

PROCEDIMIENTO **ESPECIAL**
SANCIONADOR
EXPEDIENTE: SRE-PSC-214/2018
PROMOVENTES: Alejandra Paloma Méndez Alcántara y otros
PARTES INVOLUCRADAS: Massive Caller, S.A. de C.V. y otros
MAGISTRADA: Gabriela Villafuerte Coello
SECRETARIA: Sandra Delgado Chapman
COLABORÓ: Gloria Sthefanie Rendón Barragán

Ciudad de México, a doce de julio de dos mil dieciocho.

La Sala Regional Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación¹ dicta la siguiente **SENTENCIA:**

ANTECEDENTES

I. Sustanciación en la Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral².

1. **Primera Queja.** El veintisiete de abril de dos mil dieciocho³, Alejandra Paola Méndez Alcántara⁴, presentó **denuncia** contra la casa encuestadora Massive Caller S.A. de C.V; la coalición “Por México al Frente” y su entonces candidato a la Presidencia de la República, Ricardo Anaya Cortés; así como en contra de diversos medios de comunicación impresos⁵, por la publicación y difusión de encuestas electorales que a su parecer no cumplen, dentro del plazo legal que establece la normativa electoral⁶, con

¹ En adelante Sala Especializada.

² En adelante la Unidad Técnica.

³ En adelante, todas las fechas mencionadas se entenderán de dos mil dieciocho, con excepción de que se señale lo contrario.

⁴ Por su propio derecho.

⁵ Basta y Quintana Roo Hoy –Organización Editorial Acuario, S.A. de C.V.-; El Heraldo de San Luis Potosí –El Heraldo Grupo Editorial, S.A. de C.V.-; La Jornada Maya –Medios del Caribe, S.A. de C.V.-; Diarios de Acayucan –Infosur, S.A. de C.V.-; Zócalo Saltillo –Zócalo de saltillo, S.A. de C.V.-; El Financiero –Grupo Multimedia Lauman, S.A.P.I.-; Exprés de San Luis Potosí –Edge Consulting, S.A. de C.V.-; Excélsior –Grupo Imagen Medios de Comunicación S.A. de C.V.-; Impacto –CEMGISA S.A. de C.V.-; El Siglo de Durango –CIA Editorial de la Laguna S.A. de C.V.-; El Sol de Hermosillo –Diario la expresión, S.A. de C.V.- y El Debate de Culiacán –El Debate, S.A. de C.V.

⁶ La entrega de los estudios deberá realizarse, en todos los casos, a más tardar dentro de los 5 días siguientes a la publicación de la encuesta por muestreo o sondeo de opinión respectivo. De conformidad con el artículo 136, párrafo 2, del Reglamento de Elecciones del INE.

la entrega de documentación soporte a la Secretaría Ejecutiva del Instituto Nacional Electoral (*INE*), lo que las convierte en propaganda electoral que busca influir en el electorado a favor de un candidato a la Presidencia de la República.

2. **2. Radicación.** Mediante acuerdo de veintisiete de abril, la Unidad Técnica, registró la denuncia con el número **UT/SCG/PE/APMA/CG/183/PEF/240/2018**, y reservó su admisión para realizar las investigaciones correspondientes.
3. **3. Segunda Queja.** Por escrito de veinticuatro de abril, Isaac Esses Salleh⁷, denunció a Massive Caller S.A. de C.V y a diversos medios de comunicación impresos⁸, por el supuesto incumplimiento a la normativa electoral al publicar encuestas, sin entregar a la Secretaría Ejecutiva del INE, los estudios científicos y metodológicos de la información difundida en ellas, dentro del plazo legal que establece para tal efecto la normativa electoral.
4. **4. Radicación y acumulación.** El veintiocho de abril registró la denuncia con el número **UT/SCG/PE/IES/CG/197/PEF/254/2018**, y como los hechos denunciados guardan relación con los que motivaron la queja **UT/SCG/PE/APMA/CG/183/PEF/240/2018**, ordenó la **acumulación**.
5. **5. Tercera Queja.** El cuatro de mayo, Nueva Alianza⁹ (*NA*) denunció a Ricardo Anaya Cortés y la coalición “Por México al Frente”; por la supuesta adquisición de tiempos en radio a través de la difusión de propaganda electoral en la modalidad de encuestas, dentro del programa que conduce

⁷ Por su propio derecho.

⁸ Basta y Quintana Roo Hoy –Organización Editorial Acuario, S.A. de C.V.-; El Heraldito de San Luis Potosí –El Heraldito Grupo Editorial, S.A. de C.V.-; La Jornada Maya –Medios del Caribe, S.A. de C.V.-; Diarios de Acahuacán –Infosur, S.A. de C.V.-; Zócalo Saltillo –Zócalo de Saltillo, S.A. de C.V.-; El Financiero –Grupo Multimedia Lauman, S.A.P.I.-; Exprés de San Luis Potosí –Edge Consulting, S.A. de C.V.-; Excelsior – Grupo Imagen Medios de Comunicación S.A. de C.V.- e Impacto –CEMGISA S.A. de C.V.-.

⁹ A través de su representante suplente ante el Consejo General del INE, Marco Alberto Macías Iglesias.

el periodista **Ciro Gómez Leyva**, en las que se posiciona al candidato de la coalición; así como en contra de **Massive Caller S.A. de C.V.**, por ser omisa en reportar en los plazos, la documentación y los recursos que se emplearon en las encuestas.

6. **6. Radicación y admisión.** Mediante acuerdo de cuatro de mayo, registró la denuncia con el número **UT/SCG/PE/NA/CG/214/PEF/271/2018** y el diez siguiente, la admitió a trámite.
7. **7. Medidas cautelares.** En la misma fecha la Comisión de Quejas y denuncias del INE declaró **improcedente** la adopción de medidas cautelares¹⁰, porque los hechos denunciados, bajo la apariencia del buen derecho, constituyen el ejercicio libre de la profesión periodística. Determinación que no se impugnó.
8. **8. Acumulación.** Mediante acuerdo de catorce de mayo, la Unidad Técnica al advertir que los hechos denunciados guardan relación con los que motivaron la queja **UT/SCG/PE/APMA/CG/183/PEF/240/2018**, ordenó la **acumulación**.
9. **9. Admisión, emplazamiento y audiencia.** El diecinueve de junio, la Unidad Técnica admitió a trámite las quejas **UT/SCG/PE/APMA/CG/183/PEF/240/2018** y **UT/SCG/PE/IES/CG/197/PEF/254/2018** y ordenó emplazar a las partes a la audiencia de pruebas y alegatos; se realizó el veintiséis siguiente.
10. Cabe aclarar que la autoridad instructora al advertir la participación de otro sujeto en los hechos denunciados¹¹, ordenó emplazar de manera conjunta

¹⁰ Mediante acuerdo ACQyD-INE-85/2018.

¹¹ De conformidad a lo dispuesto por la jurisprudencia 17/2011 de rubro: "PROCEDIMIENTO ESPECIAL SANCIONADOR. SI DURANTE SU TRÁMITE, EL SECRETARIO EJECUTIVO DEL

y simultánea a las partes y al periodista **Ciro Gómez Leyva**, por la presunta contratación y/o adquisición de tiempos en radio a favor de Ricardo Anaya Cortés.

11. **10. Remisión del expediente e informe circunstanciado.** En su oportunidad, la Unidad Técnica remitió a la Oficialía de Partes de esta Sala Especializada el expediente y el informe circunstanciado.

II. Trámite en Sala Especializada.

12. **1. Revisión de la integración del expediente.** La Unidad Especializada para la Integración de los Expedientes de los Procedimientos Especiales Sancionadores de esta Sala Especializada, verificó su debida integración e informó a la Presidenta por ministerio de ley sobre su resultado.
13. **2. Turno a ponencia.** Mediante acuerdo de once de julio, la Presidenta por ministerio de ley, asignó al expediente la clave **SRE-PSC-214/2018** y lo turnó a la ponencia a su cargo.
14. **3. Radicación.** En su oportunidad radicó el expediente y procedió a elaborar el proyecto de sentencia.

C O N S I D E R A C I O N E S

PRIMERA. Facultad para conocer el caso.

15. Esta Sala Especializada es competente (tiene facultad) para resolver el procedimiento especial sancionador, al tratarse de un asunto que cuestiona el posible incumplimiento de obligaciones en materia de encuestas electorales, las cuales pudieran tener un impacto en el actual proceso electoral federal.

INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL, ADVIERTE LA PARTICIPACIÓN DE OTROS SUJETOS, DEBE EMPLAZAR A TODOS”.

16. Lo anterior, conforme a la tesis de la Sala Superior XIII/2018¹², de rubro: **“PROCEDIMIENTO ESPECIAL SANCIONADOR. LA AUTORIDAD ADMINISTRATIVA DEBE TRAMITAR POR ESTA VÍA LAS QUEJAS O DENUNCIAS QUE SE PRESENTEN DURANTE EL CURSO DE UN PROCESO ELECTORAL”**.
17. En esa tesis, la Sala Superior consideró que las conductas que en principio deben tramitarse vía procedimiento ordinario sancionador, pueden substanciarse a través del procedimiento especial sancionador, cuando incidan directa o indirectamente en un proceso electoral, por su tramitación abreviada.

SEGUNDA. Causales de improcedencia

18. Los partidos políticos Movimiento Ciudadano (MC) y Acción Nacional (PAN), señalaron que la queja **no constituye una violación en materia de propaganda política-electoral**, al tratarse de encuestas que no forman parte de la propaganda de Ricardo Anaya o alguno de los partidos que integraron la coalición “Por México al Frente” y que es **frívola**.
19. Esta Sala Especializada considera que no se actualizan las causales de improcedencia hechas valer, porque en los escritos de queja, se precisaron los hechos que se consideraron contrarios a la ley, se aportaron y se solicitaron las pruebas que estimaron indispensables para probar sus afirmaciones; aspectos que serán considerados en el estudio de fondo.¹³

¹² Tesis XIII/2018. Consultable en la siguiente liga electrónica <http://sief.te.gob.mx/iuse/tesisjur.aspx?idtesis=XIII/2018&tpoBusqueda=S&sWord=XIII/2018>.

¹³ Sirve de apoyo a lo anterior, la jurisprudencia 17/2011 de rubro: **“PROCEDIMIENTO ESPECIAL SANCIONADOR. SI DURANTE SU TRÁMITE, EL SECRETARIO EJECUTIVO DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL, ADVIERTE LA PARTICIPACIÓN DE OTROS SUJETOS, DEBE EMPLAZAR A TODOS”**.

TERCERA. Planteamientos de las denuncias y defensas.

20. **Alejandra Paloma Méndez Alcántara, manifestó:**

- En el desarrollo del proceso electoral federal, la empresa Massive Caller y diversos medios impresos de comunicación, publicaron y/o difundieron supuestas encuestas en materia electoral, que constituyen propaganda en favor de Ricardo Anaya Cortés, entonces candidato a la Presidencia de la República por la coalición “Por México al Frente”;
- Las encuestas fueron hechas del conocimiento de la ciudadanía en los siguientes medios:

1	22 enero	Basta!
2	22 enero	Quintana Roo HOY
3	9 febrero	La Jornada Maya
4	12 febrero	El Heraldo de San Luis Potosí
5	23 febrero	Diario de Acayucan
6	23 febrero	Zócalo Saltillo
7	23 febrero	El financiero
8	25 febrero	Exprés de San Luis Potosí
9	6 marzo	Excélsior
10	6 marzo	Impacto
11	19 marzo	El Debate de Culiacán
12	20 marzo	El Siglo de Durango
13	20 marzo	Impacto
14	28 marzo	El Sol de Hermosillo

- En los informes mensuales SEXTO, SÉPTIMO y OCTAVO del Secretario Ejecutivo del INE, se informó sobre el incumplimiento -en el plazo establecido- de la casa encuestadora y los medios de comunicación, de entregar los estudios con los criterios científicos que respaldan la información;
- El 25 de abril el medio de comunicación “Quinto Poder”, publicó una nota que da cuenta que las encuestas de la empresa Massive Caller no tienen tal naturaleza, al no satisfacer los requisitos técnicos y científicos para considerarlas como tales.

¹⁴

21. **Isaac Esses Salleh, denunció:**

- A la casa encuestadora Massive Caller y diversos medios de comunicación impresos por el incumplimiento reiterado a las disposiciones electorales, al publicar encuestas sin hacer entrega a la Secretaría Ejecutiva del INE, dentro del plazo los estudios científicos y metodológicos de la información que se difundió en ellas;

¹⁴ La actora aportó como prueba diversas ligas electrónicas que fueron certificadas por la autoridad instructora. (Anexo I)

- El Secretario Ejecutivo en sus informes SEXTO y SÉPTIMO relativos a la publicación de encuestas, reportó que de la verificación de los estudios que recibió y las encuestas que detectó mediante monitoreo de medios impresos, se registraron encuestas respecto de las cuales, no se entregaron estudios con los criterios científicos que respaldan la información publicada y fueron las siguientes:

1	6° Informe mensual	22 enero	Basta!
2	6° Informe mensual	22 enero	Quintana Roo HOY
3	6° Informe mensual	9 febrero	La Jornada Maya
4	6° Informe mensual	12 febrero	El Heraldo de San Luis Potosí
5	7° Informe mensual	23 febrero	Diario de Acayucan
6	7° Informe mensual	23 febrero	Zócalo Saltillo
7	7° Informe mensual	23 febrero	El financiero
8	7° Informe mensual	25 febrero	Exprés de San Luis Potosí
9	7° Informe mensual	6 marzo	Excélsior
10	7° Informe mensual	6 marzo	Impacto

22. Nueva Alianza, dijo:

- Ricardo Anaya Cortés y la coalición que lo postuló como candidato a la Presidencia de la República, "Por México al Frente", adquirieron tiempos en radio –en el programa radiofónico de Grupo Radio Fórmula, "Ciro Gómez Leyva por la Mañana"- mediante la difusión de propaganda electoral en la modalidad de encuesta;

Para acreditar su dicho aportó diversas ligas electrónicas, que a su parecer, comprueban que el candidato pagó a la empresa Massive Caller para realizar las encuestas, que luego fueron difundidas en el espacio radiofónico. (Anexo I)

- En el periodo del 18 de enero al 14 de marzo, la empresa Massive Caller omitió reportar la documentación relacionada con 10 encuestas;

1	22 enero	Basta!
2	22 enero	Quintana Roo HOY
3	9 febrero	La Jornada Maya
4	12 febrero	El Heraldo de San Luis Potosí
5	23 febrero	Diario de Acayucan
6	23 febrero	Zócalo Saltillo
7	23 febrero	El financiero
8	25 febrero	Exprés de San Luis Potosí
9	6 marzo	Excélsior
10	6 marzo	Impacto

- El 17 de abril, Massive Caller entregó al INE los estudios metodológicos que respaldan los resultados de 8 de las 10 encuestas que publicó y se deslindó de la autoría de dos en los periódicos "Jornada Maya " y "El Heraldo de San Luis Potosí";

- El 25 de abril se reportó que la casa encuestadora no entregó documentación relacionada con 4 encuestas publicadas.

11	19 marzo	El Debate de Culiacán
12	20 marzo	El Siglo de Durango
13	20 marzo	Impacto
14	28 marzo	El Sol de Hermosillo

- Señaló que las encuestas de Massive Caller que fueron difundidas en el programa, “Ciro Gómez Leyva por la Mañana” en la frecuencia radiofónica 104.1 FM, se pagaron por el PAN.

23. Los actores presentaron como pruebas nueve **direcciones electrónicas de notas periodísticas**, certificadas mediante actas circunstanciadas¹⁵ por la autoridad instructora y que se encuentran descritas en el **Anexo I** de esta sentencia.

❖ Defensas

24. En su contestación a los requerimientos y emplazamiento, dijeron:

Sujeto denunciado	Respuesta al emplazamiento y/o requerimientos
<p>Massive Caller S.A. de C.V. (A través de su representante legal)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Realizó las encuestas a las que hacen referencia los medios de comunicación; • No tiene relación administrativa ni laboral con los medios de comunicación; • Desconoce cómo retomaron la información que publicaron; • Sí presentó los estudios metodológicos que respaldan las encuestas, los cuales remitió el 17 de abril y 4 de mayo; • Las fechas en que se levantaron las encuestas corresponden al 18 de diciembre, 15, 22 de febrero, 4, 15 y 18 de marzo; • Se deslinda de las encuestas publicadas por “El

¹⁵ Las actas circunstanciadas, constituyen documentales públicas, con **valor probatorio pleno respecto a la constatación efectuada**, pues se trata de certificaciones emitidas por la autoridad electoral, en ejercicio de sus funciones; sin embargo, el contenido de los enlaces electrónicos se consideran **indicios** para acreditar la realización de los eventos, que deben concatenarse con otros medios de prueba para generar certeza de lo que se pretende probar, en términos de los artículos 461, párrafo 3, inciso a), 462 párrafos 1 y 3 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE) y 14, párrafo 4, inciso b), de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación (LGSMI).

	<p>Heraldo de San Luis potosí” y “La Jornada Maya”;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se difundieron las encuestas a través de la aplicación <i>masivecaller</i>; • El levantamiento del sondeo no fue solicitado por persona física o moral ni por institución pública o de partido político; • Se realizó derivado de su labor y por los tiempos electorales, con la finalidad de que el público obtenga la aplicación que comercializa; • El funcionamiento de la plataforma se realiza por medio de <i>playstore</i> o <i>appstore</i>, el interesado busca la aplicación <i>masivecaller</i>, la instala y obtiene el acceso; • En la aplicación móvil no se observa la metodología que corresponde a cada uno de los ejercicios estadísticos; • El acceso es mixto pues para consultar encuestas nacionales e históricas es gratuito y para encuestas estatales la suscripción es de 99 pesos; • Cuenta con un número de suscriptores en <i>playstore</i> de 3,935/8,200 instalaciones en dispositivos activos / total de usuarios y en <i>apstore</i>: 13,651 descargas y 6,298 suscripciones; • No celebró contrato con ningún partido político para la elaboración de las encuestas.
<p>PAN (A través de su representante suplente ante el CG del INE)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • No tuvieron conocimiento de la publicación de las encuestas; • No ordenaron la realización o difusión de las mismas ni contrataron la difusión en los medios de comunicación.
<p>PRD (A través de su representante ante el Consejo General del INE)</p>	
<p>Movimiento Ciudadano (A través de su representante propietario ante el Consejo General del INE)</p>	
<p>Ricardo Anaya Cortés (A través de su apoderado legal)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • No tiene conocimiento de la publicación de las encuestas de preferencias electorales, en los medios de comunicación; • No ordenó por sí mismo ni a través de terceros la realización ni difusión de las encuestas respecto de la elección Presidencial;
<p>Basta y Quintana Roo Hoy (Organización Editorial Acuario, S.A. de C.V., a través de su apoderado legal)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La Organización Editorial Acuario, S.A. de C.V., señaló no ser la empresa encargada de distribuir ni editar el contenido de los periódicos Basta y Quintana Roo Hoy; • Es cierto que público la encuesta; • La fuente de la que se obtuvo la información, fueron las empresas “La Grande 2018” y “La Carpeta Púrpura”, quienes ordenaron el estudio; • La publicación de la encuesta se realizó en ejercicio de la labor periodística, retomando la información pública que fue divulgada por la propia casa encuestadora a través de internet y redes sociales, por resultar noticiosa y de interés general.
<p>El Heraldo de San Luis Potosí</p>	<ul style="list-style-type: none"> • No dio contestación a los requerimientos realizados por la autoridad.

<p>(El Heraldo Grupo Editorial, S.A. de C.V.)</p>	
<p>La Jornada Maya (A través del Director General de la sociedad Medios del Caribe, S.A. de C.V.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lo que se publicó es una nota del periodista Paul Antonie Matos, en la edición electrónica, no es una columna de opinión, ni se puede considerar como encuesta realizada por el diario; • El objeto de la nota no es dar a conocer los resultados de una encuesta que busca influir en la voluntad del voto, sino que se trata, de un artículo periodístico, cuyo tema principal, es la casa encuestadora Massive Caller y su novedoso método a través de una aplicación; • No se publican los resultados de encuestas sobre preferencias electorales respecto de los candidatos Presidenciales; • No se solicitó la publicación de la nota; • Los resultados de la encuesta se obtuvieron del portal móvil "Massive Caller".
<p>Diario de Acayucan-El SE del INE informó que el nombre correcto es- Diario de Yucatán (Compañía Tipográfica Yucateca, S.A. de C.V.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se publicó un texto que hace referencia a Massive Caller en el artículo "Una encuesta para los estados del país"; es una opinión y análisis de Jorge Castañeda; • La página está diseñada para publicar opiniones, artículos y comentarios de periodistas, líderes de opinión, etc..
<p>Zócalo Saltillo (Apoderado general de Zócalo de Saltillo, S.A. de C.V.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • No realizó la publicación de la encuesta realizada por Massive Caller; • Lo único que publicó el 23 de febrero fue una columna del periodista Jorge Castañeda, en la que se hace un análisis del resultado de una encuesta realizada por dicha empresa; • La información es emitida directamente por el periodista, por lo que es responsabilidad del autor y no del medio informativo.
<p>El Financiero (A través del apoderado legal de Grupo Multimedia Lauman, S.A.P.I.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • No realizó la publicación de la encuesta realizada por Massive Caller;
<p>Exprés de San Luis Potosí (A través del representante legal de Edge Consulting, S.A. de C.V.ua)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se trata de una crítica a la encuesta realizada por la empresa Massive Caller, por tener una metodología poco confiable; • La encuesta se refiere a las elecciones del Senado en el estado de San Luis Potosí y no respecto de la elección Presidencial; • No se contrató la publicación pues se trata de un trabajo periodístico; • La nota constituye una opinión periodística, que es incluso contraria a la empresa Massive Caller; • Los datos fueron tomados de la aplicación móvil de Massive Caller, a la cual tienen acceso los suscriptores.
<p>Excélsior (A través del representante</p>	<ul style="list-style-type: none"> • No publicó encuestas o sondeos de opinión respecto a candidatura y candidatos a la

legal del Periódico Excelsior) (Grupo Imagen Medios de Comunicación, S.A. de C.V.)	Presidencia de la República.
Impacto (A través del representante legal de CEMGISA, S.A. de C.V.)	<ul style="list-style-type: none"> • En la edición 4402 de 6 de marzo, página 3 en la columna “malosos”, se publicó el resultado de una encuesta de la casa Massive Caller, respecto de los puntajes de los candidatos a la Presidencia de la República; • En la edición 4412 de 20 de marzo, página 15 en la columna “La Teoría del caos”, se hace mención de los resultados de la encuesta Massive Caller; • Los comentarios en las columnas no fueron solicitados ni pagados por particular, candidato o partido político alguno; • Se trata de un comentario que tiene como finalidad dar la noticia de acuerdo a la libertad de expresión; • La fuente de donde se tomó la información fue publicada en internet y diversos diarios.
El Siglo de Durango (A través de la CIA Editorial de la Laguna, S.A. de C.V.)	<ul style="list-style-type: none"> • Publicó el contenido de la colaboración del Sr. Rubén Cárdenas en la columna “La Raya del Tigre” el 20 de marzo; • Rubén Cárdenas, es un colaborador, pero no dependiente laboral del periódico.
El Sol de Hermosillo (A través del representante legal de Diario la Expresión, S.A. de C.V.)	<ul style="list-style-type: none"> • El 28 de marzo no publicó ninguna encuesta o sondeo de opinión respecto de los candidatos a la Presidencia de la República; • Su colaboradora independiente Marcela Alvarado Valdez, semanalmente publica en su sección de análisis y en esa fecha publicó “Nada para nadie rumbo al Senado”, siendo ella la única responsable; • Únicamente hace referencia a diversas encuestas publicadas con anterioridad, por lo que no se le debe atribuir responsabilidad.
El Debate de Culiacán (A través del representante legal de El Debate, S.A. de C.V.)	<ul style="list-style-type: none"> • El 19 de marzo no publicó ninguna encuesta referente a los candidatos a la Presidencia de la República;
Ciro Gómez Leyva (Por su propio derecho)	<ul style="list-style-type: none"> • A través de su programa comentó los resultados de las encuestas; • La finalidad es únicamente periodística; • No existe contrato, convenio o instrucción de algún partido político, al tratarse de una nota periodística; • La información se obtuvo a través de la suscripción que se paga en <i>Google play</i>.

CUARTA. Caso a resolver

25. Esta Sala Especializada deberá determinar si, Massive Caller y los medios de comunicación, **omitieron entregar en el plazo que se establece para**

ello, la metodología y estudios que soportan las encuestas que publicaron o si por el contrario, cumplieron con lo que establece la normativa electoral.

26. De igual forma, se determinará si como lo señala la actora, Ricardo Anaya Cortés y los partidos, entonces, integrantes de la coalición “Por México al Frente”, a través de un programa radiofónico, adquirieron y/o compraron tiempos en radio, para promocionar a Ricardo Anaya Cortés o si como lo afirma el periodista Ciro Gómez Leyva, se trató de un genuino ejercicio periodístico.

QUINTA. Existencia de los hechos.

I. Realización de las encuestas

27. La empresa Massive Caller, por escrito de 30 de mayo¹⁶ aceptó la realización de las encuestas publicadas por los medios de comunicación; y se deslindó de dos encuestas que publicó “Jornada Maya” y “El Heraldo de San Luis Potosí”.
28. El Secretario Ejecutivo mediante oficio INE/SE/0488/2018, al dar respuesta a la solicitud de información que le realizó la autoridad instructora, adjuntó copia certificada de dichos deslindes que le fueron entregados por Massive Caller, el 17 d abril¹⁷.
29. El Director General de la sociedad de Medios del Caribe, S.A. de C.V., empresa encargada de publicar el diario “**La Jornada Maya**”, señaló¹⁸ que la nota que se publicó -9 de febrero- no tenía como objeto dar a conocer los resultados de una encuesta, al tratarse de un artículo cuyo tema principal, era el novedoso método de la casa encuestadora Massive Caller, a través de su aplicación.

¹⁶ Visible a fojas 2168 a2170 del cuaderno accesorio 2.

¹⁷ Contenidos en un disco compacto, a foja 1158.

¹⁸ Visible a fojas 2399 a 2401 del cuaderno accesorio 2.

30. Por su parte, el periódico “**El Heraldo de San Luis Potosí**” no dio respuesta a los requerimientos de la autoridad instructora ni se presentó a la audiencia de pruebas y alegatos; sin embargo, de los testigos que aportó la Secretaría Ejecutiva del INE, **se desprende la publicación de la nota.** (Anexo II)
31. Por tanto, se acredita que Massive Caller realizó las encuestas que retomaron 12 medios impresos y que se deslindó de las publicaciones de los diarios “Jornada Maya” y “El Heraldo de San Luis Potosí”¹⁹.

ii. **Publicación de las encuestas**

32. El Secretario Ejecutivo del INE como resultado del monitoreo a medios impresos que realiza la Coordinación Nacional de Comunicación Social de ese instituto, a través de los informes mensuales SEXTO, SÉPTIMO y OCTAVO, comunicó que en el periodo -18 de enero al 11 de abril-, se **publicaron encuestas de las cuales, no se entregó el estudio con los criterios científicos a la Secretaría Ejecutiva**, así:

1	6° Informe mensual (periodo 18 de enero al 14 de febrero 2018)	22 enero	Basta!
2		22 enero	Quintana Roo HOY
3		9 febrero	La Jornada Maya
4		12 febrero	El Heraldo de San Luis Potosí
5	7° Informe mensual (periodo 15 de febrero al 14 de abril 2018)	23 febrero	Diario de Yucatán
6		23 febrero	Zócalo Saltillo
7		23 febrero	El Financiero
8		25 febrero	Exprés de San Luis Potosí
9		6 marzo	Excélsior
10		6 marzo	Impacto
11	8° Informe mensual (periodo 15 de marzo al 11 de abril de 2018)	19 marzo	El Debate de Culiacán
12		20 marzo	El Siglo de Durango
13		20 marzo	Impacto
14		28 marzo	El Sol de Hermosillo

¹⁹ Publicaciones que serán estudiadas en diverso apartado.

33. Esta Sala Especializada tuvo por acreditado que Massive Caller, realizó las encuestas y las difundió a través su aplicación móvil²⁰, las que luego fueron retomadas por los diarios impresos, a excepción de las publicadas por “La Jornada Maya” y “El Herald de San Luis Potosí”
34. Los diarios: Basta!, Quintana Roo Hoy, La Jornada Maya, Diario de Yucatán, Exprés de San Luis Potosí, Zócalo Saltillo, Impacto, El Siglo de Durango y El Sol de Hermosillo, **aceptaron** de manera directa o indirecta, llevar cabo la publicación de las encuestas, al señalar en la mayoría de los casos, que se trató de notas o artículos periodísticos que retoman la información de la aplicación móvil de Massive Caller así como de otros medios; que se trató de una colaboración de diferentes comunicadores y/o columnistas o que su finalidad era dar a conocer el método de elaboración de encuestas con el uso de robots de la casa encuestadora, informando así, hechos de interés general.
35. Por su parte, el Financiero, Excélsior y El Debate Culiacán, sostuvieron que **no publicaron**, encuestas o sondeos de opinión, respecto de las entonces candidaturas a la Presidencia de la República; sin embargo, se advierte de los testigos de medios impresos, aportados por el Secretario Ejecutivo, que:
36. **El Financiero**, publicó el 23 de febrero, un artículo de Jorge G. Castañeda, en el que se observa que hace referencia a la aplicación de Massive Caller y señala que no puede validar sus resultados; pero comparte algunos datos que de allí provienen, como los que se refieren a Gubernaturas, Senadurías e incluso, cifras respecto a la Presidencia de la República.

²⁰ El funcionamiento de la plataforma se realiza por medio de *playstore* o *appstore*, el interesado busca la aplicación *masivecaller*, la instala y obtiene el acceso que es mixto pues para consultar encuestas nacionales e históricas es gratuito y para encuestas estatales la suscripción es de 99 pesos.

37. **Excélsior**, el 6 de marzo, publicó un artículo de Francisco Garfias, en el que entre otros temas, hace referencia a que recibió un mensaje de Fernando Rodríguez Doval, que contenía los resultados de una encuesta de 4 de marzo de Massive Caller, sobre las preferencias electorales para la elección presidencial y da los porcentajes de la intención de voto.
38. **El Debate de Culiacán**, publicó el 19 de marzo, una nota en relación a las y los candidatos que participaron para el Senado de la República y señaló que era posible advertir en la aplicación de la empresa Massive Caller, cuál es la intención de voto para los candidatos a la Senaduría; señaló que en Sinaloa la encuesta más reciente era del 15 de marzo y dio los porcentajes.
39. De la misma forma, se acredita que el periódico El Herald de San Luis Potosí, publicó una nota que hace referencia a las 32 encuestas realizadas por Massive Caller, lo que señala, es un referente de lo que sucede en las preferencias presidenciales, aportando al efecto diversos porcentajes.
40. Por tanto, esta Sala Especializada, tiene por acreditado que Massive Caller realizó las encuestas, las difundió en su plataforma móvil y que éstas fueron retomadas en las fechas y por los medios, que reportó la autoridad administrativa electoral.

III Entrega de los estudios metodológicos que respaldan las encuestas

41. Como se dijo, la autoridad administrativa electoral señaló que la casa encuestadora que realizó y los medios impresos que publicaron las encuestas, en el periodo comprendido entre **-18 de enero y 15 de marzo-**, no remitieron los estudios con los criterios científicos.

42. Massive Caller, señaló²¹ que elaboró las encuestas y que presentó **-17 de abril y 4 de mayo-** los estudios metodológicos que respaldan las encuestas y aportó copia de los acuses que entregó a la autoridad, así.

N°	Fecha de elaboración por MASSIVE CALLER	Fecha de publicación por los DIARIOS	Periódico	Fecha de entrega del estudio metodológico
1	18	22 enero	Basta!	17 de abril
2	diciembre 2017	22 enero	Quintana Roo Hoy	
3	Escrito de deslinde	9 febrero	La Jornada Maya	Escrito de deslinde
4		12 febrero	El Herald de San Luis Potosí	
5	15 febrero	23 febrero	Diario de Yucatán	17 de abril
6		23 febrero	Zócalo Saltillo	
7		23 febrero	El Financiero	
8	22 febrero	25 febrero	Exprés de San Luis Potosí	
9	4 marzo	6 marzo	Excélsior	4 de mayo
10		6 marzo	Impacto	
11	15 marzo	19 marzo	El Debate de Culiacán	
12	18 marzo	20 marzo	El Siglo de Durango	
13		20 marzo	Impacto	
14	8 febrero	28 marzo	El Sol de Hermosillo	

43. Mediante oficio de 7 de mayo²² el Secretario Ejecutivo del INE, remitió copia certificada de 8 estudios y 2 escritos de deslinde, que entregó Massive Caller, el **17 de abril**, y señaló que 5 de los 8 estudios corresponden a publicaciones reportadas en el SEXTO y SÉPTIMO informes mensuales; los 3 restantes, no corresponden a publicaciones que se detectaran por la Coordinación Nacional de Comunicación Social del

²¹ Visible a fojas 2796 a 2895 del cuaderno accesorio 3.

²² Oficio INE/SE/0488/2018, visible a fojas 1555 a 1558 del cuaderno accesorio 1.

INE; sin hacer referencia a los estudios que la casa encuestadora señala haber entregado el **4 de mayo**.

44. No obstante lo anterior, al no existir prueba en contrario, se presume la entrega de dichos estudios y por tanto, se tiene que la casa encuestadora entregó -17 de abril y 4 de mayo- los estudios metodológicos de 9 encuestas.

IV Existencia y difusión del programa radiofónico

45. Mediante correo electrónico de 9 de mayo²³, el Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos del INE, informó que el Sistema Integral de Verificación y Monitoreo, generó el testigo de grabación del programa “Ciro por la mañana”, de la emisora XEDF-FM 104.1, concesionada a Radio Uno FM, S.A., correspondiente a los días 22 de enero, 9, 12, 23 y 25 de febrero y 6 de marzo, en el horario de 7:00 a 10:00 a.m.

46. Hasta aquí, esta Sala Especializada, **acreditó**:

- ⇒ Massive Caller realizó y difundió las encuestas que retomaron los 14 medios de impresos;
- ⇒ Se publicaron los días y a través de los medios que señaló el Secretario Ejecutivo del INE;
- ⇒ En el periodo -18 de enero al 15 de marzo- no se hizo entrega del estudio metodológico que respaldara las encuestas;
- ⇒ Massive Caller, entregó el -17 de abril y 4 de mayo-, los estudios que respaldan las encuestas que fueron publicadas;
- ⇒ La existencia y difusión del programa “Ciro por la mañana” los días 22 de enero, 9, 12, 23 y 25 de febrero y 6 de marzo.

SEXTA. Estudio del Caso.

47. Por cuestión de método, el análisis de los agravios hechos valer se realizará en distinto orden, sin que ello provoque una afectación al actor puesto que lo trascendente es el estudio integral de sus planteamientos.

²³ Visible a foja1617 del cuaderno accesorio 1.

48. En primer lugar, se estudiará el agravio relativo a la adquisición de tiempos en radio para la difusión de encuestas y en segundo lugar, el incumplimiento a las obligaciones en materia de encuestas electorales, por lo que hace a Massive Caller y a los diversos medios de comunicación.

I. Adquisición de tiempos en radio, para la difusión de encuestas

❖ Análisis del planteamiento

49. El partido *NA* señaló que Ricardo Anaya Cortés, los partidos integrantes de la coalición “Por México al Frente” y el periodista *Ciro Gómez Leyva*, infringieron lo dispuesto por el artículo 159, párrafo 5 de la *LEGIPE*.
50. Lo anterior, al considerar que adquirieron tiempos en radio, para la difusión de encuestas realizadas por Massive Caller, S.A. de C.V., dentro del programa radiofónico “*Ciro Gómez Leyva por la mañana*”, conducido por el periodista del mismo nombre, con la finalidad de favorecer la entonces candidatura de Ricardo Anaya Cortés a la Presidencia de la República, lo que a su parecer, afecta la autenticidad y libertad del sufragio; puesto que las encuestas, constituyen una forma de comunicación persuasiva, que tiende a alentar o desalentar la preferencia hacia un candidato, coalición o partido político.
51. Para determinar si la mención de las encuestas en el programa radiofónico del periodista *Ciro Gómez Leyva*, constituyeron una adquisición de tiempos en radio a favor de Ricardo Anaya Cortés y la coalición que lo postuló como candidato a la Presidencia de la República, -como lo argumenta el actor-, o si por el contrario, -como lo afirma el periodista-, constituyó un auténtico ejercicio periodístico, es necesario tener en consideración.

❖ **Marco normativo**

Contratación y/o adquisición de tiempos en radio .

52. De conformidad con el artículo 41, Base III, apartado A de la Constitución federal, la comunicación política entre partidos políticos, candidatas y candidatos, autoridades electorales y sociedad tiene como uno de sus principales canales, la difusión de mensajes en radio y televisión, dentro del tiempo que le corresponde al Estado, el cual administra el INE.
53. La propia Constitución y el artículo 159, párrafos 4 y 5 de la *LEGIPE* prohíben a las y los candidatos y partidos políticos, así como, a las personas físicas o morales, a título propio o por cuenta de terceros, contratar propaganda en radio y televisión en territorio nacional o el extranjero, con cualquier propósito político o electoral, para garantizar que quienes compitan en las elecciones puedan acceder a estos medios masivos de comunicación de forma equitativa.

❖ **Caso concreto**

54. Mediante acta circunstanciada de 5 junio, la autoridad instructora al hacer la diligencia de inspección de los testigos de grabación que aportó la *DEPPP*, constató que, únicamente, el 23 de febrero, en el programa de radio “Ciro Gómez Leyva por la mañana”²⁴, se hizo referencia a las encuestas que realiza Massive Caller, así:

Cortinilla musical.

²⁴ Mediante acta circunstanciada de fecha cinco de junio en la que se realizó la inspección al contenido de los testigos de grabación remitidos por la *DEPPP*, visible a fojas 2160 a 2166 del cuaderno accesorio 2.

Voz. - *Ciro Gómez Leyva:* “Ocho con nueve. Ha actualizado Massive Caller la empresa que está haciendo seguimiento de varias elecciones, actualiza los viernes, los viernes, las cifras del Senado y Diputados?, Sólo Senadores por todos los estados, y bueno las cifras en la ciudad de México... vamos a tomar los cinco estados de mayor población: en Ciudad de México **ganaría MORENA**, ganaría por siete puntos al Frente y el PRI está muy atrás, eso es Ciudad de México; en Jalisco **ganaría el frente**, le ganaría por seis puntos a MORENA en segundo lugar, el PRI está tres puntos abajo de Morena, que es segundo lugar, tercero el PRI; en el Estado de México sorpresa **está en primer lugar MORENA** nueve puntos arriba del Frente y once puntos arriba del PRI que está en tercero; en Puebla **aparece MORENA en primer lugar** cinco arriba del Frente y muy lejos del PRI que esta veinte puntos abajo de MORENA; y en Veracruz **están empatados MORENA y Frente**, y el PRI viene diez puntos atrás, no hay buenos números en las encuestas.

Miguel Ángel Osorio Chong, gusto en saludarte Miguel, buen día, a partir de ayer coordinador, será coordinador de la campaña de los senadores del PRI. Gusto en Saludarte, buen día Miguel.

Voz. - *Miguel Ángel Osorio Chong.* *Ciro, un gran gusto, muy buenos días, a la orden...”*

“... ”

Voz. - *Ciro Gómez Leyva:* *¿Y va a funcionar? Está muy bien, como equipo de “All Stars”, de “todos estrellas” está muy bien, pero ¿Va a funcionar?*

Voz. - *José Luis Camacho:* *Pues mira, siento que funcionará obviamente mejor, en algunos casos que en otros. Yo digo que Osorio Chong y Manlio Fabio Beltrones, Carolina Villano, que es también una gente muy experta en materia de supervisión de campañas, funcionarán como apoyo a todos los candidatos que el PRI postule en cada una de las circunscripciones que les corresponde.*

Voz. - *Ciro Gómez Leyva:* *Cuando digo ¿Funcionarán? Es ¿Van a atraer votos? Estábamos viendo las cifras de Massive Caller, el PRI está en tercer lugar en los cinco estados de mayor población el PRI está en tercer lugar. Senadores: Ciudad de México, Jalisco, Estado de México, Puebla y Veracruz.*

“... ”

55. Ricardo Anaya Cortés y los partidos integrantes de la coalición “Por México al Frente”, de forma coincidente, manifestaron, **que no contrataron ni solicitaron, la difusión de propaganda en favor de Ricardo Anaya Cortés.**
56. El periodista *Ciro Gómez Leyva*, dijo que a través de su programa radiofónico, se comentan resultados con carácter periodístico, sin que la finalidad sea informar a la audiencia respecto de encuestas, sino notas de interés general, y que la información que se difundió, la obtuvo a través de la plataforma electrónica de Massive Caller mediante una suscripción que se paga a través de Google play.

57. De las constancias del expediente no se tiene prueba de contrato o pago por parte del PAN o alguno de los partidos integrantes de la coalición “Por México al Frente”, **para la realización y difusión de propaganda en el programa de radio.**
58. Además, del análisis del programa de radio, se observa que no hace referencia a Ricardo Anaya Cortés ni menciona algún dato sobre la elección federal; sino al posible resultado de las elecciones en la Ciudad de México, Jalisco, Estado de México, Puebla y Veracruz.
59. De esta forma, podemos ver que el medio de comunicación informó de temas que consideró podían ser de relevancia pública, a la luz de sus derechos y libertades como medio de comunicación social, por lo que se llevó a cabo en un ejercicio periodístico, con expresiones válidas y legales, amparadas en la máxima protección de los artículos 6º y 7º constitucionales.
60. Así, para desvirtuar que el programa noticioso se trató de un genuino ejercicio periodístico, **sería necesario la existencia de prueba o indicio en contrario**, respecto a su autenticidad o de la veracidad de los hechos que acredita.
61. Por tanto, **se determina la inexistencia de la contratación y/o adquisición** de tiempo en radio atribuida a Ricardo Anaya Cortés, los partidos integrantes de la entonces coalición “Por México al Frente” y el periodista Ciro Gómez Leyva.
62. No pasa inadvertido para esta autoridad que la Unidad Técnica de Fiscalización, al dar respuesta al requerimiento de la autoridad instructora, informó²⁵ que derivado de la revisión al Sistema Integral de

²⁵ Visible a fojas 1438 a 1461 del cuaderno accesorio 1.

Fiscalización (SIF), se advirtió la existencia de un contrato de prestación de servicios celebrado por el Comité Directivo Estatal del PAN y Massive Caller, S.A. de C.V.; así como 3 pólizas por concepto de pago y gastos por servicios de encuestas telefónicas, por la cantidad de \$2,505,600.00 (Dos millones quinientos cinco mil seiscientos pesos 00/100 m.n), documentos de los que se advierte:

- ⇒ El objeto del contrato es proporcionar el servicio de encuestas telefónicas para investigación del mercado, para el entonces candidato a la Presidencia de la República, Ricardo Anaya Cortés;
- ⇒ La prestación de servicios será en toda la República Mexicana y en el periodo del **16 de abril al 15 mayo**;

63. Así, esta Sala Especializada, tiene por acreditado que el PAN y Massive Caller, S.A. de C.V, firmaron un contrato de prestación de servicios, para un ejercicio telefónico; sin que ello, implique la vulneración a la normativa electoral o pueda, siquiera de forma indiciaria, probar el dicho de la actora, en el sentido que las encuestas derivadas de este contrato, se difundieron en el medio de comunicación radiofónico **-23 de febrero-**; puesto que incluso, no se habían realizado, **-16 de abril al 15 mayo-**.

II Omisión de proporcionar en tiempo la documentación soporte de encuestas realizadas.

❖ Análisis del planteamiento

64. Los actores denunciaron, en esencia, la omisión al cumplimiento de las obligaciones que establecen los artículos 251, párrafos 5 y 7 de la *LEGIPE* y 136, párrafo 2 del reglamento de Elecciones del INE, derivado de que Massive Caller, S.A. de C.V., realizó encuestas electorales, sin entregar **en tiempo** a la Secretaria Ejecutiva del INE, la metodología y el estudio de las encuestas, que fueron publicadas y/o retomadas en diversos medios de comunicación.

65. Para determinar si la omisión constituye una violación a los principios de equidad e imparcialidad, es necesario tener en consideración:

❖ **Marco normativo.**

Realización de encuestas o sondeos de opinión

66. El artículo 41, párrafo segundo, Base V, apartados A y B, de la Constitución federal, establece:

Artículo 41. V. La organización de las elecciones es una función estatal que se realiza a través del Instituto Nacional Electoral y de los organismos públicos locales, en los términos que establece esta Constitución.

Apartado A. El Instituto Nacional Electoral es un organismo público autónomo dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio, en cuya integración participan el Poder Legislativo de la Unión, los partidos políticos nacionales y los ciudadanos, en los términos que ordene la ley. En el ejercicio de esta función estatal, la certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, máxima publicidad y objetividad serán principios rectores.

Apartado B. Corresponde al Instituto Nacional Electoral en los términos que establecen esta Constitución y las leyes:

a) Para los procesos electorales federales y locales:

5. Las reglas, lineamientos, criterios y formatos en materia de resultados preliminares; encuestas o sondeos de opinión; observación electoral; conteos rápidos; impresión de documentos y producción de materiales electorales;

67. La realización de encuestas y sondeos de carácter electoral, son parte de los derechos de libertad de expresión en su doble vertiente, porque tienen como finalidad asegurar a las personas espacios para desenvolverse en el ejercicio democrático.
68. Al tratarse de libertades con dimensiones individuales y sociales, el Estado debe garantizar que los individuos tengan la posibilidad de manifestarse libremente; y por otra, respetar el derecho a recibir información y a conocer la expresión del pensamiento ajeno. Así, la plena libertad para expresar,

recolectar, difundir y publicar informaciones e ideas es imprescindible como condición para ejercer plenamente otros derechos electorales.

69. Las encuestas sobre las preferencias electorales en un proceso electoral son medios integrales para mantener informada a la ciudadanía y a los actores políticos respecto de las distintas alternativas electorales, lo que contribuye a la transparencia de los procesos comiciales.
70. Por ello, la publicidad de las encuestas en materia electoral, constituye también un válido ejercicio de los derechos de libre expresión e información, por eso, la publicación de encuestas coadyuva al fortalecimiento de la información del electorado para emitir su voto, **por lo que dichas actividades deben realizarse en un ámbito de libertad metodológica y científica, siempre y cuando se sitúen dentro de un marco constitucional y legal establecido.**
71. Al respecto, los artículos 213, párrafos 1 y 3; 251, párrafos 5 y 7; y 252, de la *LEGIPE*, disponen:

“Artículo 213.

1. El Consejo General emitirá **las reglas, lineamientos y criterios que las personas físicas o morales deberán adoptar para realizar encuestas o sondeos de opinión** en el marco de los procesos electorales federales y locales. Los Organismos Públicos Locales realizarán las funciones en esta materia de conformidad con las citadas reglas, lineamientos y criterios.

3. Las personas físicas o morales que difundan encuestas o sondeos de opinión deberán presentar al Instituto o al organismo público local un **informe sobre los recursos aplicados en su realización** en los términos que disponga la autoridad electoral correspondiente.

Artículo 251.

5. **Quien solicite u ordene la publicación de cualquier encuesta o sondeo de opinión sobre asuntos electorales**, que se realice desde el inicio del proceso electoral hasta el cierre oficial de las casillas el día de la elección, **deberá entregar copia del estudio completo al Secretario Ejecutivo del Instituto, si la encuesta o sondeo se difunde por cualquier**

medio. En todo caso, la difusión de los resultados de cualquier encuesta o sondeo de opinión estará sujeta a lo dispuesto en el párrafo siguiente.

[...]

7. Las personas físicas o morales que pretendan llevar a cabo encuestas por muestreo para dar a conocer las preferencias electorales de los ciudadanos o las tendencias de las votaciones, **adoptarán los criterios generales de carácter científico, que para tal efecto emita el Consejo General**, previa consulta con los profesionales del ramo o las organizaciones en que se agrupen.

Artículo 252.

1. Cualquier infracción a las disposiciones contenidas en el presente Capítulo será sancionada en los términos de esta Ley.”

72. Conforme a estos artículos, el Consejo General del Instituto emitirá los lineamientos para reglamentar las encuestas o sondeos de las preferencias electorales. Las personas físicas o morales que pretendan llevar a cabo encuestas por muestreo para dar a conocer las preferencias electorales de la ciudadanía, deben sujetarse a los criterios generales de carácter científico, que para tal efecto emita el Consejo General del Instituto, y entregar copia del estudio completo al secretario ejecutivo del Instituto, en el caso de que la encuesta se pretenda difundir por cualquier medio de comunicación.

73. Ahora bien, con la aprobación del acuerdo INE/CG661/2016, el 7 de septiembre de 2016, **entró en vigor el Reglamento de Elecciones del Instituto Nacional Electoral.**

74. En relación con las obligaciones en materia de encuestas por muestreo o sondeos de opinión, el Reglamento de Elecciones señala:

“Artículo 136.

1. Las personas físicas o morales que publiquen, soliciten u ordenen la publicación de cualquier encuesta por muestreo o sondeo de opinión sobre preferencias electorales, cuya publicación se realice desde el inicio del proceso electoral federal o local correspondiente, hasta tres días antes de la celebración de la jornada electoral respectiva, deberán ajustar su actuación a lo siguiente:

a) Para encuestas por muestreo o sondeos de opinión sobre elecciones federales, o locales cuya organización sea asumida por el Instituto en su integridad, se debe entregar copia del estudio completo que respalde la información publicada, al Secretario Ejecutivo del Instituto, directamente en sus oficinas o a través de sus juntas locales ejecutivas.

[...]

2. La entrega de los estudios referidos en el numeral anterior deberá realizarse, en todos los casos, a más tardar dentro de los cinco días siguientes a la publicación de la encuesta por muestreo o sondeo de opinión respectivo.

3. El estudio completo a que se hace referencia, deberá contener toda la información y documentación que se señalan en la fracción I del Anexo 3 de este Reglamento.

Artículo 143.

1. El Instituto y los OPL, a través de sus respectivas áreas de comunicación social a nivel central y desconcentrado, deberán llevar a cabo desde el inicio de su proceso electoral hasta tres días posteriores al de la jornada electoral, un monitoreo de publicaciones impresas sobre las encuestas por muestreo, sondeos de opinión, encuestas de salida o conteos rápidos que tengan como fin dar a conocer preferencias electorales, con el objeto de identificar las encuestas originales que son publicadas y las que son reproducidas por los medios de comunicación.

2. El área de comunicación social responsable de realizar el monitoreo, deberá informar semanalmente de sus resultados a la Secretaría Ejecutiva del Instituto o del OPL que corresponda.

Artículo 147.

1. La Secretaría Ejecutiva del Instituto y de los OPL, podrán formular hasta tres requerimientos a las personas físicas o morales que hayan incumplido con la obligación de entregar copia del estudio que respalde los resultados publicados, para que, en el plazo que se señale en el propio escrito de requerimiento, hagan entrega del estudio solicitado conforme a lo establecido en el presente Capítulo.

75. De los artículos transcritos, se desprenden las siguientes obligaciones:

- **El área de comunicación social**, a nivel federal (INE) o local (OPLE), respectivamente, **deberán llevar a cabo un monitoreo de las publicaciones impresas sobre encuestas por muestreo o sondeos de opinión**, que tengan la finalidad de dar a conocer las

preferencias electorales, desde el inicio del proceso electoral, hasta 3 días después de la jornada, e informarlo a la Secretaría Ejecutiva.

- Las personas físicas o morales que publiquen, soliciten u ordenen la publicación de cualquier encuesta por muestreo o sondeo de opinión_sobre preferencias electorales, cuya publicación se realice desde el inicio del proceso electoral federal, hasta 3 días después de celebrada la jornada, **deben entregar, a más tardar dentro de los cinco días siguientes a la publicación de la encuesta, copia del estudio que respalde la información, al Secretario Ejecutivo del Instituto**, directamente en sus oficinas o a través de sus juntas locales ejecutivas.
- El estudio que respalde la información deberá contener toda la información y documentación que señala el Anexo 3, fracción I, del Reglamento de Elecciones.

❖ **Caso concreto.**

⇒ **MASSIVE CALLER, S.A. DE C.V.**

76. En el asunto, estamos frente a la realización de encuestas sobre preferencias electorales, respecto de diversas elecciones federales, sobre las que se controvierte la siguiente conducta:

Incumplimiento de presentar -en tiempo- el estudio metodológico.

77. Como se señaló, el Secretario Ejecutivo del INE, reportó en sus informes mensuales SEXTO, SÉPTIMO Y OCATVO, que en el periodo **-18 de enero y 15 de marzo-**, se publicaron 14 encuestas en los periódicos: Basta y Quintana Roo Hoy –Organización Editorial Acuario , S.A. de C.V.-; El Herald de San Luis Potosí –El Herald Grupo Editorial, S.A. de C.V.-;La Jornada Maya –Medios del

Caribe, S.A. de C.V.-; Diarios de Acayucan –Infosur, S.A. de C.V.-; Zócalo Saltillo – Zócalo de saltillo, S.A. de C.V.-; El Financiero –Grupo Multimedia Lauman, S.A.P.I.-; Exprés de San Luis Potosí –Edge Consulting, S.A. de C.V.-; Excélsior –Grupo Imagen Medios de Comunicación S.A. de C.V.-; Impacto –CEMGISA S.A. de C.V.-;El Siglo de Durango –CIA Editorial de la Laguna S.A. de C.V.-; El Sol de Hermosillo –Diario la expresión, S.A. de C.V.- y El Debate de Culiacán –El Debate, S.A. de C.V., **realizadas por Massive Caller**, sin que **hasta ese momento**, se remitiera copia del estudio que respaldara esa información.

- 78. Por su parte, Massive Caller, señaló²⁶ que efectivamente **realizó** las encuestas en el periodo -18 diciembre 2017 a 18 de marzo -, las cuales se **difundieron** a través de su plataforma móvil de internet (*massivecaller*).
- 79. De igual forma señaló que hizo entrega de los estudios metodológicos los días **-17 de abril y 4 de mayo-**, y se **deslindó** de las publicaciones en los diarios “La Jornada Maya” y “El Herald de San Luis Potosí”.
- 80. Esta Sala Especializada tiene por acreditado que las encuestas que realizó Massive Caller, se difundieron en su aplicación móvil, al menos en una fecha anterior a que las retomaran los medios impresos-22 enero al 28 marzo-; por tanto, si la presentación de los estudios metodológicos se realizó hasta el 17 de abril y 4 de mayo, es claro que incumplió con la obligación de su entrega en el plazo **-5 días siguientes a la publicación de la encuesta-** que refiere el reglamento.

Tal como se muestra a continuación:

Nº	Fecha de elaboración por MASSIVE CALLER	Fecha de publicación por los DIARIOS	Periódico	Fecha de entrega del estudio metodológico

²⁶ Visible a fojas 2796 a 2895 del cuaderno accesorio 3.

1	18	22 enero	Basta!	17 de abril
2	diciembre 2017	22 enero	Quintana Roo Hoy	
3	Escrito de deslinde	9 febrero	La Jornada Maya	Escrito de deslinde
4		12 febrero	El Heraldo de San Luis Potosí	
5	15 febrero	23 febrero	Diario de Yucatán	17 de abril
6		23 febrero	Zócalo Saltillo	
7		23 febrero	El Financiero	
8	22 febrero	25 febrero	Exprés de San Luis Potosí	
9	4 marzo	6 marzo	Excélsior	4 de mayo
10		6 marzo	Impacto	
11	15 marzo	19 marzo	El Debate de Culiacán	
12	18 marzo	20 marzo	El Siglo de Durango	
13		20 marzo	Impacto	
14	8 febrero	28 marzo	El Sol de Hermosillo	

81. Efectivamente, si las encuestas que realizó Massive Caller²⁷ se elaboraron en el periodo que comprende del 18 de diciembre de 2017 al 18 de marzo y que fueron retomadas en los diarios, entre el 22 de enero y 28 de marzo, es claro que la entrega de los estudios metodológicos, se hizo en algunos casos, hasta con un mes de posterioridad.
82. Así, este órgano jurisdiccional estima que resulta **existente** la infracción atribuida a Massive Caller, S.A. de C.V., relativa al incumplimiento de entregar en tiempo los estudios que respaldaran las encuestas que realizó.

⇒ **DIARIOS IMPRESOS**

²⁷ Con excepción de las publicaciones de los diarios “La Jornada Maya” y “El Heraldo de San Luis Potosí”, de las cuales se deslindó y que por tanto, no se le pueden atribuir a Massive Caller.

83. Por lo que hace a los diarios impresos, esta Sala Especializada, estima que es **inexistente** la infracción que se les atribuye, porque en todos los casos, las publicaciones se realizaron como parte de su ejercicio periodístico, amparado en la máxima protección de los artículos 6º y 7º constitucionales.
84. Lo anterior es así, porque del análisis de cada una de las publicaciones y/o notas de opinión, es posible desprender elementos que las identifican como un trabajo periodístico, en las que se advierte una introducción, el planteamiento de una tesis en la que el autor expone sus argumentos y la conclusión sobre su propuesta.
85. Esto se corrobora con lo que manifestó cada uno de los diarios y el análisis de las publicaciones:

Nº	MANIFESTACIONES	ANÁLISIS DE LA PUBLICACIÓN
1	La organización editorial Acuario, S.A. de C.V., empresa encargada de imprimir los Periódicos “Basta” y “Quintana Roo Hoy” , señaló que la publicación se realizó en el terreno de la labor periodística, retomando el resultado de información que es pública, por resultar noticiosa y de interés general.	De la publicación de 22 de enero, se advierte una nota del periodista Regminio López, en la que señala que Andrés Manuel López Obrador, encabeza una decena de encuestas de preferencias electorales y dice que el análisis fue hecho por la publicación “La carpeta púrpura”, que evalúa el termómetro electoral. De igual forma, refiere que esa publicación, establece los pro y contras de los que consideraba eran los tres precandidatos más fuertes para la Presidencia de la República, y se advierten gráficas con porcentajes de los candidatos, los cuales dice fueron tomados del análisis de las encuestas de El Financiero, Reforma, Gabinete de Comunicación Estratégica, GEA-ISA, El Universal, Mitofsky, Encuesta para Presidencia, Massive Caller y Parametría.
2	Sociedad de Medios del Caribe, S.A. de C.V., empresa encargada de publicar el diario “La Jornada Maya” , dijo que publicó una nota del periodista Paul Antonie Matos, por lo que no es una encuesta que realizó el diario; que se trata de un artículo periodístico, cuyo tema	Se observa que es una nota del periodista Paul Antonie Matos, en la que hace referencia al surgimiento de nuevas encuestadoras dentro de las cuales Massive Caller, se caracteriza por tener una aplicación mediante robots que encuestan a la gente, quien responde al utilizar su teclado.

	principal es la casa encuestadora Massive Caller y su novedoso método a través de una aplicación.	En otro apartado, señala, que en Yucatán la encuesta que realizó Massive Caller, revela la intención de voto para la gubernatura y las senadurías y da los porcentajes.
3	El Heraldo Grupo Editorial S.A. de C.V., encargado de la impresión del periódico “ El Heraldo de San Luis Potosí ”, no dio contestación a los requerimientos hechos por la autoridad ni se presentó a la audiencia de pruebas y alegatos.	La publicación hace referencia, por una parte, a la proyección para la conformación del Senado de la República y por otra, señala que de acuerdo a las cifras que presenta Massive Caller, al considerarlas como un referente de lo que sucede en las preferencias presidenciales y diputaciones federales, se estima que en San Luis Potosí, el PRI y su coalición no tienen posibilidades de triunfo. Se observa gráficas con porcentajes de votación estimada.
4	La Compañía Tipográfica Yucateca, S.A. de C.V., encargada de imprimir el periódico “ Diario de Yucatán ”; Grupo Multimedia Lauman, S.A.P.I., que imprime el diario “ El Financiero ” y por su parte, el periódico “ Zócalo Saltillo ”, manifestaron que publicaron una opinión y análisis de Jorge Castañeda.	Corresponde a publicaciones de 23 de febrero, del analista político Jorge Castañeda, en la que da su punto de vista sobre la app de Massive Caller y dice que se trata de nueva aplicación que permite conocer a bajo costo las encuestas que levanta, describe el procedimiento mediante el cual se lleva a cabo y comparte datos obtenidos de la app respecto a la contienda para elegir al gobernador en Yucatán.
5	Edge Consulting, S.A. de C.V., encargada de la impresión del periódico “ Exprés de San Luis Potosí ”, señaló que se trató de una crítica a las encuestas realizadas por Massive Caller, al tener una metodología poco confiable.	La nota da cuenta de que en el estado de San Luis Potosí, no hay mediciones confiables; que existe una con validez estadística dudosa, señala se trata de Massive Caller, plataforma automatizada de llamadas telefónicas que desde su punto de vista pudieran tener un sesgo hacia niveles socioeconómicos medios y altos, aunado a que no se conoce la metodología que utiliza para realizar sus estudios. Aporta los porcentajes que obtuvo de dicha casa encuestadora, respecto a las elecciones del Senado.
6	El periódico “ Excélsior ”, señaló que no publicó encuestas o sondeos de opinión respecto a candidaturas de Presidente de la República.	Se trata de una columna de opinión, donde el autor Francisco Garfias, entre otras notas, hace referencia a que recibió un mensaje de Fernando Rodríguez Doval, que contenía los resultados de una encuesta de Massive Caller, sobre las preferencias electorales para la elección presidencial y da los porcentajes de la intención de voto.
7	CEMGISA, S.A de C.V., encargada de publicar el periódico “ Impacto ”, señaló que se trató de notas que tienen como finalidad dar la noticia de acuerdo a su libertad de expresión y que las fuentes se obtienen de internet y diversos medios.	Es una publicación que entre otros temas señala que las encuestas de Massive Caller, miden el impacto de los acontecimientos que se dan en la contienda para la elección Presidencial y señala los porcentajes alcanzados por cada uno de los entonces candidatos.
8	El Debate, S.A. de C.V,	La nota refiere que en la página de Massive

	representante del periódico “ El Debate de Culiacán ”, señaló que no publicó ninguna encuesta referente a los candidatos a la Presidencia de la república.	Caller se presenta cuál es la intención de voto para los entonces candidatos al Senado. Hace el señalamiento que en el caso de Sinaloa la encuesta más reciente revela las cifras que obtuvo de la encuestadora y que éstas invitan a la reflexión.
9	CIA Editorial de la Laguna, S.A. de C.V., que se encarga de imprimir el periódico “El Siglo de Durango”, señaló que publicó una nota de un colaborador que no depende del periódico.	Señala que el resultado de todas las encuestas revelan una diferencia de dos a uno entre AMLO y MEADE y que Massive Caller, ubica como puntero al primero de ellos, señala los porcentajes de los entonces candidatos presidenciales. Pero también hace referencia a que otras encuestadoras, empiezan a manejar cifras que le dan el triunfo a AMLO, por más que el tricolor quiera aparentar una supremacía inexistente.
10	Diario la Expresión, S.A. de C.V., encargada de editar y publicar el periódico “ El Sol de Hermosillo ”, señaló que publicó una columna elaborada por una colaboradora independiente Marcela Alvarado Valdéz, quien es la responsable del contenido de la nota y que únicamente se hizo referencia a encuestas que se publicaron con anterioridad.	La nota de 28 de marzo, la columnista, hace un comparativo entre la intención de voto para la Presidencia de la República y las Senadurías para el estado de Sonora, donde refiere, que de acuerdo a diversas casas encuestadoras, son diferentes los resultados, hace referencia a las encuestas de Massive Caller e Ipsos.

86. Así se observa que de forma general y coincidente los diversos periódicos señalaron:

- ✓ Se trató del libre ejercicio periodístico;
- ✓ Se llevó a cabo de acuerdo a la libertad de expresión;
- ✓ Se retomó información pública divulgada por diversas casas encuestadoras, entre ellas, Massive Caller; información, que se difundió a través de internet por medio de su aplicación móvil o que se retomó de diversos medios;
- ✓ Se trató de un análisis de los resultados de las encuestas o una crítica al método utilizado por Massive Caller para llevarlas a cabo;
- ✓ Es información que emitió el periodista o colaborador, por lo que no es responsabilidad del periódico.

87. La **labor periodística** se considera una actividad que tiene un papel de suma relevancia en un Estado democrático, al crear vías que informan a la ciudadanía y fomentan debates respecto a temas de interés público.
88. Esta Sala Especializada estima que las publicaciones, vistas a la luz de sus derechos y libertades como **medios de comunicación social**, se llevaron a cabo en un **auténtico ejercicio de libertad de expresión y del ejercicio periodístico**²⁸, contemplados en los artículos sexto y séptimo constitucionales, por lo que, en este caso, no se actualiza la infracción que se denuncia.
89. Por tanto, al tratarse de un ejercicio periodístico no constituye propaganda electoral a favor de Ricardo Anaya Cortés, ya que en las publicaciones no se advierte que se dirijan a posicionar de forma específica, a alguna candidatura o fuerza política en particular, sino por el contrario solo informan sobre el análisis de diversas encuestas que consideran de interés para la ciudadanía en general.

SÉPTIMO. Calificación de la falta e individualización de la sanción.

90. Una vez que se acreditó y demostró la responsabilidad de Massive Caller, S.A. de C.V., por el incumplimiento de las obligaciones en materia de publicación de encuestas, debemos determinar la calificación de la falta y la sanción que corresponda, en términos de los artículos 456, párrafo 1, inciso e), y 458, párrafo 5, de la Ley General.

→ **Cómo, cuándo y dónde** (*circunstancias de modo, tiempo, lugar, condiciones externas y medios de ejecución*).

²⁸ De conformidad con la Tesis XVI/2017 emitida por la Sala Superior de este tribunal electoral de rubro: **PROTECCIÓN AL PERIODISMO. CRITERIOS PARA DESVIRTUAR LA PRESUNCIÓN DE LICITUD DE LA ACTIVIDAD PERIODÍSTICA.**

- ✓ Incumple obligaciones en materia de encuestas.
 - ✓ Por no presentar en el plazo de cinco días a partir de la difusión los estudios metodológicos que sustentan las encuestas.
 - ✓ Se advierte que no existió la intención de incumplir con la norma, ya que, si bien entregó estudios metodológicos, éstos los presentó fuera del plazo establecido.
- Se acreditó una falta a la normativa electoral (singularidad o pluralidad de las faltas), por el incumplimiento a las obligaciones en materia de encuestas electorales.
- **Bien jurídico tutelado.** La información que debe recibir la ciudadanía.
- **Reincidencia.** No hay dato de sanción anterior por la misma conducta a la casa encuestadora.
- **Beneficio o lucro.** No existen elementos que permitan acreditar la existencia de un beneficio o lucro.
- **Sobre la calificación.** Los elementos expuestos permiten calificar la conducta como **leve**.
- **Sanción a imponer.** El artículo 456, párrafo 1, inciso e), de la Ley General, establece el catálogo sanciones susceptibles de imponer a los ciudadano, dirigentes y afiliados a los partidos políticos, o de cualquier persona física o moral:
- ✓ Amonestación pública.
 - ✓ Multa de hasta cien mil días de salario mínimo general vigente para la Ciudad de México, en el caso de aportaciones que violen lo dispuesto en la ley, o tratándose de la compra de tiempo en radio y televisión para la difusión de propaganda política o electoral, con multa de hasta el doble del precio comercial de dicho tiempo.

- ✓ Con amonestación pública y, en caso de reincidencia, con multa de hasta dos mil días de salario mínimo general vigente para el para la Ciudad de México, en el caso de que promuevan una denuncia frívola.
91. Para determinar la sanción que corresponde resulta aplicable la jurisprudencia **157/2005**²⁹ emitida por la Primera Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, de rubro: **“INDIVIDUALIZACIÓN DE LA PENA. DEBE SER CONGRUENTE CON EL GRADO DE CULPABILIDAD ATRIBUIDO AL INCULPADO, PUDIENDO EL JUZGADOR ACREDITAR DICHO EXTREMO A TRAVÉS DE CUALQUIER MÉTODO QUE RESULTE IDÓNEO PARA ELLO”**.
92. Con base en lo anterior³⁰, se impone una **amonestación pública** a la persona moral Massive Caller, S.A. de C.V., en términos del artículo 456, párrafo 1, inciso e), de la Ley General.
93. Esta Sala Especializada estima que para una mayor publicidad de la amonestación pública que se impone, esta sentencia deberá publicarse, en su oportunidad, en la página de internet de esta Sala Especializada, en el catálogo de sujetos sancionados en los procedimientos especiales sancionadores.

En razón de lo anterior, se

RESUELVE:

²⁹ Ubicada en la página 347 del Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta Tomo XXIII, enero de dos mil seis, Novena Época.

³⁰ Y en términos de la tesis, XXVIII/2003 de rubro: **“SANCIÓN. CON LA DEMOSTRACIÓN DE LA FALTA PROCEDE LA MÍNIMA QUE CORRESPONDA Y PUEDE AUMENTAR SEGÚN LAS CIRCUNSTANCIAS CONCURRENTES”**, consultable en: http://sitios.te.gob.mx/ius_electoral/.

PRIMERO. Ricardo Anaya Cortés, los partidos Acción Nacional, de la Revolución Democrática y Movimiento Ciudadano, integrantes de la entonces coalición “Por México al Frente” y el periodista Ciro Gómez Leyva, no contrataron ni adquirieron tiempos en radio.

SEGUNDO. Los medios de comunicación impresos **no son responsables** del incumplimiento a las obligaciones en materia de encuestas electorales.

TERCERO. Massive Caller S.A. de C.V., es responsable por el incumplimiento a las obligaciones en materia de encuestas electorales, por lo que se le impone una amonestación pública.

CUARTO. Publíquese la presente sentencia en la página de internet de esta Sala especializada, en el catálogo de sujetos sancionados en los procedimientos especiales sancionadores.

NOTIFÍQUESE; en términos de ley.

En su oportunidad, archívese el expediente como asunto concluido y, en su caso, hágase la devolución de la documentación exhibida.

Así lo resolvieron, por **unanimidad** de votos, las Magistraturas que integran el Pleno de la Sala Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en relación a los resolutivos PRIMERO y SEGUNDO y por **mayoría** de votos los resolutivos TERCERO y CUARTO, con el **voto particular** de la Magistrada María del Carmen Carreón Castro, ante el Secretario General de Acuerdos, quien da fe.

**MAGISTRADA PRESIDENTA
POR MINISTERIO DE LEY**

**GABRIELA VILLAFUERTE
COELLO**

MAGISTRADA

MAGISTRADO EN FUNCIONES

**MARÍA DEL CARMEN
CARREÓN CASTRO**

CARLOS HERNÁNDEZ TOLEDO

SECRETARIO GENERAL DE ACUERDOS

FRANCISCO ALEJANDRO CROKER PÉREZ

VOTO PARTICULAR QUE FORMULA LA MAGISTRADA MARÍA DEL CARMEN CARREÓN CASTRO EN RELACIÓN CON LA SENTENCIA DICTADA EN EL EXPEDIENTE SRE-PSC-214/2018.

1. Con el debido respeto al Pleno de esta Sala Regional Especializada, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 193, segundo párrafo de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación, así como 48 del Reglamento Interno del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, formulo el presente voto particular.
2. Para ello, previa exposición de los hechos relevantes del caso, expondré las razones que me llevan a apartarme del tratamiento de la mayoría por cuanto hace a considerar que se actualiza la infracción imputada a la persona moral Massive Caller, S.A. de C.V. consistente en haber omitido presentar los estudios que avalan la información de las encuestas que publicó, y en consecuencia se le sanciona.

HECHOS DEL CASO

3. La materia de la presente controversia radica, entre otras cuestiones, en la presunta omisión por parte de Massive Caller, S.A. de C.V. de presentar ante la Secretaría Ejecutiva del Instituto Nacional Electoral los estudios correspondientes que respalden la información publicada en las encuestas en las que 14 publicaciones en medios impresos se basaron para presentar datos de preferencias electorales ante la ciudadanía, de conformidad con lo mandatado por el Reglamento de Elecciones del INE.

RAZONES QUE SUSTENTAN EL CRITERIO DE LA MAYORÍA

4. El criterio de la mayoría se fundamenta el artículo 136, párrafos 1 y 2 del Reglamento de Elecciones, mismos que estipulan que las personas físicas o morales que publiquen, soliciten u ordenen la publicación de cualquier encuesta por muestreo o sondeo de opinión sobre preferencias electorales, cuya publicación se realice desde el inicio del proceso electoral (tal y como aconteció en el presente caso), deberán entregar copia del estudio completo que respalde la información publicada a más tardar dentro de los cinco días siguientes a la publicación de la encuesta por muestreo o sondeo de opinión respectivo.
5. Bajo esa perspectiva, y teniendo por probado que las encuestas que realizó Massive Caller S.A. de C.V. fueron publicadas de manera electrónica en el periodo que transcurrió del 18 de diciembre de 2017 al 18 de marzo de 2018, y que los estudios correspondientes se entregaron el 17 de abril y el 4 de mayo del presente año, la mayoría considera que se surte la infracción de mérito.
6. Ello, en razón de que si bien los estudios sí se entregaron, ello se hizo con posterioridad al plazo de los cinco días que el Reglamento de Elecciones prevé para ello.

CONSIDERACIONES DEL VOTO

7. Desde mi perspectiva, el criterio de la mayoría realiza una interpretación aislada del numeral en comento, y deja de lado los diversos artículos 147

y 148 del Reglamento de Elecciones, lo que los torna superfluos, por lo que considero que dicha interpretación es inexacta.

8. En efecto, el artículo 147 del cuerpo normativo en cita prevé en su párrafo 1 que la Secretaría Ejecutiva del INE podrá formular hasta tres requerimientos a las personas que hayan incumplido con la obligación de entregar copia del estudio que respalde los resultados publicados, para que en el plazo que se señale en el propio escrito de requerimiento, hagan entrega del estudio solicitado.
9. Además, el artículo 148 establece que cuando un sujeto obligado sea omiso en entregar la información requerida, la entregue de manera incompleta o su respuesta al requerimiento formulado resulte insatisfactoria para acreditar el cumplimiento a las obligaciones establecidas en el Reglamento, la Secretaría Ejecutiva deberá dar vista del incumplimiento al área jurídica competente con la finalidad que se inicie el procedimiento sancionador respectivo.
10. Desde mi perspectiva, una interpretación sistemática y armónica de los anteriores preceptos en consonancia con el diverso 136, permite entender que el mero transcurso de los 5 días que prevé el Reglamento de Elecciones para que las personas encargadas de la publicación de encuestas entreguen el estudio respectivo a la Secretaría Ejecutiva no actualiza, por sí sola, la infracción a la normatividad electoral.
11. Ello, pues la misma legislación de la materia prevé que al darse cuenta de que los estudios no fueron entregados, la Secretaría Ejecutiva puede

hacer hasta tres requerimientos a la persona encargada de la encuesta para que cumpla con dicha obligación.

12. Si ante esos requerimientos, la persona omite entregar la información solicitada, la entregue de manera incompleta o su respuesta no sea satisfactoria para garantizar el cumplimiento de la obligación, es entonces que la Secretaría Ejecutiva dará vista a la autoridad competente para dar trámite al procedimiento sancionador, que en el caso del tipo especial es la Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral del INE.
13. Así, desde mi punto de vista, el hecho de que el Reglamento de Elecciones prevea esta facultad de generar requerimientos por parte de la Secretaría Ejecutiva implica que el mero transcurso de los cinco días sin que se haya entregado el estudio correspondiente que avale la información publicada en las encuestas no genera, por sí mismo, la infracción.
14. Desde mi óptica, el ejercicio de esta facultad de requerimiento por parte de la Secretaría Ejecutiva tiene por propósito, entre otros, otorgar una garantía de audiencia a las personas que, a juicio de la autoridad, hubiesen publicado encuestas sin entregar los estudios correspondientes, a fin de que aleguen lo que a su Derecho convenga, en pleno respeto al contenido del artículo 14 constitucional.
15. A mi juicio, adoptar la perspectiva de la mayoría por cuanto hace a este punto equivaldría a dejar completamente vacía esta facultad

reglamentaria de realizar requerimientos, atribuida a la Secretaría Ejecutiva.

16. Así, en términos de economía procedimental, la postura de la mayoría implicaría que ante el mero transcurso de los cinco días, la Secretaría Ejecutiva debiera dar vista a la autoridad electoral encargada de los procedimientos sancionadores, cuestión que no está reglamentada de tal forma.
17. Ahora bien, en el presente caso, está acreditado que Massive Caller S.A. de C.V. presentó los estudios correspondientes el 17 de abril y el 4 de mayo: esto es, antes de que fuera emplazada a procedimiento, habida cuenta que ello ocurrió hasta el 19 de junio.
18. Por eso, al haber operado un cumplimiento espontáneo de su parte, previo a cualquier requerimiento por parte de la Secretaría Ejecutiva o a que hubiera estado formalmente vinculada al procedimiento especial sancionador, es que considero que no debe tenerse por acreditada la infracción de mérito.
19. En esta medida, de manera respetuosa me aparto de las consideraciones de la mayoría y del sentido del fallo por cuanto hace a este punto.

MAGISTRADA

SRE-PSC-214/2018

MARÍA DEL CARMEN CARREÓN CASTRO