



TRIBUNAL ELECTORAL
del Poder Judicial de la Federación

RECURSO DE APELACIÓN

EXPEDIENTE: SUP-RAP-24/2022

RECURRENTE: INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL DE LA VIVIENDA PARA LOS TRABAJADORES¹

RESPONSABLE: CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL²

MAGISTRADA PONENTE: JANINE M. OTÁLORA MALASSIS

SECRETARIADO: GABRIELA FIGUEROA SALMORÁN Y SERGIO MORENO TRUJILLO

COLABORÓ: BRENDA DURÁN SORIA Y JUAN PABLO ROMO MORENO

Ciudad de México, a diez de marzo de dos mil veintidós.

La Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación³ dicta sentencia en el sentido de **confirmar** el Acuerdo INE/CG43/2022, por lo que hace a la materia de controversia, vinculado con la respuesta a consultas presentadas para la difusión de propaganda gubernamental durante el proceso de revocación de mandato. Lo anterior, porque la propaganda gubernamental del Infonavit no constituye información **esencial** para el conocimiento de la población general, que no pueda suspenderse del cuatro de febrero al diez de abril.

ANTECEDENTES

1. Decreto en materia de revocación de mandato. El veinte de diciembre de dos mil diecinueve, el Diario Oficial de la Federación publicó el Decreto⁴ relacionado con la previsión constitucional de revocación de mandato.

2. Lineamientos para la revocación de mandato⁵. El veintisiete de agosto de dos mil veintiuno, el Consejo General del Instituto Nacional Electoral⁶ aprobó los Lineamientos para la organización de la revocación de mandato.

¹ En lo subsecuente, Infonavit.

² En adelante, Consejo General.

³ En lo siguiente, Sala Superior.

⁴ Mediante el cual se adiciona una fracción IX al artículo 35; un inciso c), al Apartado B de la Base V del artículo 41; párrafo séptimo al artículo 84; un tercer párrafo a la fracción III del Apartado A del artículo 122, todos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (en adelante, Constitución general).

⁵ Ver acuerdo INE/CG1444/2021.

⁶ En lo subsecuente, Consejo General.

3. Ley Federal para la Revocación de Mandato. El catorce de septiembre de dos mil veintiuno, el Diario Oficial de la Federación publicó la correspondiente legislación en la materia.

4. Modificación de los Lineamientos⁷. El treinta de septiembre de dos mil veintiuno, el Consejo General modificó los Lineamientos para la organización de la revocación de mandato, con motivo de la citada Ley federal.

Asimismo, el diez de noviembre siguiente, en cumplimiento a lo ordenado por esta Sala Superior⁸, el Consejo General modificó de nueva cuenta los Lineamientos.

5. Asignación de tiempos en radio y televisión⁹. El diecisiete de noviembre de dos mil veintiuno, el Consejo General aprobó el acuerdo por el cual, en su caso, se asignan los tiempos en radio y televisión para la difusión del proceso de revocación de mandato; se aprueban los criterios de distribución de tiempos para actividades electorales, así como el procedimiento que regule la suspensión de propaganda gubernamental.

6. Solicitud del Infonavit¹⁰. El veintinueve de diciembre posterior, con motivo del proceso de Revocación de Mandato 2021-2022, el Subdirector General de Comunicación del Infonavit sometió a consideración del Consejo General, como excepción a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental, las siguientes campañas de difusión:

- a. Para lo que suena difícil, Infonavit Fácil, así como
- b. Infonavit, de los trabajadores para los trabajadores.

Ambas campañas con vigencia del veintiocho de enero al treinta y uno de diciembre de dos mil veintidós, las cuales, se pretendieron vincular con el concepto de educación, con la finalidad de contribuir a que las personas trabajadoras tomen la mejor decisión respecto al ahorro y a la mejor solución habitacional, lo que coadyuvaría a asegurar su independencia económica.

⁷ Ver acuerdos INE/CG/1566/2021 e INE/CG1646/2021.

⁸ En la sentencia SUP-RAP-415/2021 y sus acumulados.

⁹ Ver acuerdo INE/CG1717/2021.

¹⁰ Mediante oficio SCom/052/2021.



7. Acuerdo controvertido¹¹. El veintiséis de enero de dos mil veintidós, en lo que interesa, el Consejo General determinó que resultaban improcedentes las campañas propuestas por el Infonavit para difundirse a partir del cuatro de febrero y hasta el diez de abril del presente año. Lo anterior, al estimar que no cumplen con los criterios de generalidad y necesidad.

8. Recurso de apelación. El tres de febrero, el Infonavit interpuso recurso¹² en el que reclama una indebida fundamentación y motivación por parte del Consejo General.

9. Turno y radicación. Recibidas las constancias, la Presidencia de la Sala Superior ordenó integrar el expediente SUP-RAP-24/2022, así como turnarlo a la ponencia de la Magistrada Janine M. Otálora Malassis, donde se radicó.

10. Sustanciación. En su momento, la Magistrada Instructora admitió el recurso de apelación y cerró instrucción; en consecuencia, ordenó elaborar el proyecto de sentencia correspondiente.

RAZONES Y FUNDAMENTOS

PRIMERA. Competencia

La Sala Superior es competente¹³ para resolver el presente medio de impugnación, porque se controvierte una determinación emitida por el Consejo General del Instituto Nacional Electoral —órgano central—, relacionada con la revocación de mandato del Presidente de la República.

SEGUNDA. Resolución en sesión por videoconferencia

En el acuerdo general 8/2020, la Sala Superior reestableció la resolución de todos los medios de impugnación y determinó que las sesiones continuarán realizándose por medio de videoconferencias, hasta que el Pleno de esta Sala determine alguna cuestión distinta.

¹¹ Acuerdo INE/CG43/2022.

¹² Por conducto de Juan Carlos Ramírez Santana, apoderado general para pleitos y cobranzas del Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores (INFONAVIT).

¹³ Con base en lo dispuesto en los artículos 35, fracción IX, numeral 6, 41, fracción VI, y 99, párrafo cuarto, fracción III, de la Constitución general; 166, fracción III, inciso a), y 169, fracción I, inciso c) de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación (Ley Orgánica); así como 3, párrafo 1, inciso a), y 40, párrafo 1, de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral (Ley de Medios)

TERCERA. Requisitos de procedencia

El medio de impugnación cumple con los requisitos para dictar una sentencia que resuelva el fondo de la controversia¹⁴, conforme con lo siguiente:

1. Forma. En el escrito de demanda se precisó la autoridad responsable, el acuerdo impugnado, los hechos, los motivos de controversia y cuenta con firma autógrafa.

2. Oportunidad. El recurso se interpuso en el plazo de cuatro días, toda vez que el acuerdo impugnado fue notificado al Infonavit el veintiocho de enero de dos mil veintidós¹⁵ y la demanda fue presentada el tres de febrero siguiente.

Lo anterior, porque la Sala Superior en el procedimiento de revocación de mandato, en ciertos casos, ha optado por solo computar los días hábiles, excluyendo sábados y domingos¹⁶.

El artículo 6¹⁷ de los *Lineamientos del Instituto Nacional Electoral para la Organización de la Revocación de Mandato del Presidente de la República electo para el período constitucional 2018-2024*, puede generar incertidumbre y confusión en la manera de contabilizar los plazos para impugnar actos o resoluciones vinculadas con este mecanismo de participación.

La regla general que prevé tal artículo es el deber de considerar únicamente los días hábiles para contabilizar el cómputo de los plazos y, sólo en ciertos casos, tomar para el cómputo todos los días y horas.

En consecuencia, al no estar prevista la promoción de los juicios y recursos para controvertir acuerdos como el ahora cuestionado, el plazo para

¹⁴ Previstos en los artículos 7, párrafo 2, 9, párrafo 1 y 45, párrafo 1, inciso a), de la Ley de Medios.

¹⁵ Mediante oficio INE/DEPPP/DE/DAGT/00392/2022, de la Dirección de Prerrogativas y Partidos Políticos del Instituto Nacional Electoral. Lo anterior, tal como lo reconoce el Infonavit en su escrito de demanda, asimismo, lo sostiene la autoridad responsable al rendir el informe circunstanciado. La constancia de notificación es visible a fojas 765 y 766 del expediente electrónico.

¹⁶ En atención al criterio emitido por la Sala Superior en el expediente SUP-RAP-437/2021, en el que se realizó una interpretación *pro persona* de lo dispuesto por los artículos 6 de los Lineamientos, con relación al 7 de la Ley de Medios, así como 1 y 17 de la Constitución general, asimismo, ver sentencia SUP-RAP-27/2022 y acumulados.

¹⁷ Artículo 6. El cómputo de los plazos previstos para el desarrollo del proceso de RM, se entenderán en la consideración de días hábiles, salvo en los casos de los artículos 17, 22, 34, 37, 41 y 52 de la Ley Federal de Revocación de Mandato.



impugnar debe realizarse computando solo los días hábiles, excluyendo sábados y domingos, con lo cual el recurso es oportuno y, por ello, infundada la causal de improcedencia formulada por la autoridad responsable.

3. Legitimación y personería. El Infonavit está legitimado por tratarse de un organismo público descentralizado¹⁸.

Por regla general, los partidos políticos, las agrupaciones políticas, la ciudadanía, o los sujetos sancionados (ciudadanía, dirigentes, militantes, personas afiliadas, adherentes o simpatizantes de un partido político nacional, las personas físicas o morales) están legitimados en la ley para interponer recurso de apelación¹⁹.

Esto es, no está previsto expresamente en la ley la legitimación a las personas físicas, que ostentan la calidad de funcionariado público para promover el recurso de apelación.

No obstante, para garantizar la vigencia del derecho reconocido en el artículo 17 de la Constitución general, la Sala Superior acredita la legitimación para promover el recurso de apelación a las personas físicas en calidad de funcionariado público o a las dependencias de gobierno para controvertir las resoluciones del Consejo General relacionadas con la propaganda gubernamental permitida durante los procesos electorales, al ser los sujetos que tienen el deber de verificar el contenido de dicha propaganda²⁰.

Asimismo, en el caso, la Sala Superior reconoce el carácter con el que se ostenta Juan Carlos Ramírez Santana como apoderado general para pleitos y cobranzas del Infonavit, quien acompaña a su escrito de demanda el testimonio de la escritura del poder general que le otorgó ese Instituto²¹.

4. Interés jurídico. El recurrente tiene interés jurídico, porque impugna una determinación que considera le causa afectación.

¹⁸ Con fundamento en el artículo 45, párrafo 1, inciso b), fracción IV, de la Ley de Medios.

¹⁹ Conforme a lo dispuesto en los artículos 12, párrafo 1, inciso a); 13, y 45 de la Ley de Medios.

²⁰ Ver medios de impugnación: SUP-RAP-159/2021; SUP-RAP-54/2012 y acumulados; SUP-RAP-60/2018 y sus acumulados, así como, SUP-RAP-100/2021.

²¹ El cual al ser un documento público tiene pleno valor probatorio para acreditar la calidad con la que se ostenta, de conformidad con el artículo 16, párrafo 2, de la Ley de Medios.

5. Definitividad. Se satisface este requisito, ya que no existe otro medio de impugnación para controvertir el acuerdo impugnado.

CUARTA. Estudio de fondo

1. Decisión

La Sala Superior califica de **infundados** los agravios, porque las campañas de propaganda gubernamental propuestas por el Infonavit —para estar en posibilidad de difundirse del cuatro de febrero y al diez de abril del presente año—, contienen información sobre su plataforma en línea, así como realizan un reconocimiento a las personas trabajadoras, lo cual, no constituye información esencial para el conocimiento de la población general, que no pueda suspenderse en dicha temporalidad.

Por tanto, no se trata de información relativa a servicios básicos de educación de interés general, que resulten primordiales.

2. Contexto de la controversia

El Infonavit presentó al Consejo General una consulta relacionada con la difusión de propaganda gubernamental durante el proceso de revocación de mandato del Presidente de la República, electo para el periodo constitucional 2018-2024.

Al respecto, solicitó la difusión de las siguientes campañas:

- a.** Para lo que suena difícil, Infonavit Fácil, y
- b.** Infonavit, de los trabajadores para los trabajadores.

Ambas campañas están previstas con una vigencia del veintiocho de enero al treinta y uno de diciembre, las cuales, se pretendieron vincular con el concepto de educación, con la finalidad de contribuir a que las personas trabajadoras tomen la mejor decisión respecto al ahorro y a la mejor solución habitacional, lo que coadyuvaría a asegurar su independencia económica.

Al respecto, el Consejo General declaró improcedente la solicitud formulada, porque durante el tiempo que comprende el proceso de revocación de mandato —desde la convocatoria y hasta la conclusión de la jornada—, se debe suspender en los medios de comunicación toda propaganda



gubernamental de cualquier orden de gobierno en los medios de comunicación, exceptuándose la relativa a servicios educativos y de salud o las necesarias para la protección civil²².

Lo anterior, porque la propaganda exceptuada debe tener fines informativos sobre la pretensión de un servicio por parte del Estado, alguna campaña de educación o de orientación social; impidiendo la exaltación, promoción o justificación de algún programa o logro obtenido en los gobiernos local o federal o de alguna administración específica.

En específico, el Consejo General determinó que las campañas solicitadas por el Infonavit resultan improcedentes, porque no cumplen con los criterios de generalidad y necesidad.

Por una parte, la autoridad estimó que se dirigen a un público específico: personas trabajadoras derechohabientes del Infonavit.

Además, advirtió que una de las campañas busca difundir la plataforma Infonavit Fácil, donde se dan a conocer todos los financiamientos, soluciones de pago y los principales trámites que debe llevar a cabo una persona derechohabiente, además que durante el dos mil veintidós se estarán lanzando nuevos financiamientos.

Asimismo, la otra campaña, busca reconocer el esfuerzo de las personas trabajadoras como principales sujetos de acción del Infonavit, en el marco del cincuenta aniversario.

En consecuencia, el Consejo General determinó que las campañas pueden ser difundidas en otro momento, ya que su fin es que las personas derechohabientes contraten un financiamiento, no sólo que conozcan de ellos.

Ahora bien, ante la Sala Superior, el Infonavit expone diversos motivos de agravio por los cuales busca evidenciar la indebida fundamentación y motivación por parte del Consejo General.

²² Con fundamento en los artículos 35, fracción IX, párrafo 7, 41, Base III, Apartado C, y 134 de la Constitución federal, así como, 33, párrafos 5 y 6, de la Ley Federal de Revocación de Mandato.

El Infonavit manifiesta que el Acuerdo INE/CG43/2022 incumple con el propósito de permitir la difusión de información necesaria para la educación, orientada al mejor y oportuno conocimiento de los programas, mecanismos de prevención de fraudes y fácil acceso de consulta de créditos (activos o nuevos) a través de las plataformas digitales a disposición de las personas trabajadoras que forman parte de la población —al alcance de sesenta millones de personas—.

Señala que, contrariamente a lo sostenido por el Consejo General, la generalidad implica que la campaña se dirige a un número indeterminado de personas para no ser consideradas especiales y, en el caso, el Infonavit al ser un ente de orden federal, el análisis comprende a todas las personas mexicanas.

Así, a juicio del Infonavit, las campañas buscan difundir la educación y los derechos de las personas trabajadoras del grueso de la población, dirigidas de manera general —sin excepción—. El hecho de que el grueso de la población está representado por trabajadoras y trabajadores entre 18 y 65 años, no es motivo suficiente para ser consideradas como campañas dirigidas a un sector o público específico, siendo necesario analizar si la información es de interés y beneficio del grueso de la población.

Por otra parte, el Infonavit aduce que el Consejo General realizó un análisis somero de las solicitudes presentadas, estimando que se incumple con el criterio de necesidad, ya que los programas pueden ser difundidos en otro momento, sin explicar ni exponer las razones.

Lo anterior, pues considera que los servicios que presta el Estado, a través del Infonavit, no se paralizan por las vedas electorales, mucho menos el derecho de las personas trabajadoras a ejercer su derecho al crédito para tener una vida sana y sostenible, de lo contrario, implicaría una afectación al derecho a la vivienda de las personas trabajadoras —previsto en el artículo 4 de la Constitución general—.

Asimismo, expone que el principio de necesidad está colmado, porque históricamente hay meses que presenta mayor repunte para la solicitud de créditos y, porque se trata de derechos laborales que no están sujetos a los



tiempos electorales, que no permiten postergaciones, máxime cuando se trata de una obligación del Estado.

Por ello, el Infonavit sostiene que el Consejo General lo dejó en incertidumbre, ya que no expone cuáles son los datos, fuentes, consideraciones y razonamientos que tomó en cuenta, por lo cual, primero debió analizar el impacto de las campañas, el grueso de la población a que van dirigidas, la importancia de que la información sea conocida, las consecuencias de que las personas trabajadoras no cuenten con la información completa al ejercer sus derechos, así como la similitud con otras campañas²³, cuando se trata de servicios que presta un ente gubernamental.

3. Caso concreto

El Infonavit sometió a consideración del Consejo General dos campañas de difusión: i) “Para lo que suena difícil, Infonavit Fácil”, y ii) “Infonavit, de los trabajadores para los trabajadores”. Lo anterior con la finalidad de que las campañas fueran vinculadas con el régimen de excepción a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental en lo referente al proceso de revocación de mandato del Presidente de la República, electo para el periodo constitucional 2018-2024.

Tales campañas buscaban la posibilidad de ser difundidas desde la emisión de la convocatoria —cuatro de febrero de dos mil veintidós— y hasta la jornada de votación del proceso de revocación de mandato —diez de abril de dos mil veintidós—.

En la solicitud se adjuntaron los formularios requisitados para la presentación de la información mínima necesaria para la atención de las consultas técnicas relacionadas con las excepciones previstas para la difusión de propaganda gubernamental.

Sin embargo, el Consejo General declaró la improcedencia de éstas, al estimar que dejaban de cumplir con los criterios de generalidad y necesidad.

²³ El Infonavit aduce que el Consejo General ya ha resuelto de manera favorable campañas similares a las solicitadas, por ejemplo, en los acuerdos INE/CG626/2021; INE/CG334/2021; INE/CG235/2020; INE/CG172/2018, e INE/CG65/2017.

Al respecto, esta Sala Superior comparte la decisión del Consejo General, porque las campañas de propaganda gubernamental propuestas —para estar en posibilidad de difundirse del cuatro de febrero y al diez de abril del presente año—, si bien contienen información sobre la plataforma en línea del Infonavit, así como realizan un reconocimiento a las personas trabajadoras, no constituye información esencial para el conocimiento de la población general, que no pueda suspenderse en dicha temporalidad.

Así, no se trata de información relativa a servicios básicos de educación de interés general y que resulten primordiales.

El artículo 35, fracción IX, numeral 7°, de la Constitución general, señala que durante el tiempo que comprende el proceso de revocación de mandato, desde la convocatoria y hasta la conclusión de la jornada, deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación de toda propaganda gubernamental de cualquier orden de gobierno.

Los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, sólo podrán difundir las campañas de información relativas a los servicios educativos y de salud o las necesarias para la protección civil.

Asimismo, el artículo 134, párrafos séptimo y octavo, de la Constitución general, refieren que la propaganda que, bajo cualquier modalidad de comunicación social, difundan los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, deberán tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social.

En ningún caso la propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier persona del servicio público.

El carácter de la propaganda debe ser institucional y abstenerse de incluir frases, imágenes, voces o símbolos que pudieran ser constitutivos de propaganda política o electoral, o bien elementos de propaganda personalizada de alguna persona del servicio público.



Los artículos 33, párrafos 5 y 6, de la Ley Federal de Revocación de Mandato y 21 de la Ley General de Comunicación Social tienen similar contenido.

Por lo que, en el caso, desde la convocatoria y hasta la conclusión de la jornada de revocación de mandato deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación de toda propaganda gubernamental de cualquier orden de gobierno en los medios de comunicación.

Exceptuando las campañas de información de las autoridades electorales, las relativas a servicios educativos y de salud, las necesarias para la protección civil en casos de emergencia y cualquier otra que autorice el Consejo General, de manera específica durante los procesos electivos.

Lo anterior, bajo la óptica de que la propaganda gubernamental desempeña un papel importante en el desarrollo de los procesos electorales y, en el caso, de la revocación de mandato.

De esta manera, las previsiones constitucionales y legales encuentran como objetivo evitar que la difusión de esa publicidad tenga un impacto en la apreciación de las personas consultadas, pues lo trascendente para la función que se tiene encomendada es impedir que se pueda incidir de manera positiva o negativa en el resultado de la jornada de votación.

Los poderes federales, estatales o municipales y cualquier otro ente público deben conducirse con total imparcialidad, a fin de que dicha propaganda no se convierta en un instrumento que pueda provocar un desequilibrio.

La Sala Superior en la sentencia del juicio ciudadano 5225/2015 recordó que mediante Decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación el nueve de agosto de dos mil doce, por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Constitución general en materia política, se modificó el contenido del artículo 35 constitucional, que establece los derechos de la ciudadanía en materia política, para introducir ciertos mecanismos de democracia directa.

Esta modificación por parte del Poder Revisor de la Constitución implicó un cambio en el paradigma del Sistema Político Mexicano, al incorporar a nivel constitucional instituciones de democracia directa, a la par de la democracia

representativa que tradicionalmente lo caracterizó, inscribiéndose en la tendencia de las democracias de la región.

Asimismo, las vías de democracia directa constituyen una forma de involucrar a la ciudadanía en decisiones fundamentales para el país, y complemento de la democracia representativa, por ello, al igual que en las elecciones de representantes populares, debe garantizarse el voto universal, libre, secreto y directo; así como las demás garantías establecidas constitucionalmente para su ejercicio²⁴.

Además, la Sala Superior reconoce la existencia de un mismo núcleo de prohibición constitucional tanto en los mecanismos de democracia directa como en los procesos electorales, puesto que, se atiende a la misma finalidad; es decir, se protege el mismo valor supremo que es la libertad de la ciudadanía para emitir su voluntad, así como el imperio del principio democrático en ambos procesos²⁵.

Es ilustrativa la tesis XLIX/2016, de rubro: MECANISMOS DE DEMOCRACIA DIRECTA. EN SU DISEÑO DEBEN OBSERVARSE LOS PRINCIPIOS CONSTITUCIONALES PARA EL EJERCICIO DEL DERECHO HUMANO DE VOTAR.

Así, es la propia Constitución general la que reconoce el deber de suspender la difusión en los medios de comunicación de toda la propaganda gubernamental de cualquier orden de gobierno, durante el tiempo que comprende el proceso de revocación de mandato, esto es, desde la convocatoria y hasta la conclusión de la jornada correspondiente, que no se encuentren dentro de las excepciones previstas.

Finalmente, esta Sala Superior destaca lo determinado por la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión (RELE) de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) en su “Informe Especial sobre la Libertad de Expresión en México, 2010”.

En el cual analizó, entre otras cosas, las disposiciones contenidas en el artículo 41 de la Constitución general, en lo relativo a la regulación de la difusión de propaganda política durante las épocas electorales, siendo

²⁴ Ver artículos 41 y 116, de la Constitución general.

²⁵ Ver sentencia SUP-RAP-27/2022 y acumulados.



destacado por la propia Relatoría que reconoce el interés legítimo del Estado en promover elecciones libres, accesibles y equitativas y por ello se justifique la imposición de reglas sobre la difusión de propaganda política durante épocas electorales²⁶.

Cabe aclarar que, los supuestos de excepción, entre los que se encuentran las campañas de información relativas a los **servicios educativos**, no pueden considerarse en automático exentos de cumplir la normativa constitucional y legal.

Por el contrario, deben cumplir con los principios de equidad e imparcialidad, porque tales principios encuentran como finalidad evitar que entes públicos puedan influir en las preferencias de la ciudadanía²⁷.

Por ello, la garantía en los procedimientos de democracia directa que impliquen el ejercicio del sufragio de la ciudadanía corresponde, entre otros entes, al Instituto Nacional Electoral, como organismo público autónomo dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios, quien, en su ejercicio, la certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, máxima publicidad y objetividad serán principios rectores.

En este sentido, no asiste la razón al Infonavit cuando cuestiona la fundamentación y motivación del Consejo General respecto del cumplimiento de los requisitos de generalidad y necesidad de los programas sujetos a consideración, porque el Consejo General al analizar la consulta presentada de manera correcta citó los artículos aplicables y explicó las razones por las cuales determinó que no se cumplía con los parámetros apuntados.

La autoridad responsable hizo referencia a criterios que ha empleado en el análisis a las solicitudes que los entes de gobierno le formulan respecto de las excepciones previstas —retomando lo expuesto por la Constitución

²⁶ Relatoría Especial para la Libertad de Expresión de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos. "Informe especial sobre la libertad de expresión en México, 2010". OEA/Ser.L/V/II. 7 de marzo de 2011. Párr. 272. Disponible en: http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/informes/paises/2010%20FINAL%20CIDH%20Relator%203%20Informe%20Mexico%20Libex_esp-1.pdf

²⁷ Resulta orientadora la jurisprudencia 18/2011, de rubro: PROPAGANDA GUBERNAMENTAL. LOS SUPUESTOS DE EXCEPCIÓN A QUE SE REFIERE EL ARTÍCULO 41, BASE III, APARTADO C, DE LA CONSTITUCIÓN FEDERAL, DEBEN CUMPLIR CON LOS PRINCIPIOS DE EQUIDAD E IMPARCIALIDAD.

general, la legislación en la materia, así como los criterios sostenidos por este Tribunal Electoral—, así hizo notar los siguientes elementos a evaluar:

- a. Necesidad**, relacionado con que la campaña, por su contenido, no pueda ser difundida en otro momento.
- b. Importancia**, relacionado con la relevancia del tema que se pretenda dar a conocer.
- c. Temporalidad**, relacionado con la oportunidad en la que se presente la solicitud para la difusión de la campaña, tomando en consideración el fin que se persigue.
- d. Generalidad**, que la campaña sea dirigida al grueso de la población, y no a un sector específico.
- e. Fundamentación y motivación**, relacionado con la debida justificación por parte del ente público, y de manera individualizada, de cada una de las campañas que pretenda difundir.

Así, el Consejo General emprendió el análisis de las campañas para que puedan difundirse durante el periodo que comprende de la emisión de la convocatoria y hasta la conclusión de la jornada de votación del proceso de revocación de mandato.

En lo que interesa, analizó las campañas que por su contenido ameritaban su estudio para determinar si podían o no vincularse a los conceptos de educación, salud o protección civil, o bien, si cumplían con los criterios expuestos.

La autoridad responsable apuntó el siguiente estudio:

Infonavit. La campaña “Para lo que suena difícil, Infonavit Fácil”, con vigencia del veintiocho de enero al treinta y uno de diciembre de dos mil veintidós, tiene el objetivo de que la población mexicana conozca la plataforma en línea de educación financiera www.infonavitfacil.mx en la que podrán encontrar en un lenguaje claro, sencillo y directo, todo lo que requieren saber sobre créditos, soluciones de pago y trámites del Infonavit al igual que cómo protegerse de los fraudes.

La campaña “Infonavit, de los trabajadores para los trabajadores”, con vigencia del veintiocho de enero al treinta y uno de diciembre de dos mil veintidós, tiene el objetivo de que la población mexicana conozca que el



Instituto se debe al servicio de las y los trabajadores mexicanos para que obtengan financiamientos para comprar, construir o mejorar su casa.

Las campañas se tornan **improcedentes** porque no cumplen con los criterios de generalidad y necesidad, ya que, por un lado, van dirigidas a un público específico beneficiario (trabajadoras y trabajadores derechohabientes del INFONAVIT entre 18 y 65 años de edad) y, por el otro, se advierte que una de las campañas busca difundir la plataforma Infonavit Fácil, donde se dan a conocer todos los financiamientos, soluciones de pago y los principales trámites que deben llevar a cabo una persona derechohabiente, además que durante todo 2022 se estarán lanzando nuevos financiamientos; y la otra, busca reconocer el esfuerzo de las y los trabajadores como principales sujetos de acción del INFONAVIT, en el marco del 50° aniversario, por tanto, las campañas pueden ser difundidas en otro momento, ya que además busca que las personas derechohabientes contraten un financiamiento, no sólo conozcan de ellos.

En tal contexto, la Sala Superior concluye que el Consejo General cumplió con el deber de fundar y motivar su decisión, en atención al principio de legalidad, ello es así porque analizó caso por caso el contenido de la propaganda, y aunque advirtió que tenía que ver con **servicios educativos**, destacó que las campañas no se dirigían al grueso de la población y podían ser difundidas en otro momento.

La autoridad sostuvo que la propaganda gubernamental sugerida no cumple con los criterios de generalidad —que la campaña sea dirigida al grueso de la población, y no a un sector específico— y necesidad —relacionado con que la campaña, por su contenido, no pueda ser difundida en otro momento—.

Por lo que hace a la prohibición de difundir propaganda gubernamental, en ciertas temporalidades, este órgano jurisdiccional ha sostenido que la restricción tiene como objeto limitar la influencia en las preferencias de la ciudadanía y, por tanto, tutelar los principios de imparcialidad y equidad, rectores en la materia electoral²⁸.

Asimismo, en el caso de campañas de información respecto a servicios educativos, se ha sostenido que se debe entender en un sentido amplio, que

²⁸ Sentencias SUP-RAP-54/2012 y acumuladas, así como SUP-RAP-57/2010 y acumuladas.

comprende todo cuanto tienda a desarrollar las facultades del ser humano, fomentar el amor a la Patria y la conciencia de la solidaridad internacional, en la independencia y en la justicia.

Esto es, que la educación contribuye a la mejor convivencia humana, el aprecio para la dignidad de la persona y la integridad de la familia, la convicción del interés general de la sociedad, cuanto por el cuidado que ponga en sustentar los ideales de fraternidad e igualdad de derechos de todos los hombres y mujeres, evitando los privilegios de razas, de religión, de grupos, de géneros o de individuos.

Lo anterior, tomando en cuenta que en el caso de campaña informativas de servicios de educación la propaganda gubernamental debe ser de carácter genérico, esto es, que tengan por objeto fomentar valores culturales y cívicos. Lo anterior, sin implicar la difusión de logros atribuidos al gobierno²⁹.

La propaganda gubernamental debe contener información realmente **necesaria e indispensable, que por su tema exista la premura evidente de ser publicada a través de los medios de comunicación**³⁰. Lo anterior deriva del hecho que la difusión sea imprescindible y que no pueda realizarse en otro momento o por otras vías.

Así, la difusión de propaganda gubernamental debe estar estrechamente relacionada con la importancia del tema que se pretenda dar a conocer, guardando una relación entre lo difundido y el objetivo que se persigue.

De esta manera, para que determinada propaganda gubernamental pueda ser considerada una excepción a la prohibición de difusión debe estar dirigida al grueso de la población y no a un sector en específico.

Por lo que, si bien la generalidad está asociada con un todo, sin determinación de persona alguna, es evidente que el conocimiento de la plataforma en línea de educación financiera del Infonavit, así como el reconocimiento de las trabajadoras y trabajadores, está limitado a sus derechohabientes y, con

²⁹ Ver sentencia SUP-RAP-54/2012 y acumulados.

³⁰ Ver sentencia SUP-RAP-159/2021.



independencia del número específico de éstos, la información se encuentra direccionada únicamente a este sector.

Al respecto, si bien la generalidad debe atender a un sector amplio de la población, este principio no puede verse de manera aislada y desarticulado de un caso en concreto, también debe encontrar soporte en los principios de necesidad, importancia, temporalidad, así como fundamentación y motivación.

En este sentido, es cierto que en ocasiones pasadas el Consejo General ha aprobado determinada propaganda gubernamental del Infonavit y, por consecuencia natural, tuvo por acreditada su generalidad; sin embargo, ello no implica que esté implícita en cualquier propaganda del Infonavit.

En el presente caso, es válido que el Consejo General determine que la propaganda vinculada al conocimiento de la “página de internet” y al “reconocimiento a los trabajadores”, no cumple con el requisito de generalidad, ya que la información que se trasmite a este sector de la población no le reporta un conocimiento social y cultural necesario o trascendente.

El común denominador de la propaganda aprobada por el Consejo General³¹ para ser difundida como régimen de excepción, es que tienen como objetivo

³¹ A manera de ejemplo, las campañas “Horario de Verano”; “Difusión de la Cultura y Patrimonio Artístico y Literario”; “Declaración Anual e Informativa”; “Expoprofesiográfica 2022 Nivel Superior”; “Prevención y reporte de incendios forestales”; “Prevención de Obesidad”; “Consejos PREVENIMSS”; “Lotería Nacional”; “Aliméntate Bien”; “Convocatoria mensual para ingresar a la preparatoria abierta”; “Operativo Carrusel, de Dirección de Protección Civil y Bomberos”; “Conoce TAM, de la Secretaría de Turismo”; “Línea de apoyo ante COVID-19”; “Ángeles Azules”; “Trámites en Línea, de la Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Colima”; “Tú eres parte”; “Difundir recomendaciones para la venta y consumo de productos de la pesca y prevenir enfermedades”; “Concientizar e implementar acciones de saneamiento para contribuir al rescate de los cuerpos de agua y mejorar su calidad. Reducir la cantidad de residuos sólidos que se depositan en el agua, incentivar la limpieza de tinacos en los hogares y comercios”; “Difusión y promoción de los productos y artesanías de productores veracruzanos, coadyuvar a la reactivación económica”; “Brindar recomendaciones para la prevención de incendios, reporte de incendios, situaciones de riesgo y medios para su atención”; “Recomendaciones para la concientización y prevención de Accidentes vehiculares”; “Crear conciencia sobre el problema que implica el trabajo infantil”; “Difundir los derechos laborales de las y los adolescentes en edad permitida para trabajar”; “Informar sobre los riesgos del mal uso de las redes sociales y la navegación en sitios no seguros de internet. Prevenir actos delictivos”; “Reclutar a mujeres y hombres para formar parte de la Policía Estatal, fortalecer los cuerpos policiales para salvaguardar y proteger a la población”; “Informar y sensibilizar a la juventud veracruzana sobre los riesgos y las consecuencias que conlleva el cometer delitos contra la salud y narcomenudeo, para reducir su participación en actos delictivos”; “Sensibilizar a la población sobre el derecho de la niñez, adolescencia y juventudes Indígenas veracruzanas, contribuir a la eliminación de la Discriminación”; “Informar a los padres de familia sobre el proceso de preinscripción para educación básica”, entre otros.

concientizar a la población de algo que reviste importancia en aspectos de salud, educación y protección civil³².

Además, en precedentes de la Sala Superior, un aspecto a destacar es que la propaganda gubernamental **no se encuentre dirigida a resaltar el quehacer institucional**, por lo que, en el caso podría apuntarse que el Infonavit resalta el quehacer institucional al difundir de manera genérica la página de internet que contiene opciones de **créditos, trámites y apoyos**, así como reconocer el esfuerzo de las y los trabajadores como principales sujetos de acción del Infonavit³³.

De esta manera, en ambas campañas de difusión propuestas por el Infonavit —“Para lo que suena difícil, Infonavit Fácil” / “Infonavit, de los trabajadores para los trabajadores”—, ante este órgano jurisdiccional no se acredita la premura evidente de ser publicada a través de los medios de comunicación.

Tomando en consideración que las campañas de difusión están programadas para ser difundidas casi todo el año dos mil veintidós —del veintiocho de enero al treinta y uno de diciembre—, por lo que la suspensión decretada desde la emisión de la convocatoria y hasta la jornada de votación del proceso de revocación de mandato, no refleja alguna transgresión mayor.

³² En la sentencia SUP-RAP-158/2021, la Sala Superior confirmó la decisión del Consejo General que declaró improcedente la campaña denominada “Programa de Proyectos Productivos MIPYMES y Emprendedores”, porque no tiene por objeto la difusión de aspectos básicos de necesidad y generalidad, ya que está vinculada a un sector específico: micro, pequeñas y medias empresas, así como a los emprendedores, siendo que no está encaminada a toda la población, y **no busca generar algún tipo de concientización ni tiene un propósito educacional directo la propaganda**, sino que versa, preponderantemente sobre los apoyos económicos otorgados por el gobierno del estado de Aguascalientes.

³³ En la sentencia SUP-RAP-60/2018, la Sala Superior confirmó la decisión del Consejo General que declaró procedente la campaña de la Procuraduría Federal de la Defensa del Trabajo, denominada “PROFEDET Vigila el pago de tus utilidades”, versión: “Reparto de utilidades 2018”. Toda vez que, la propaganda cuestionada se encuentra vinculada al concepto de educación. Se considera que a través de la propaganda cuestionada se pretende informar a la clase trabajadora acerca del derecho previsto en el artículo 117, de la Ley Federal del Trabajo relativo al reparto de utilidades que deben otorgarles los patrones, a fin de que con ello tengan un mejoramiento económico. Asimismo, el partido político recurrente parte de una premisa incorrecta, porque la autoridad responsable sustenta su determinación sobre la base de que la clase trabajadora pueda conocer y ejercer un derecho de carácter laboral como lo es el reparto de utilidades, **sin hacer referencia al carácter institucional de la Procuraduría Federal de la Defensa del Trabajo, o bien a destacar alguna cuestión particular de la misma. Esto es, la finalidad de la referida propaganda no se encuentra dirigida a resaltar el quehacer institucional de la citada Procuraduría**, sino a informar a la clase trabajadora sobre el ejercicio de su derecho al reparto de utilidades, a fin de que cuente con mayores recursos económicos que les permita tener un mejoramiento en su nivel de vida. En similar sentido, se pronunció la Sala Superior al analizar la campaña del Gobierno del Estado de Hidalgo, denominada “Jornada permanente de conciliación”, puesto que, la finalidad de **la propaganda gubernamental no consiste en destacar el quehacer institucional** de la Junta Local de Conciliación y Arbitraje en el Estado de Hidalgo.



Máxime que, el Infonavit no formula argumento alguno para justificar que el reconocimiento al esfuerzo de las y los trabajadores como principales sujetos de acción, se enmarca en el 50° aniversario de la institución.

Además, en atención al principio de necesidad el Infonavit puntualiza que los servicios que presta —como parte del Estado— no se paralizan por las vedas electorales; argumento que resulta **ineficaz** para alcanzar la revocación del acto controvertido, ya que, tal como lo acordó el Consejo General —en el punto Décimo Segundo— la decisión de suspensión de campañas de difusión no implica la restricción del acceso y difusión de la información pública necesaria para el otorgamiento de los servicios públicos y el ejercicio de los derechos que en el ámbito de su competencia deben de garantizar las personas del servicio público, poderes estatales, municipios y cualquier otro ente público.

Por otra parte, aduce el Infonavit que se dejó en estado de incertidumbre jurídica, ya que desconoce cuáles fueron los datos, fuentes, consideraciones generales y razones particulares por las cuales se determinó que no se cumple con los principios apuntados; sin embargo, como es posible desprender del acuerdo controvertido el Consejo General motivó la decisión partiendo del análisis de la documentación aportada por el propio solicitante, sin que ante esta Sala Superior se demuestre la acreditación ante el Consejo General de los elementos expuestos y, en consecuencia, la falta de pronunciamiento por la autoridad responsable.

Por lo que, es ineficaz la manifestación del Infonavit atinente a que el Consejo General realizó un análisis somero de las solicitudes presentadas, estimando que se incumple con el criterio de necesidad, porque contrariamente a ello, sí externó las razones que sustentaron su decisión.

Finalmente, el Infonavit señala que la autoridad primero debió analizar el impacto de las campañas, el grueso de la población a que van dirigidas, la importancia de que la información sea conocida, las consecuencias de que las personas trabajadoras no cuenten con la información completa al ejercer sus derechos, así como la similitud con otras campañas; sin embargo, dichos planteamientos son **inoperantes**, porque se trata de manifestaciones genéricas que no están encaminadas a derrotar las razones con base en las

cuales la autoridad responsable concluyó que era improcedente la solicitud de exceptuar los programas, ante la prohibición constitucional de difundir propaganda gubernamental con motivo de la revocación de mandato.

Ello, porque el Infonavit se limita a señalar que la población a la que está dirigida es a quienes se encuentran en el rango de edad de dieciocho a sesenta y cinco años, con base en datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía; sin embargo, parte de la premisa errónea de que todas las personas en ese rango de edad son sus derechohabientes.

Aunado a lo anterior, en el caso del promocional relacionado con el marco de su cincuenta aniversario no señala cómo es que ese contenido abonaría a la educación de sus derechohabientes.

Con relación a que se podría obstaculizar el acceso a una vivienda digna, a créditos y a recibir la educación financiera de las personas derechohabientes, se trata de una afirmación genérica, sin que señale si el promocional respectivo es la única fuente de información respecto a los servicios que ofrece el Infonavit, por lo que la suspensión de esa propaganda por aproximadamente dos meses genere el perjuicio que señala.

Asimismo, se limita a referir que en otras ocasiones ya se le ha permitido la transmisión de promocionales, durante las campañas y la veda electoral, sobre la base de que están relacionados con la educación.

No obstante, en el caso de un promocional para los procesos electorales 2016-2017³⁴, así como 2017-2018³⁵, la temporalidad en que no podía transmitirse era, de conformidad con lo señalado en los acuerdos respectivos, el momento en que crece la demanda de créditos, además que es un período distinto al del proceso de revocación de mandato, que es el que actualmente está transcurriendo. Otro promocional en dos mil veinte³⁶, fue analizado tomando en cuenta la incertidumbre generada a consecuencia de la suspensión de los Procesos Electorales Locales en Coahuila e Hidalgo.

³⁴ Ver acuerdo INE/CG65/2017.

³⁵ Ver acuerdo INE/CG172/2018.

³⁶ Ver acuerdo INE/CG235/2020.



En el caso, del promocional que coincidió en los procesos electorales 2020-2021³⁷, la razón adicional por la que se consideró que se podía transmitir era, porque se daba a conocer el canal digital para realizar los trámites de Infonavit, lo cual se tornaba importante ante la pandemia de COVID-19, por lo que, para evitar contagios, se debía privilegiar ese canal de comunicación.

Además, para el caso del promocional que coincidió con el proceso de la consulta popular de dos mil veintiuno³⁸, se trataba de dar a conocer las nuevas condiciones sobre los créditos hipotecarios, lo cual es importante que conozcan las personas que tienen un crédito activo.

De lo anterior, se advierte que en los casos descritos, si bien el Consejo General sí señaló que los promocionales encontraban asidero en la educación, se advierten características específicas que coincidieron con el período en que la propaganda gubernamental debe suspenderse, como es el caso, de ser el mes en que más créditos se solicitan, el poner a disposición de las personas nuevos canales que se volvían indispensables ante la pandemia que actualmente se vive, o bien que se trataba de un cambio en las reglas de los créditos que el Infonavit otorga.

Circunstancias que no se advierten en los promocionales que sometió a aprobación el Infonavit, ni tampoco las aduce en su demanda la parte recurrente.

Además, el hecho de que con anterioridad se ha aprobado la difusión de propaganda que el Infonavit considera similar, no conforma una autorización automática, porque el Consejo General debe atender al contexto y a las circunstancias particulares prevalecientes en la actualidad, valorando las circunstancias de modo, tiempo y lugar que se presenten en cada ocasión.

En consecuencia, contrariamente a lo sostenido por el Infonavit, la autoridad externó la fundamentación y motivación, por la cual declaró improcedente la difusión de la propaganda gubernamental sugerida, sin que ante este órgano jurisdiccional acredite de manera eficiente las proposiciones.

³⁷ Ver acuerdo INE/CG334/2021.

³⁸ Ver acuerdo INE/CG626/2021.

Por tanto, al resultar infundados e inoperantes los conceptos de agravio, lo procedente es confirmar el acuerdo impugnado, por lo que hace a la materia de controversia.

Por lo expuesto y fundado, la Sala Superior aprueba el siguiente

RESOLUTIVO

ÚNICO. Se **confirma** el acuerdo controvertido, en lo que es materia de impugnación.

NOTIFÍQUESE como corresponda.

En su oportunidad, devuélvase las constancias y archívese el expediente como asunto total y definitivamente concluido.

Así lo resolvieron, por **mayoría** de votos, las Magistradas y los Magistrados que integran la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, con el voto en contra del Magistrado José Luis Vargas Valdez quien formula voto particular. El Secretario General de Acuerdos da fe que la presente resolución se firma de manera electrónica.

Este documento es una representación gráfica autorizada mediante firmas electrónicas certificadas, el cual tiene plena validez jurídica de conformidad con los numerales segundo y cuarto del Acuerdo General de la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación 3/2020, por el que se implementa la firma electrónica certificada del Poder Judicial de la Federación en los acuerdos, resoluciones y sentencias que se dicten con motivo del trámite, turno, sustanciación y resolución de los medios de impugnación en materia electoral. Asimismo, en el acuerdo general 8/2020.



VOTO PARTICULAR QUE FORMULA EL MAGISTRADO JOSÉ LUIS VARGAS VALDEZ, CON FUNDAMENTO EN EL ARTÍCULO 167, ÚLTIMO PÁRRAFO, DE LA LEY ORGÁNICA DEL PODER JUDICIAL DE LA FEDERACIÓN Y 11 DEL REGLAMENTO INTERNO DEL TRIBUNAL ELECTORAL DEL PODER JUDICIAL DE LA FEDERACIÓN, RESPECTO DE LA SENTENCIA EMITIDA EN EL RECURSO APELACIÓN SUP-RAP-24/2022.

- 1 Con el debido respeto a las magistradas y magistrados que integran la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, emito el presente voto particular, toda vez que no comparto el sentido de la sentencia aprobada por la mayoría del Pleno, ni las razones que la sustentan, pues a mi juicio, lo procedente era revocar la determinación impugnada.
- 2 La razón toral que me lleva a votar en contra y a emitir el presente voto particular es que, para el suscrito, el acuerdo impugnado está indebidamente fundado y motivado, dado que las campañas materia de impugnación debieron ser estudiadas a la luz de los criterios emitidos en asuntos similares tanto por el propio Instituto Nacional Electoral, como por esta Sala Superior.
- 3 Mi postura jurídica la sustentó en los argumentos que enseguida expongo.

I. Contexto del asunto.

- 4 En el marco del proceso de revocación de mandato del Presidente de la República, el Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores (INFONAVIT) solicitó al Consejo General del Instituto Nacional Electoral que sus campañas "*Para lo que suena difícil, Infonavit Fácil*" e "*Infonavit, de los trabajadores para los trabajadores*", se consideraran como excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental durante el referido proceso.
- 5 Lo anterior, al considerar que su contenido se encontraba vinculado con el concepto de educación, pues tenían la finalidad de contribuir a que las personas trabajadoras tomaran la mejor decisión respecto al ahorro y la mejor solución habitacional.

6 En el acuerdo controvertido, el Consejo General del Instituto Nacional Electoral determinó declarar improcedente la solicitud planteada por el INFONAVIT, al considerar que las campañas no cumplieron con los criterios de generalidad y necesidad ya que, por un lado, estaban dirigidas a un público específico beneficiario (trabajadoras y trabajadores derechohabientes), y por otro, el contenido podía ser difundido en otro momento.

II. Consideraciones de la mayoría.

7 En la sentencia aprobada por la mayoría, se decidió confirmar el acuerdo controvertido, en lo que fue materia de impugnación, sobre la base de que se fundó y motivó debidamente; esto es, se coincidió con la responsable en que las campañas en cuestión no cumplieron los criterios de generalidad y necesidad.

8 Ello, debido a que no se trata de información relativa a servicios básicos de educación de interés general y que resulten primordiales.

9 Asimismo, se determinó que, para que determinada propaganda gubernamental pueda ser considerada una excepción a la prohibición de difusión debe estar dirigida al grueso de la población y no a un sector en específico.

III. Motivos de disenso.

A. Falta de fundamentación y motivación.

10 Contrario a lo decidido por la mayoría, considero que el acuerdo recurrido no está debidamente fundado y motivado, fundamentalmente, porque la autoridad responsable no expuso las razones para justificar porqué las campañas del INFONAVIT en cuestión, no se consideran vinculadas al concepto de educación, como lo había sostenido previamente en campañas similares del mismo ente, y como lo ha considerado esta Sala Superior.

11 Asimismo, tampoco señaló argumento alguno para considerar porqué estas campañas son diferentes a las anteriores, o porqué los criterios previos no resultaron aplicables en el presente caso.



- 12 Lejos de ello, la responsable se limitó a señalar de manera categórica que las campañas eran improcedentes porque no cumplieron con los criterios de generalidad y necesidad, por un lado, porque se dirigen a un público específico (trabajadoras y trabajadores derechohabientes del INFONAVIT entre dieciocho y sesenta y cinco años) y, por otro, que pueden ser difundidas en otro momento.
- 13 Desde mi perspectiva, dicha consideración no es suficiente para estimar que el acto impugnado está debidamente fundado y motivado y, por ende, que cumple con el principio de legalidad.
- 14 Sobre todo, porque existen precedentes del propio Consejo General del Instituto Nacional Electoral en los que ha validado que campañas del INFONAVIT, muy similares a las que fueron materia de análisis en este asunto, se consideren como excepción a la prohibición de difundir campaña gubernamental durante la etapa de campaña; de ahí que, a mi modo de ver, era necesario que la responsable justificara el porqué aplicó un criterio diverso.
- 15 En efecto, en el acuerdo INE/CG65/2017 la responsable validó que la campaña denominada "*Crédito INFONAVIT*" se difundiera durante el periodo de campañas electorales, porque se trataba de un tema relevante, no sólo para la clase trabajadora, sino para toda la población en sí, pues estaba inmerso el ejercicio de un derecho laboral reconocido en la Carta Magna.
- 16 Siguiendo dicho criterio, mediante el diverso acuerdo INE/CG172/2018, la responsable validó que la misma campaña, utilizada por segundo año consecutivo por el INFONAVIT, se difundiera durante los procesos federal y locales 2017-2018.
- 17 Asimismo, en el acuerdo INE/CG235/2020 se autorizó que la campaña "*Crédito Institucional, comienza tu hogar*" se difundiera durante los procesos electorales de Hidalgo y Coahuila.
- 18 De igual manera, a través del acuerdo INE/CG334/2021 se validó que la campaña "*Infonavit, el crédito es tuyo*" se difundiera durante la etapa de campaña correspondiente a los procesos electorales federal y locales 2020-2021, al considerarse vinculada al concepto de educación al tratarse de un tema de educación financiera, que pretendía contribuir a que las personas

trabajadoras tomaran la mejor decisión respecto al ahorro y a la mejor solución habitacional, lo cual coadyuvaría a asegurar su independencia económica.

- 19 Como se advierte, el criterio construido por el Instituto Nacional Electoral respecto a las campañas de difusión de los créditos que ofrece el INFONAVIT es consistente y reiterado, en el sentido de considerarlas dentro de las excepciones para poder ser difundidas en la etapa de campañas de los procesos electorales, por estar vinculadas al concepto de educación.
- 20 Lo anterior implica, necesariamente, que se consideraron satisfechos todos los criterios para que la propaganda pudiera ser difundida, entre ellos, los de generalidad y necesidad.
- 21 Derivado de lo anterior, como adelanté, considero que la autoridad responsable tenía el deber de justificar de manera exhaustiva las razones por las que, en esta ocasión, las campañas del INFONAVIT no se consideraron vinculadas al concepto de educación como se venía haciendo, al menos, desde el año dos mil diecisiete.

B. Falta de certeza y seguridad jurídica.

- 22 La sentencia aprobada por la mayoría impone un criterio contrario al adoptado por esta Sala Superior en la ejecutoria dictada en el expediente SUP-RAP-60/2018 y acumulados.
- 23 En dicho precedente se validó que la campaña "*Crédito INFONAVIT*" se difundiera en la etapa de campaña electoral, al considerar que se vinculaba con el concepto de educación, **pues brindaba información a los derechohabientes, acreditados y aportantes sobre los productos y programas con que cuenta el citado ente gubernamental**, aunado a que se relacionaba con la vigencia del derecho fundamental a obtener una vivienda digna.
- 24 A mi juicio, el precedente en comento resultaba aplicable en este asunto, pues la campaña "*Para lo que suena difícil, Infonavit Fácil*", precisamente, tiene el objetivo de que la población conozca la plataforma en línea de educación financiera "*infonavitfacil*" que ofrece información sencilla, clara y directa, respecto a los créditos, pagos y trámites que ofrece el INFONAVIT, con la finalidad de evitar fraudes.



25 Como se ve, la campaña es muy similar a la que se consideró como excepción en el aludido precedente de este órgano jurisdiccional. Es por ello que, a mi juicio, a efecto de brindar certeza y seguridad jurídica a los entes gubernamentales se debió adoptar el mismo criterio, pues no advierto diferencias claras e indudables para considerar que, este caso, las campañas del INFONAVIT no actualizan los criterios de generalidad y necesidad.

26 Al no hacerlo, estimo que la sentencia aprobada por la mayoría genera confusión e incertidumbre respecto a la propaganda gubernamental que se puede difundir en los procesos electorales y, en este caso, en el proceso de revocación de mandato, en el que aplican las mismas reglas para la difusión de propaganda gubernamental.

IV. Conclusión.

Con sustento en las consideraciones expuestas, considero que el acto impugnado está indebidamente fundado y motivado, porque la autoridad responsable adoptó un criterio diverso al que venía sosteniendo de forma reiterada respecto a campañas de propaganda similares del INFONAVIT, sin justificar el cambio de criterios o las diferencias del caso, con relación a casos anteriores. Además, considero que la sentencia aprobada por la mayoría es contraria a la dictada en los expedientes SUP-RAP-60/2018 y acumulados, en donde se validó la difusión de una campaña muy similar.

Por ello, a mi juicio, **lo procedente era revocar**, en la materia de impugnación, el acuerdo impugnado.

En atención a lo expuesto, emito el presente **voto particular**.

Este documento es una representación gráfica autorizada mediante firmas electrónicas certificadas, el cual tiene plena validez jurídica de conformidad con los numerales segundo y cuarto del Acuerdo General de la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación 3/2020, por el que se implementa la firma electrónica certificada del Poder Judicial de la Federación en los acuerdos, resoluciones y sentencias que se dicten con motivo del trámite, turno, sustanciación y resolución de los medios de impugnación en materia electoral.