos anticipados de campaña y precampaña.

Colisión con derechos al honor, la privacidad y la imagen.

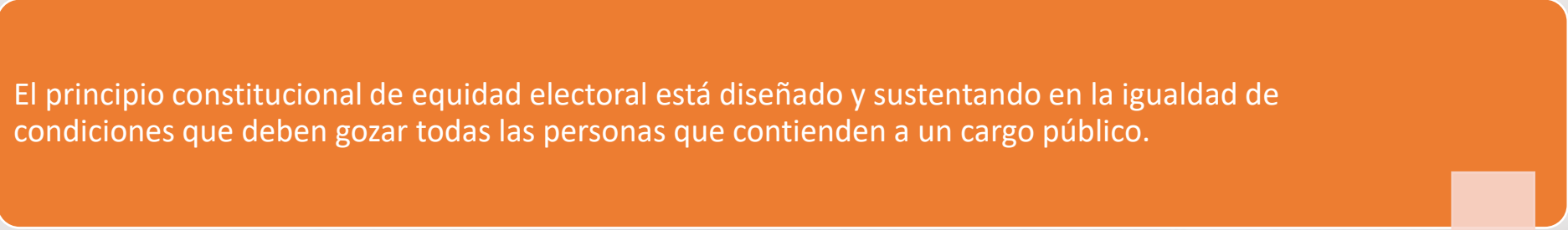
Propaganda electoral y marcas comerciales.

Propaganda que induce confusión al electorado.

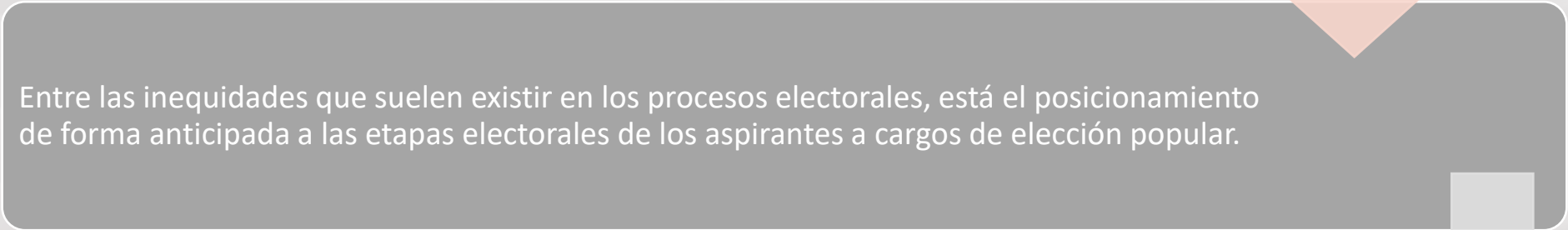
Propaganda que induce al voto en procesos electorales judiciales, de revocación de mandato y consulta popular.

Ideas preliminares sobre actos anticipados

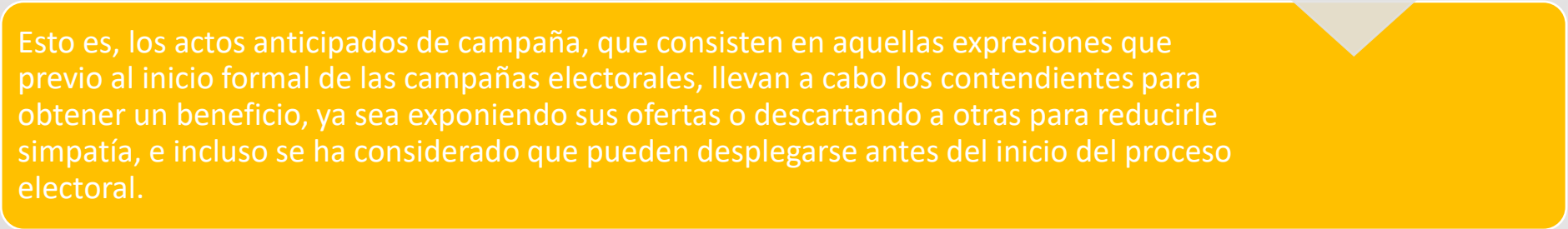
El principio constitucional de equidad electoral está diseñado y sustentando en la igualdad de condiciones que deben gozar todas las personas que contienden a un cargo público.



Entre las inequidades que suelen existir en los procesos electorales, está el posicionamiento de forma anticipada a las etapas electorales de los aspirantes a cargos de elección popular.



Esto es, los actos anticipados de campaña, que consisten en aquellas expresiones que previo al inicio formal de las campañas electorales, llevan a cabo los contendientes para obtener un beneficio, ya sea exponiendo sus ofertas o descartando a otras para reducirle simpatía, e incluso se ha considerado que pueden desplegarse antes del inicio del proceso electoral.



Nociones precampaña

Precampaña electoral: es el conjunto de actos que realizan los partidos políticos, sus militantes y los precandidatos a candidaturas a cargos de elección popular debidamente registrados por cada partido (LEGIPE, artículo 227, p. 1).



Actos de precampaña electoral: son las reuniones públicas, asambleas, marchas y en general aquéllos en que los precandidatos a una candidatura se dirigen a los afiliados, simpatizantes o al electorado en general, con el objetivo de obtener su respaldo para ser postulado como candidato (LEGIPE, artículo 227, párrafo 2).

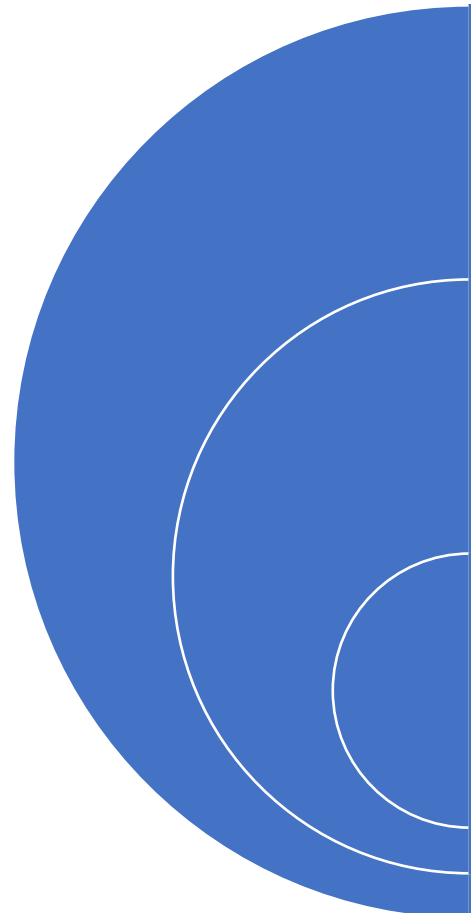


Propaganda de precampaña: es el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que durante el periodo establecido por la propia LEGIPE y el que señale la convocatoria respectiva, difunden los precandidatos a candidaturas a cargos de elección popular con el propósito de dar a conocer sus propuestas.

Deberá señalar de manera expresa, por medios gráficos y auditivos, la calidad de precandidato de quien es promovido .

(LEGIPE, artículo 227, párrafo 3)

Nociones campaña y propaganda electoral

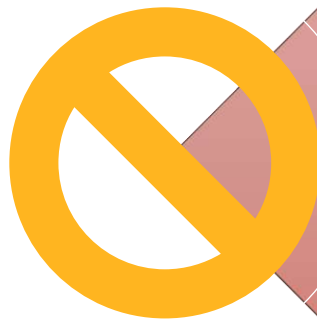


<i>Campaña electoral:</i> es el conjunto de actividades llevadas a cabo por los partidos, las coaliciones y los candidatos registrados para la obtención del voto (LEGIPE, artículo 242, párrafo 1).
<i>Actos de campaña:</i> son las reuniones públicas, asambleas, marchas y en general aquéllos en que los candidatos o voceros de los partidos políticos se dirigen al electorado para promover sus candidaturas (LEGIPE, artículo 242, párrafo 2).
<i>Propaganda electoral:</i> es el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que durante la campaña electoral producen y difunden los partidos, los candidatos registrados y sus simpatizantes, con el propósito de presentar las candidaturas registradas (LEGIPE, artículo 242, párrafo 3)

Noción conceptual



ACTOS ANTICIPADOS DE PRECAMPAÑA: son las expresiones que se realicen bajo cualquier modalidad y en cualquier momento entre el inicio del proceso electoral hasta antes del plazo legal para el inicio de las precampañas, que contengan llamados expresos al voto en contra o a favor de una precandidatura (LEGIPE, artículo 3, párrafo 1, inciso b).



ACTOS ANTICIPADOS DE CAMPAÑA: son los actos de expresión que se realicen bajo cualquier modalidad y en cualquier momento fuera de la etapa de campañas, que contengan llamados expresos al voto en contra o a favor de una candidatura o un partido, o expresiones solicitando cualquier tipo de apoyo para contender en el proceso electoral por alguna candidatura o para un partido (LEGIPE, artículo 3, párrafo 1, inciso a).

Elementos de actos anticipados

1

PERSONAL, que la conducta sea cometida por partidos políticos, aspirantes, precandidatos y candidatos.

2

TEMPORAL, que se den antes del inicio formal de las campañas; y

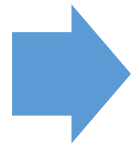
3

SUBJETIVO, que la finalidad del mensaje esté relacionado con el llamado expreso al voto en contra o a favor de una candidatura o partido, o la solicitud de cualquier tipo de apoyo para contender en el proceso electoral.

Determinaciones jurisprudenciales

La prohibición de realizar actos anticipados de precampaña y campaña busca proteger el principio de equidad en la contienda.

Su denuncia puede presentarse en cualquier tiempo (Tesis XXV/2012).



El objetivo de la propaganda de precampaña es que el postulante consiga el apoyo hacia el interior del partido, para de esta manera convertirse en su candidato, por lo que no debe hacer llamamientos al voto y su discurso estar dirigido a los militantes o simpatizantes en cuyo proceso de selección participa.

Cuando ésta exceda el ámbito del proceso interno, podrá configurar actos anticipados de campaña (Jurisprudencia 2/2016).



Cuando no existe contienda interna, por tratarse de precandidato único, debe estimarse que éste puede interactuar o dirigirse a los militantes del partido político al que pertenece, siempre y cuando no incurra en actos anticipados de precampaña o campaña que generen una ventaja indebida en el proceso electoral (Jurisprudencia 32/2016).

Determinaciones jurisprudenciales

Los dirigentes y candidatos, tienen el carácter de sujetos activos en la realización de actos anticipados de campaña. (Jurisprudencia 31/2014).

Para estudiar la actualización de actos anticipados de precampaña o campaña, se deben considerar, entre otros aspectos, si los actos o manifestaciones objeto de la denuncia trascendieron al conocimiento de la ciudadanía y que, valoradas en su contexto, provocaron una afectación a los principios de legalidad y de equidad en la contienda.

Para ello, es necesario valorar: 1. El tipo de audiencia, y el número de receptores; 2. El tipo de lugar o recinto, y 3. Las modalidades de difusión (Jurisprudencia 2/2023).

El elemento subjetivo de los actos anticipados de precampaña y campaña se actualiza solo a partir de manifestaciones explícitas o inequívocas.

Por tanto, se debe verificar: 1. Si el contenido analizado incluye alguna palabra o expresión que, de forma objetiva, manifiesta, abierta y sin ambigüedad denote alguno de esos propósitos, o que posea un significado equivalente de forma inequívoca; y 2. Que esas manifestaciones trasciendan al conocimiento de la ciudadanía y puedan afectar la equidad (Jurisprudencia 4/2018).

Determinaciones jurisprudenciales

En los actos de selección interna, los dirigentes, militantes, afiliados y simpatizantes partidistas realizan actividades que no obstante tener el carácter de actos internos, son susceptibles de trascender al conocimiento de toda una comunidad, sin que constituyan actos anticipados de campaña, al no tener como fin la difusión de plataforma electoral alguna ni pretender la obtención del voto (Tesis XXIII/98).



Con el objeto de evitar conductas que puedan constituir una simulación—como el posicionamiento personalizado indebido de un dirigente, militante, simpatizante o vocero, mediante una presencia preponderante, permanente e injustificada— podrá inferirse que existe uso indebido de la pauta, usando las prerrogativas con la intención de posicionarlo y no al propio partido (Jurisprudencia 6/2019).

Determinaciones jurisprudenciales

La sola manifestación de la intención de aspirar a un cargo público no configura una infracción por actos anticipados de precampaña o campaña, ya que no implica por sí misma un acto de promoción, ni se traduce de forma automática en un posicionamiento indebido, sino que se requiere que ésta vaya acompañada de la solicitud de voto de forma explícita o inequívoca o bien a través de una equivalencia funcional debidamente motivada y justificada a favor de una precandidatura o candidatura (Jurisprudencia 34/2024).

En el ejercicio de la actividad periodística, quienes entrevistan pueden realizar cualquier tipo de preguntas, pues su actividad se encuentra protegida por la libertad de expresión y el derecho de informar a las audiencias.

Sin embargo, en este ejercicio las personas servidoras públicas deben tener especial cuidado y prudencia discursiva en las expresiones que emiten ante los cuestionamientos de los medios de comunicación relacionados con sus funciones, en especial en tratándose de procesos electorales para evitar favorecer o perjudicar en modo alguno a cualquier candidatura o fuerza política en contravención a los principios constitucionales de neutralidad, imparcialidad y equidad en la contienda electoral (Jurisprudencia 12/2024).

Para analizar posibles conductas infractoras de la normativa electoral por publicaciones en redes sociales es necesario identificar el contexto en el que se difunden y a la persona emisora, para determinar que incumple alguna obligación o vulnera alguna prohibición en materia electoral; por ejemplo, aspirante, precandidatura, candidatura, partido político, persona funcionaria pública o persona moral, pues en tal caso, las expresiones deberán ser analizadas para establecer cuándo se trata de meras opiniones y cuándo persiguen fines relacionados con sus aspiraciones político-electorales.

A partir de estas condiciones es dable determinar el incumplimiento a obligaciones o la afectación a los principios que rigen los procesos electorales y, en consecuencia, atribuir las responsabilidades que correspondan (Jurisprudencia 13/2024).

SRE-PSC-142/2022 y SUP-REP-607/2022

- ☐ Se denunció al Secretario de Gobernación, Adán Augusto López Hernández y al partido MORENA, derivado de la publicación de notas periodísticas en diversos medios de comunicación digital y en perfiles de Facebook, en las que se comunicó que el denunciado es un probable aspirante a la Presidencia, y se relataba su participación en eventos de campaña de las candidaturas postuladas por dicho partido para diversas gubernaturas.
- ☐ La Sala Superior señaló que era acertada la determinación de Sala Especializada consistente en que no se configuró el elemento subjetivo de la infracción, pues del contenido de las publicaciones no se advierte que el denunciado hiciera un llamado expreso a favor de su supuesta candidatura a la Presidencia en 2024, ni algún significado equivalente de forma inequívoca que trascienda a la ciudadanía en el mismo sentido.
- ☐ Aun cuando se narre que algunas personas que asistieron al evento vitorearon o exaltaron al funcionario con la expresión “presidente, presidente”, ello no actualiza la existencia de actos anticipados de campaña, pues, se trata de conductas realizadas por personas diversas a las denunciadas, por lo que no puede responsabilizarse al denunciado.
- ☐ Asimismo, la expresión en sí misma no constituye un llamamiento o promoción a favor de la persona denunciada, dado que no hay un contexto electoral. Sostener lo contrario implicaría restringir el ámbito de libertades de las personas respecto de su derecho a manifestar sus opiniones o consideraciones políticas.



SUP-REP-680/2022

- Se denunció al Secretario de Relaciones Exteriores, Marcelo Ebrard Casaubón, por la presunta realización de actos anticipados de precampaña y campaña, derivado de diversas notas periodísticas y publicaciones en las redes sociales, en las que se difundió la intención del secretario de aspirar a la Presidencia, así como por su asistencia a distintos eventos proselitistas de las candidaturas de MORENA en los procesos electorales locales.
- Se estableció que las declaraciones del denunciado sobre la aspiración de obtener la candidatura se encuentran amparadas en un ejercicio legítimo del derecho a la libertad de expresión en su dimensión colectiva, al corresponder con temas de interés público.
- Porque sus expresiones corresponden con la reacción a manifestaciones de un tercero (del Presidente de la República que lo señaló como un posible aspirante) con motivo de un cuestionamiento que le realizó una reportera en un tema de interés público que está sujeto al debate.

Publicación
https://www.facebook.com/MarceloEbrardC/posts/pfbid0NRsHs2qRdsqTsTLDX6qAQq7m7qwpYkUGxCTCQNQuRzQrvst7eWmCJeBdvRvuqdSjl
Contenido de la publicación
Publicación de fecha 14 de mayo a las 13:04 en el perfil verificado ¹ de Facebook de "Marcelo Ebrard"

"Apoyando a Marina Vitela, quien será la siguiente gobernadora de Durango y del #CambioVerdadero. #MarinaGobernadora ¿Quién de aquí es de Durango? ¿Qué temas son los más importantes para ustedes? Les leo."

SUP-REP-701/2022

- Se denunció al subsecretario para América Latina y el Caribe de la Secretaría de Relaciones Exteriores, por una publicación realizada en su cuenta de Twitter, por la presunta comisión de actos anticipados de campaña en favor de Marcelo Ebrard Casaubón, en el contexto del próximo proceso electoral federal 2023-2024, donde expresó “Que no les quepa la menor duda, por supuesto YO #Con MarceloSí”, junto a la fotografía de dicho funcionario.
- Si bien la Comisión de Quejas consideró que a partir de del mensaje y fotografía, se estaba frente a una publicación que buscó promover, mediante un equivalente funcional, la probable candidatura, la Sala Superior señaló que no se desprendía algún apoyo o promoción equivalente a un llamamiento expreso en beneficio de candidatura alguna.



Uso propio de la imagen y privacidad

En la doctrina se menciona que el derecho a la propia imagen se define como la facultad de toda persona física para captar, reproducir y publicar, por sí o por tercero, a través de cualquier medio, la representación gráfica de su figura humana, la cual comprende, aparte del aspecto físico o corporal, todos los demás elementos significativos que la individualizan y hacen reconocible en el entorno social.

Este derecho de la personalidad, a contrario sensu, autoriza al titular del mismo a oponerse e impedir que dichos actos de disposición parcial se lleven a cabo sin que medie su consentimiento expreso que lo apruebe en condiciones específicas, el que deberá ser interpretado restrictivamente en todo momento (Arroyo Kalis, 2015).



Nuestra norma suprema no se refiere expresamente al derecho a la propia imagen, sino sólo al derecho a la intimidad en su artículo 6º. Esto no debe de extrañarnos, pues se trata de un instrumento jurídico que data de 1917, época en que todavía no había una construcción jurídica sobre el derecho a la imagen; empero, resulta criticable que no se haya incluido una mención a este derecho dentro de los cientos de reformas que se han realizado al texto constitucional (Parra Trujillo, 2014).



la libertad de expresión está reconocida en la Declaración Universal de Derechos Humanos y el Pacto Internacional de Derechos Civiles y en el ámbito americano en la Declaración Americana de Derechos y Deberes del Hombre (artículo IV) y la CADH (artículo 13), y se articula con otros derechos reconocidos internacionalmente, como por ejemplo, el derecho a la privacidad (honra, reputación como vida privada y familiar), el derecho a la igualdad y el principio de no discriminación (Nava Gomar, 2016).

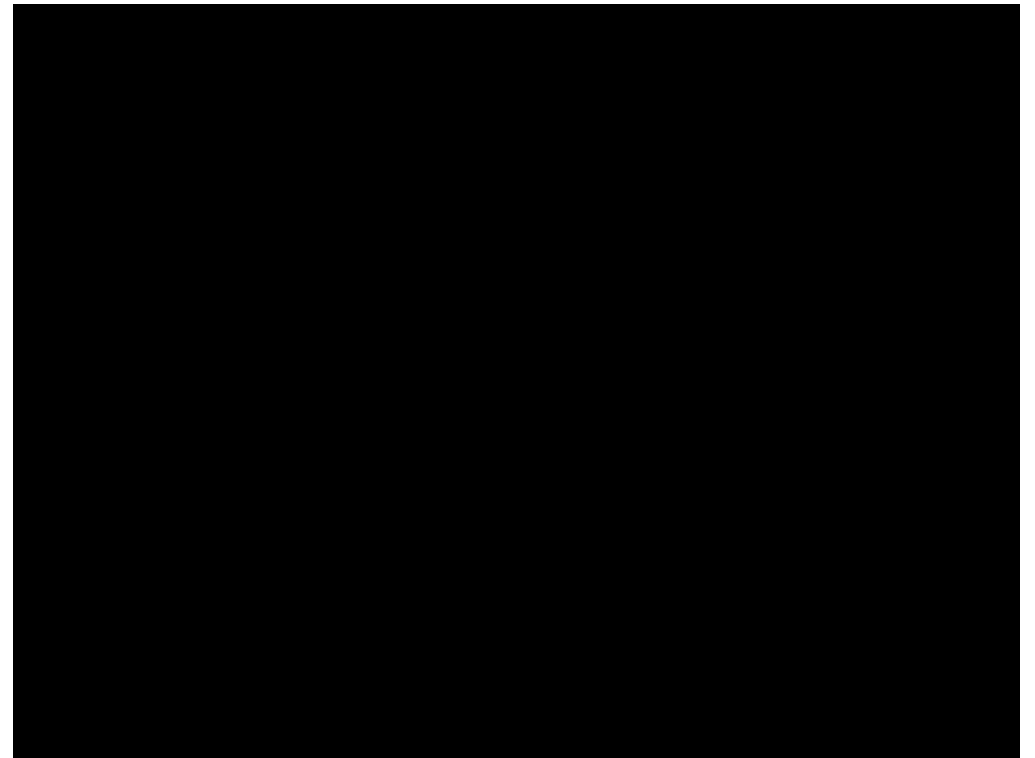
SRE-PSC-45/2016 y SUP-REP-96/2016 Y ACUMULADO

- Una ciudadana denunció al partido Movimiento Ciudadano, por la difusión de un promocional de televisión, en el que se difundió su imagen sin su consentimiento.
- La Sala Especializada estableció que la afectación ilegal en los derechos de tercero, radica en que, al utilizarse su imagen sin su consentimiento, y a que dicha imagen se presente bajo un contexto discursivo que pudiera vincularla con alguna opción política diversa a la que ella aduce pertenecer, se ocasiona una vulneración de los derechos fundamentales a la imagen de la ciudadana quejosa y a la libre afiliación política.
- La Sala Superior precisó que la infracción era por el uso indebido de la pauta en promocionales de televisión, y que la Sala Especializada era competente para conocer y resolver tales asuntos.



SRE-PSC-94/2015

- Un ciudadano denunció un promocional argumentando que tenía el efecto de hacer creer que era simpatizante o parte integrante del Partido del Trabajo (PT), por lo cual tenía un contenido que le calumniaba e inobservaba los lineamientos de respeto a la vida privada y derechos de tercero.
- El partido político señaló que no se afectaba la privacidad del promovente y que su imagen no tiene derechos reservados, sino que circulaba de manera libre y pública, atendiendo a que se refiere a un hecho que tuvo gran difusión en el ámbito noticioso, referente a la ceremonia de entrega de los Premios Nobel celebrada el diez de diciembre de dos mil catorce en Oslo, Noruega.
- La Sala Especializada determinó que, a pesar de que la aparición del ciudadano derivó de una imagen captada con motivo de un suceso de notoriedad noticiosa, ello no implicaba que el partido pueda atribuir al promovente, sin su consentimiento, la calidad de integrante de dicha fuerza política, sobre todo, teniendo en cuenta que el quejoso manifiesta no tener simpatía por algún partido político y expresamente refiere su deseo de que el PT se abstenga de usar su imagen para su campaña electoral.



Derecho al honor

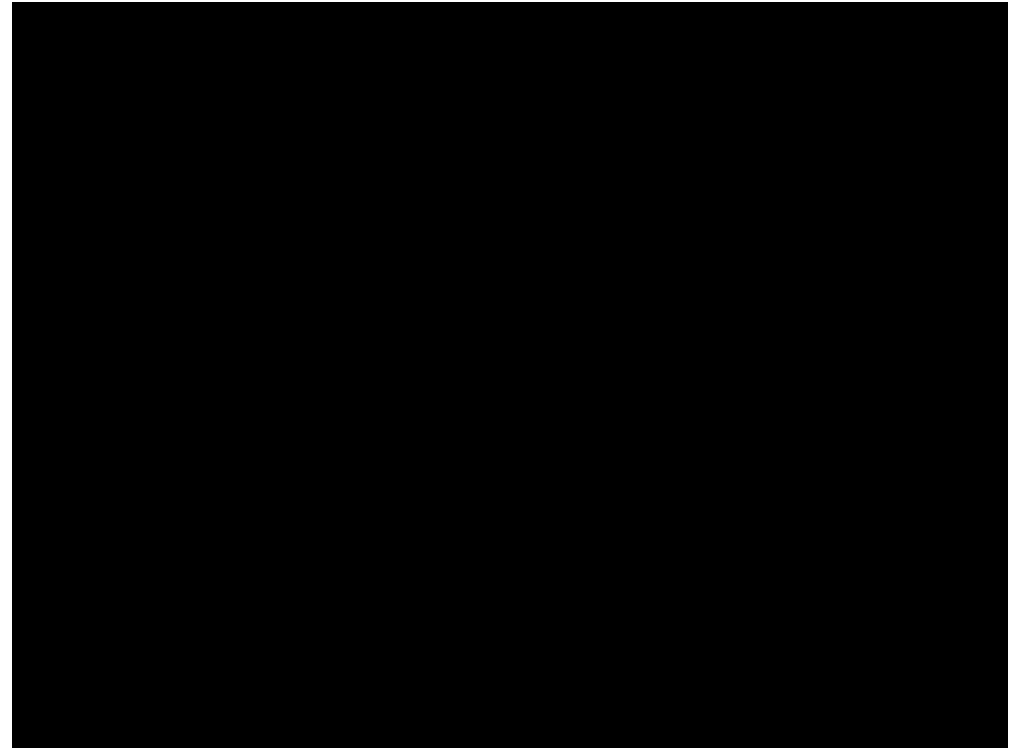
Una problemática es el conflicto entre las libertades de expresión e información en el ámbito político, y el derecho al honor.

Se trata de un caso donde se presenta la contraposición entre dos modalidades deónticas derivadas de la libertad de expresión o información y el derecho al honor de distintos titulares, consistente en que un acto de manifestación de pensamiento, opinión o información de uno de ellos está permitido por aquellas libertades y a la vez prohibido por el derecho al honor del otro. El conflicto consiste, así en la permisión de opinar e informar y la prohibición de lesión al derecho de honor.

En un concepto normativo, se define al honor por referencia a otras entidades o conceptos de naturaleza normativa, sea del mismo ordenamiento jurídico o de ordenamientos normativos trascendentes; y en un concepto fáctico, se define en función de un dato sociológico consistente en la valoración de cada persona sobre sí misma (auto estima) o en la valoración concreta de la sociedad sobre aquella (heteroestima) (Mendoza Escalante, 2007).

SUP-REP-49/2015 y SUP-REP-67/2015

- Se ha determinado que las personas jurídicas, son titulares del derecho a la reputación, en la dimensión objetiva del honor. En el caso en estudio, se dictaron medidas cautelares, para el efecto de que se dejara de transmitir el mensaje denunciado, dado que éste podía afectar el derecho al honor y reputación de Teléfonos de México, S.A.B. de C.V.
- La Sala Superior consideró que carecía de razón el apelante en cuanto a que Teléfonos de México no podía ser objeto de calumnia en el contexto electoral, por tratarse de una persona moral no susceptible de cometer delitos y tampoco tenía que ser protegida su reputación.
- Sin embargo, se revocó la medida cautelar, porque no se advirtió que el promocional denunciado pudiera significar o involucrar una expresión que implicara calumnia contra Teléfonos de México, en vista de su naturaleza como agente preponderante en el ámbito de telecomunicaciones.
- En atención a ello, en principio, debe considerarse que el discurso o promocional en cuestión debe valorarse bajo un margen de tolerancia mayor, que si se expusieran cuestiones privadas.
- Se concluyó que el promocional no era un acto de calumnia electoral en el cual se le involucre con la comisión de hechos delictivos, o de naturaleza negativa que afectara su imagen.



Propaganda electoral y marcas comerciales

- Es común que se denuncie el uso de imágenes o sonidos en la propaganda que implican marcas y personajes comerciales; sin embargo, conviene destacar que se ha señalado que cuando se reclama la posible infracción a propiedad industrial o derechos de autor, esto escapa a los alcances de la jurisdicción y materia electoral.
- Así, se tiene que en el SUP-REP-32/2018 ACUMULADOS, se estableció que no se apreciaba en qué forma las posibles violaciones a leyes en materia registral, de propiedad intelectual y derechos de autor, que se alegaron en la denuncia (derivadas de la aparición de la marca comercial “El Universal” en el spot denunciado) pueden incidir en el desarrollo del proceso electoral, o bien, en los principios que rigen en el ámbito electoral. También se consideró correcta la determinación de la Sala Especializada de dejar a salvo los derechos del recurrente para que, de considerarlo pertinente, los hiciera valer ante las instancias correspondientes.
- Por otra parte, se encuentra que, en otros asuntos, se ha denunciado el uso de marcas comerciales, pero con el propósito de obtener una mayor aceptación o influencia entre el electorado, para obtener una mayor simpatía hacia los seguidores de un producto comercial, donde sí se ha pronunciado el TEPJF.

Criterio jurisprudencial

Tesis XIV/2010 PROPAGANDA ELECTORAL. NO DEBE TENER CARACTERÍSTICAS SEMEJANTES A LAS DE LA PUBLICIDAD COMERCIAL (LEGISLACIÓN DEL ESTADO DE SINALOA).—

- De la interpretación sistemática y funcional de los artículos 41, base III, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 14 de la Constitución Política del Estado de Sinaloa; 21, 22, 29, 30, 45, apartado C, párrafo sexto, inciso g); 117 Bis E, fracción II, y 117 Bis I; 246 y 247 de la Ley Electoral del Estado de Sinaloa, se advierte que el fin de la propaganda electoral es buscar la obtención del voto a favor de un precandidato, candidato o partido político.
- Por ello, los institutos políticos deben abstenerse de incluir en la propaganda electoral expresiones, símbolos o características semejantes a las de una publicidad comercial, pues lo contrario podría afectar la equidad en la contienda electoral.
- El acrónimo “MALOVA” podrá usarse sólo en la propaganda proselitista de Mario López Valdez, candidato a la gubernatura de Sinaloa por la coalición integrada por los partidos Acción Nacional (PAN), de la Revolución Democrática (PRD) y Convergencia, pero no deberá emplearse en la publicidad de candidatos a diputados y alcaldes coaligados entre PAN, PRD, Convergencia y PT.



Criterio jurisprudencial

Tesis XIV/2010 PROPAGANDA ELECTORAL. NO DEBE TENER CARACTERÍSTICAS SEMEJANTES A LAS DE LA PUBLICIDAD COMERCIAL (LEGISLACIÓN DEL ESTADO DE SINALOA).



SRE-PSL-20/2019. Propaganda comercial

Se denunció a Enrique Cárdenas Sánchez, candidato común a la Gubernatura de Puebla, así como a los partidos políticos que lo postulaban, por utilizar la serie de televisión de HBO, "Game of Thrones" para promocionar su candidatura, en una publicación en su cuenta de Twitter.

Se estableció que la publicación con referencia a tal programa televisivo es una forma casual de utilizar el entorno comunicacional que ofrecen las redes sociales de una manera razonable, sin un uso indebido de la marca comercial, que vaya en contra de las normas de la propaganda electoral.

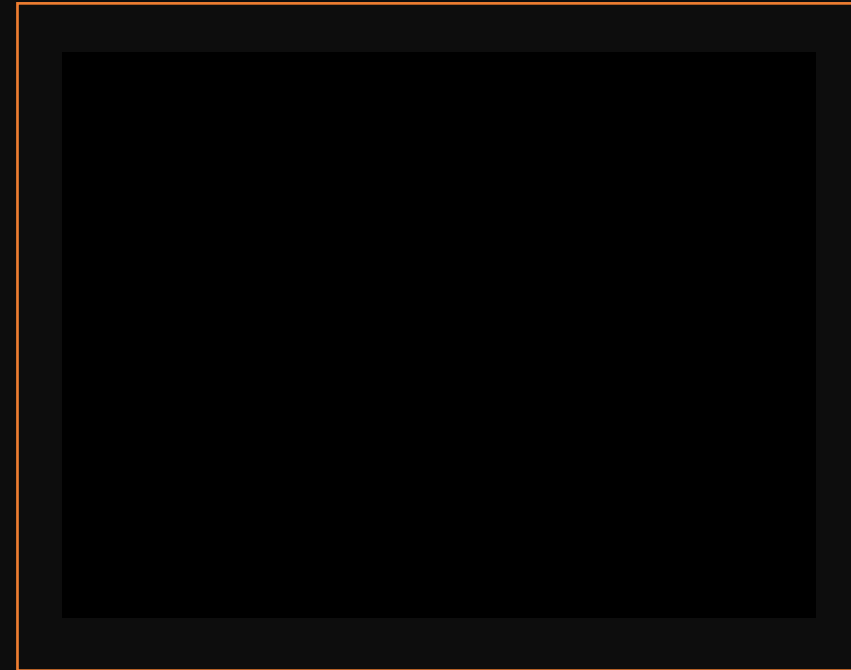
Se estimó razonable que el candidato decidiera en ese tuit referirlo como un evento de la vida cotidiana que acaparaba la atención de la gente, para subirse al tema y ser parte de él, y por ello no se consideró una actividad premeditada o que llamara la atención por una frecuencia atípica en el uso de la serie (SRE-PSL-20/2019).



SUP-REP-447/2015

Propaganda comercial

- Se denunció la supuesta indebida utilización de la pauta por Movimiento Ciudadano y su candidato a Presidente Municipal en Guadalajara, donde aparecía en el promocional la palabra “Volaris” y al parecer la página de internet de tal compañía de aviación en las pantallas de las computadoras que aparecían al fondo.
- Se estableció que si bien se incluyó de manera circunstancial el emblema de la marca comercial, no se desprendía susceptible de constituir por sí sólo, oferta a posibles consumidores de los servicios vinculados con la compañía que según se promocionaba



Confusión al electorado

- En materia de propaganda electoral, existen diversos problemas que tienen como característica común la infracción al principio de certeza, ya sea porque causen confusión al electorado por no identificar con claridad a que fuerza política pertenece al candidato, colores o expresiones de campaña.



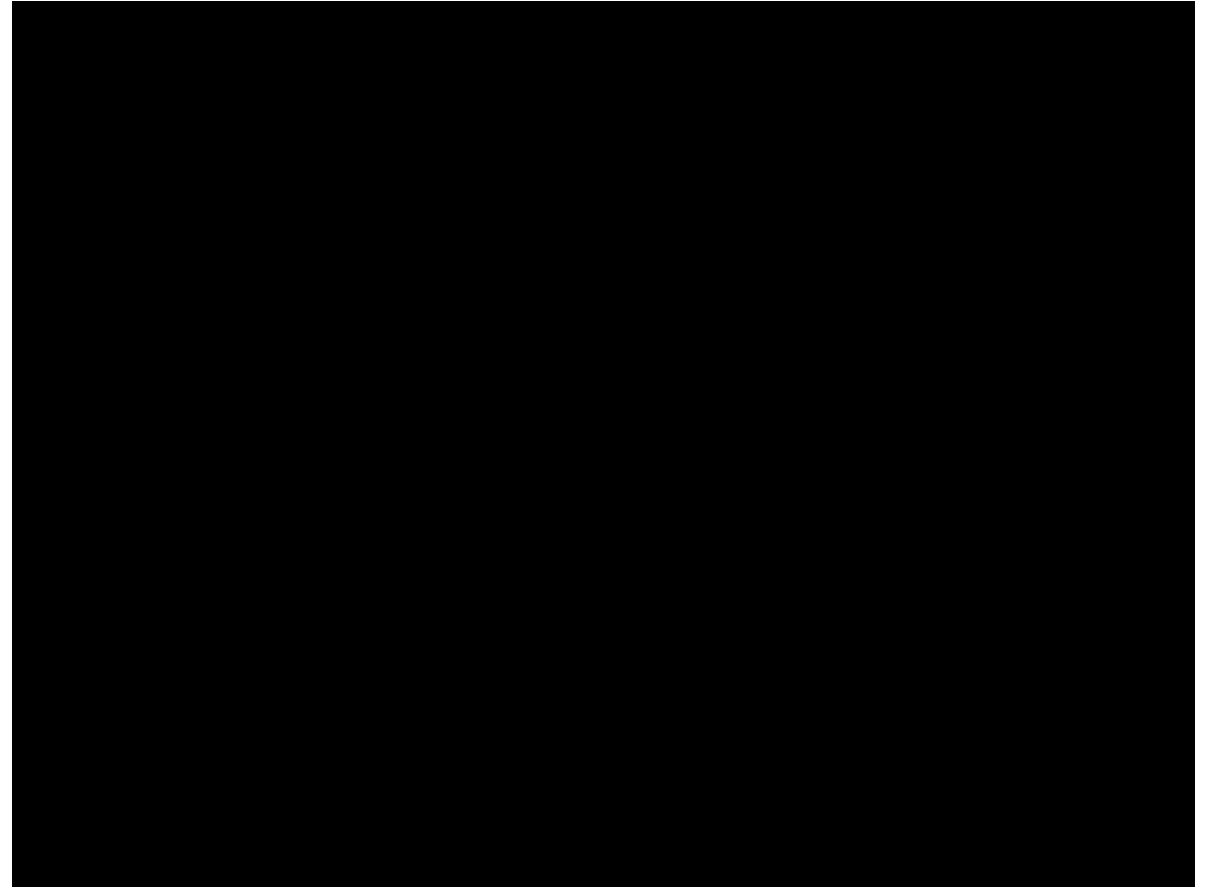
SUP-REP-159/2021



- Sobre el uso de colores partidistas, se encuentra un asunto en el cual el Partido Encuentro Solidario impugnó la improcedencia sobre la adopción de medidas cautelares en contra de propaganda de una coalición argumentando que el color “morado” empleado en la propaganda de la coalición generaba confusión en el electorado, porque los partidos que integraban la coalición no estaban utilizando los colores que los representan, y que el color morado era de uso exclusivo del partido denunciante.
- Se estableció que el hecho en que la propaganda denunciada incluyera una tonalidad cromática similar a la empleada por el partido denunciante, resultaba insuficiente para acreditar una posible confusión en el electorado, porque la propaganda contenía los suficientes elementos que permitían identificar que se trata de publicidad de una determinada candidatura postulada por una coalición distinta al partido recurrente, pues en esta se incluyó la fotografía y nombre del candidato; la alusión a su candidatura a diputado federal; y debajo de la frase de campaña se identificaba a la coalición que lo postuló, así como los emblemas de los partidos que la integran.

SUP-REP-392/2015

- Se denunció que se utilizaba en un promocional la voz del candidato del **Partido Socialdemócrata** de Morelos a la presidencia municipal de Cuernavaca, Cuauhtémoc Blanco Bravo, donde llamaba a votar a favor del **Partido de la Revolución Democrática** (PRD).
- La Sala Superior estableció que el hecho de que un partido político utilice en su prerrogativa la voz de un candidato no registrado por él, en la que se solicita su apoyo a efecto de promocionar la campaña de su candidato, trasgrede la normativa electoral, no sólo porque es una obligación legal establecer la distinción entre uno y otro partido y sus candidatos, sino porque además, utilizar la voz de un candidato diverso a efecto de posicionar a su propio candidato genera confusión en el electorado, pues podría creer que ambos partidos van coaligados o en candidatura común, lo cual en el caso no sucedía



SUP-REP-228/2021

- Respecto al uso de lemas y expresiones similares en propaganda, se encuentra que se denunció al PT por emplear expresiones que se argumentaba eran del uso exclusivo del partido MORENA. Al respecto, se resolvió que, del estudio preliminar del contenido de las frases “cuarta transformación” y “4T”, no es posible desprender que se trate de expresiones cuya utilización sea privativa de MORENA.
 - La frase “4T” no puede asociarse a un partido en específico, sino con la forma de gobernar de la actual administración federal, y si el PT se identifica con esa postura ideológica, era claro que el uso de las frases denunciadas constituye propaganda en el ejercicio de su derecho a la libertad de expresión, por asumirse como parte de su ideario político.
-



SRE-PSC-39/2019 y SUP-REP-60/2019



- Se denunció un promocional que carecía de elementos que identificaran al partido político que postulaba al candidato y el cargo para el cual contendía.
- Se determinó que no era válida la justificación del Partido del Trabajo (PT), que la omisión de identificarse en el spot, fue una respuesta a un momento de confusión jurídica con motivo de la indefinición sobre la procedencia o no de la candidatura común que pretendía conformar con MORENA y el PVEM.
- Se determinó que, en candidatura común o no, el PT debía identificarse en el spot y precisar que Alejandro González Yáñez (Gonzalo) era candidato a la Presidencia Municipal de Durango, por su deber de contribuir al voto informado.
- Máxime que, el electorado continuamente se encuentra expuesto a diversos procesos electorales federales y locales y/o concurrentes para renovar diversos cargos.

Propaganda que induce al voto en procesos electorales judiciales, de revocación de mandato y consulta popular

La propaganda que induce al voto en procesos como elecciones judiciales, revocación de mandato y consultas populares se refiere a cualquier comunicación que busca influir en la decisión del ciudadano, ya sea para votar a favor, en contra o abstenerse.

Este tipo de propaganda está porque puede afectar la equidad, imparcialidad y legalidad del proceso.

SRE-PSC-166/2021

- Se denunció que la difusión que realiza MORENA y sus dirigentes desvirtúa y confunde la materia de la consulta popular, al plantear una pregunta diversa a la aprobada por la SCJN, además de que induce y promueve el sentido del sufragio de la ciudadanía para votar a favor de su aprobación, lo cual señalan, afecta la imparcialidad y el deber de no influir en la ciudadanía respecto el desarrollo de dicha consulta.
- La difusión de la propaganda impresa y en redes sociales, así como la organización del evento público que se atribuyen a MORENA y a sus integrantes, **no contravienen la normativa aplicable respecto a las reglas de difusión de la consulta popular**, toda vez que dichos actos constituyen opiniones y manifestaciones encaminadas a realizar un llamamiento a la ciudadanía a participar en dicho ejercicio democrático, lo cual abona al debate político, sin que para ello, exista prohibición a los partidos políticos para difundirlas a través de los medios en que se hizo.
- La Sala Especializada señaló que no existe prohibición alguna dirigida a la ciudadanía en general y a los partidos políticos, que restrinja promover o difundir manifestaciones u opiniones a través de redes sociales o en actos públicos respecto a los temas inherentes a la consulta popular realizada el pasado primero de agosto, salvo aquella que se haga a través de la radio y televisión.
- De la interpretación sistemática y gramatical realizada a los artículos 35, fracción VIII de la Constitución Política y 40 a 42 de la Ley Federal de Consulta Popular, no se advierte una prohibición expresa para que las personas físicas o morales, incluyendo a los partidos políticos, participen o expresen sus ideas, opiniones, críticas y promuevan sus posicionamientos a favor o en contra, sobre dicho ejercicio democrático.





Gráfica en General



Diseño de Gafete



Lona

SUP-REP- 487/2021 Y ACUMULADO

- Respecto a la propaganda mediante la que se busca obtener las firmas de apoyo para llevar a cabo tal proceso, se determinó que ésta no se debe alejar ni incluir alguna otra institución diversa a la revocación de mandato.
- Así, la Comisión de Quejas dictó medidas cautelares contra la propaganda que promovía la “ratificación de mandato de Andrés Manuel López Obrador”, en dicha etapa.
- La Sala Superior estableció que la propaganda en los términos descritos podría ser contraventora del derecho a la información, **pues podría generar confusión respecto del ejercicio democrático que se pretende sea convocado**; y resultaba infundado que se estuviera censurando previamente la libertad de expresión.
- Con la inclusión de la palabra “ratificación” se podría desnaturalizar la institución jurídica ya que, si bien puede tener dos efectos u opciones válidas y racionales de votación, en principio se estaría promoviendo uno de los efectos o consecuencias jurídicas y no propiamente el ejercicio de participación, lo que podría ocasionar confusión o desinformación, dado lo novedoso del proceso (SUP-REP-487/2021 Y ACUMULADO).

SUP-REP-76/2022

- Se presentaron diversas denuncias en contra de “Que Siga la Democracia A.C.” por considerar que vulneraba la normativa sobre revocación de mandato y pidió medidas cautelares para que se le ordenara abstenerse de realizar tales actos y, se le prohibiera cualquier acto similar en cualquier medio de comunicación.
- La promoción de la imagen del presidente a nivel nacional permite inferir que fue con recursos públicos, pues se desconoce quiénes son los encargados de contratar el material que usa la A.C, y se promueven las siglas AMLO que están registradas como marca del ejecutivo, por tanto, es evidente que induce a votar por su persona.
- No fue ilegal que la CQyD indicara que no se configuraba la infracción, pues especificó que la prohibición de promoción personalizada, acorde al artículo 134, párrafo 8, estaba dirigida a las autoridades de todos los niveles de gobierno para no generar inequidad en la contienda y que la ciudadanía tiene libertad de promover la revocación, que conlleva poder usar el nombre o imagen del presidente.



SUP-PSC-10/2025

- Las partes denunciaron quejas en contra de quien resultara responsable y de diversas candidaturas a ministras, ministros, magistradas, magistrados, juezas y jueces dentro del PEEPJF, ya que, según su dicho, en el periodo de veda y jornada electoral se difundió propaganda bajo el formato de volantes tipo “acordeón”, con el objeto de inducir el voto a favor de éstas.
- A fin de acreditar su dicho, las partes anexaron diversas ligas electrónicas, las cuales dan cuenta de la presunta propaganda.
- Sala Superior determinó que no se acreditó la coacción o inducción al voto, porque las pruebas aportadas por las denunciantes y las recabadas por la autoridad no demostraron que el material propagandístico denominado “acordeón” hubiera sido elaborado o distribuido por las personas señaladas. Los enlaces localizados en redes sociales solo daban cuenta de su supuesta existencia, pero sin confirmar circunstancias de modo, tiempo y lugar.
- Tampoco se identificó a quienes habrían creado o difundido el material, y las y los denunciados incluso se deslindaron de él, señalando que desconocían su origen o que les generaba perjuicio.
- Además, el contenido del material era únicamente una imagen con números de candidaturas sin llamados proselitistas, y no se acreditó entrega de dádivas, presiones o promesas para influir en el electorado.
- Dado que **la carga de la prueba correspondía a las denunciantes y no demostraron con claridad la entrega o uso de dichos “acordeones”**, y la investigación de la UTCE tampoco obtuvo evidencia en contrario, se concluyó que **no existió infracción ni coacción o inducción al voto**, aplicando el principio de presunción de inocencia en favor de las personas denunciadas.

	Femeninos	Masculinos
MINISTROS Y MINISTRAS DE LA SUPLENENCIA DEL PODER JUDICIAL DE LA NACIÓN	03 08 16 17 22	41 43 48 55
MAGISTRADAS Y MAGISTRADOS DEL TRIBUNAL DE DISCIPLINA JUDICIAL	02 04 09	23 31
MAGISTRADAS Y MAGISTRADOS DE LA SALA SUPERIOR DEL TRIBUNAL ELECTORAL DEL PODER JUDICIAL DE LA NACIÓN	06	07
MAGISTRADAS Y MAGISTRADOS DE LA SALA REGIONAL DEL TRIBUNAL ELECTORAL DEL PODER JUDICIAL DE LA NACIÓN	02 03	19
JUEZAS Y JUECES DE CIRCUITO	02 11 18 01 06	25 38 21 36 31
MAGISTRADAS Y MAGISTRADOS DE CIRCUITO	10 09 01 05	24 25 23 29

	FEMENINOS	MASCULINOS
MINISTROS Y MINISTRAS DE LA SUPLENENCIA DEL PODER JUDICIAL DE LA NACIÓN	03 08 16 17 22	41 43 48 55
MAGISTRADAS Y MAGISTRADOS DEL TRIBUNAL DE DISCIPLINA JUDICIAL	02 04 09	23 31
MAGISTRADAS Y MAGISTRADOS DE LA SALA SUPERIOR DEL TRIBUNAL ELECTORAL DEL PODER JUDICIAL DE LA NACIÓN	06	07
MAGISTRADAS Y MAGISTRADOS DE LA SALA REGIONAL DEL TRIBUNAL ELECTORAL DEL PODER JUDICIAL DE LA NACIÓN	02 03	19
JUEZAS Y JUECES DE CIRCUITO	02 11 18 01 06	25 38 21 36 31
MAGISTRADAS Y MAGISTRADOS DE CIRCUITO	10 09 01 05	24 25 23 29



TRIBUNAL ELECTORAL
del Poder Judicial de la Federación



Muchas gracias

Dr. José Antonio Pérez Parra