

**VOTO PARTICULAR QUE, CON FUNDAMENTO EN LOS ARTÍCULOS 187, 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, EMITE EL MAGISTRADO FELIPE DE LA MATA PIZAÑA, RESPECTO DE LA SENTENCIA DICTADA EN EL RECURSO DE REVISIÓN DEL PROCEDIMIENTO ESPECIAL SANCIONADOR SUP-REP-13/2017.**

Con el respeto y pleno reconocimiento al profesionalismo de las Magistradas y Magistrados, me permito formular el presente voto particular.

**ÍNDICE**

|  |    |
|--|----|
| 1. Consideraciones que sustentan la sentencia                                    | 29 |
| 2. Disenso   | 30 |
| 3. Marco jurídico del modelo de comunicación política y uso indebido de la pauta | 31 |
| 4. Propuesta   | 33 |

**1. Consideraciones que sustentan la sentencia.**

En la sentencia se considera que no asiste la razón al instituto recurrente, en base a las siguientes consideraciones.

A partir de un examen preliminar, en los promocionales denunciados no existe una imputación directa de la comisión de un delito (narco o delincuente) en las personas de Ricardo Anaya Cortés o José Guillermo Anaya Llamas o al Partido Acción Nacional.

El contenido mismo de los promocionales no entra bajo el tamiz de contenido normativo de la calumnia, pues su elemento esencial no se cumple, es decir, que exista la imputación de hechos o delitos falsos en contra de una persona, tal como lo ha considerado la Suprema Corte de Justicia de la Nación y este Tribunal Electoral.

Sostener lo contrario, implicaría la afirmación de que en cualquier promocional donde se empleen notas o artículos que pudiesen provenir de diversas fuentes informativas (periódicos, revistas, etc.), deban ser materia de suspensión mediante la medida cautelar, con la intención de privilegiar un derecho de personalidad en detrimento de la libertad de expresión, en el ámbito del desarrollo de un proceso electoral.

En esa medida, si los elementos audiovisuales contenidos en los promocionales de radio y televisión, no reflejan elementos convictivos, al menos de carácter indiciario, que permitan llegar a la conclusión preliminar de que se ponga en riesgo la honra o reputación de una persona, y constituyan calumnia, no es posible jurídicamente decretar la medida cautelar en los términos solicitados.

**En este punto, me interesa precisar que estoy de acuerdo con la sentencia en el sentido de que no se actualiza la calumnia, en materia electoral.**

## **2. Disenso.**

En el presente caso, consideró que se configura una violación al modelo de comunicación política, lo que se traduce en el uso

indebido de la pauta, motivo por el cual se debe **revocar** el acuerdo impugnado y **ordenar la suspensión** de los promocionales denunciados.

Lo anterior, ya que de la revisión del escrito de queja, así como de la demanda del recurso de mérito, es válido establecer que el partido político actor plantea la impugnación conforme a dos temas:

- a. Calumnia en contra de militantes del Partido Acción Nacional, así como del propio instituto político; y,
- b. Uso indebido de la pauta.

En primer término, el suscrito considera que debe tenerse presente la Jurisprudencia 3/200,<sup>1</sup> propia que contiene el aforismo latino *iura novit curia y da mihi factum dabo tibi jus* (el juez conoce el derecho y dame los hechos y yo te daré el derecho).

Ello, porque quien resuelve conoce el derecho y, por ende, debe subsumir los hechos en los supuestos normativos atinentes.

En la especie, consideró que en el proyecto no se analizó el motivo de disenso relacionado con el uso indebido de pauta, ello es así, pues el instituto político actor en diversas partes de sus escritos aduce la trasgresión a lo establecido en los artículos 41 de la Constitución

---

<sup>1</sup> visible en la página 122 y 123 de la Compilación 1997-2013, Jurisprudencia y tesis en materia electoral, Volumen 1, de rubro: **“AGRAVIOS. PARA TENERLOS POR DEBIDAMENTE CONFIGURADOS ES SUFICIENTE CON EXPRESAR LA CAUSA DE PEDIR”**.

Federal, en relación con el 443, párrafo 1, inciso a) y n), de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.

Los preceptos normativos antes citados regulan en modelo de comunicación política y, por ende, el uso indebido de las pautas a que los institutos políticos tienen derecho.

Situación que implicaba que este órgano jurisdiccional emitiera un pronunciamiento al respecto.

### **3. Marco jurídico del modelo de comunicación política y uso indebido de la pauta.**

El artículo 41, base III, de la Constitución Federal prevé que los partidos políticos nacionales tendrán derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación social, como parte de sus prerrogativas, especificándose la forma de distribución de los mensajes y programas de los partidos y de las autoridades electorales.

El citado precepto constitucional, acorde con lo determinado por la Sala Superior precisa el **modelo de comunicación política electoral**<sup>2</sup>, que implica para las distintas fuerzas políticas el acceso a los medios de comunicación social de manera equitativa, que deberán utilizar en forma necesaria, pero también racional, a fin de generar un equilibrio

---

<sup>2</sup> Sentencia del recurso de revisión del procedimiento especial sancionador SUP-REP-57/2015 y acumulados.

entre las distintas fuerzas políticas de manera que ningún instituto político tenga una exposición desmedida frente al electorado.

Es decir, que los partidos políticos y candidatos cuentan con el derecho legítimo de difundir propaganda política a través de los medios de comunicación social, **a efecto de transmitir información con carácter eminentemente ideológico, que tiene por objeto crear, transformar o confirmar opiniones a favor de ideas y creencias, estimular determinadas conductas políticas, así como emitir propaganda electoral, mediante la cual se busca colocar en las preferencias de los electores a un partido, candidato**, entre otros.

En ese sentido, debe mencionarse que el *modelo de comunicación política*, constituye un sistema de principios constitucionales y normas a las que se debe sujetar **el intercambio de ideas políticas, en el tiempo en radio y televisión, administrado por el Instituto Nacional Electoral**.

Este sistema tiene por objeto fijar pautas o lineamientos para una comunicación equitativa, sin que ello implique el establecimiento de restricciones injustificadas al derecho de libertad de expresión de los participantes.

Ahora bien, en el acceso de los partidos políticos a los tiempos en radio y televisión durante las precampañas, por regla general, **la propaganda se dirige a sus militantes o simpatizantes con la finalidad de definir las personas que postularán en las candidaturas a los cargos de elección popular**, por lo cual, en los mensajes que difunden a través de los tiempos en radio y televisión promueven de forma equitativa a

las y los precandidatos, **quienes tienen la encomienda de dar a conocer sus propuestas, indicando claramente mediante gráficos o auditivos, su calidad de precandidato o precandidata.**

De hecho, el *modelo comunicación política* está diseñado para que ciudadanos, candidatos partidistas o independientes, partidos políticos, medios de comunicación y autoridades entablen un diálogo o debate público en el que se escuchen todas las voces en forma equitativa, en la radio y la televisión, es decir, **la finalidad de este esquema regulatorio es permitir la convivencia y confluencia de todos los participantes en el ejercicio de sus respectivos derechos.**

De ahí que la afectación al modelo de comunicación política en spot de precampaña entraña un uso indebido de la pauta, lo cual actualiza la infracción administrativa establecida en los artículos 159, párrafos 1 y 2, 168, 247, párrafo 1, y 443 incisos a), h) y n), del apartado 1, de la Ley de General de Instituciones y Procedimientos Electorales, 37 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, en relación con el artículo 41, inciso b), del Apartado A, de la base III, de la Constitución Federal.

#### **4. Propuesta.**

En el caso, estimó que asiste la razón al instituto político actor, toda vez que, del análisis preliminar, se advierte que el contenido del mensaje afecta el modelo de comunicación política establecido a nivel constitucional para la materia electoral.

Esto es así, porque en el promocional se aprecia la utilización de imágenes de dos militantes del Partido Acción Nacional, en específico su Presidente Nacional y el precandidato a Gobernador postulado por dicho instituto, de manera descontextualizada, relacionándolos con un tema sensible para la sociedad mexicana como es el narcotráfico, con la finalidad de distorsionar la percepción del electorado para efectos del voto informado, transgrediéndose con ello el modelo de comunicación política.

En otros términos, si bien las frases que se utilizan tienen un carácter genérico e indeterminado, lo cierto es que en vez de utilizarse imágenes con dichas características –por ejemplo, un grupo de personas- se emplean fotografías de militantes específicos y reconocibles por su exposición pública.

Tal situación, en apariencia de buen derecho, afecta el modelo comunicación política, porque lejos de permitir la convivencia y confluencia armónica de todos los participantes en el ejercicio de sus respectivos derechos; desarrollar el intercambio de ideas políticas; dar a conocer propuestas; definir las personas que postularán en las candidaturas, o bien, realizar una crítica caustica o vehemente, se advierte que el promocional en cuestión pretende utilizar frases e imágenes de miembros del Partido Acción Nacional, sin mayor contexto referencial, para distorsionar la percepción de electorado para la emisión del voto informado.

En ese sentido, específicamente por lo que corresponde a tres imágenes en las que se hace referencia a la frase: “**No permitamos**

**que familiares del narco y la delincuencia regresen de azul o de naranja**", y en las que de forma gráfica aparecen notas periodísticas de las que se advierte con claridad el rostro del Presidente Nacional del Partido Acción Nacional, Ricardo Anaya y un encabezado que sostiene: *"Ricardo Anaya critica 'gasolinazo', pero el PAN aprobó la reforma energética"*, y además, se aprecian dos aparentes portadas de dos diarios denominados: *"El Diario"* y *"Vanguardia"*, en las que se observa la imagen de lo que es una persona detenido por la autoridad, quien en apariencia se trata de un narcotraficante puesto que ambas notas contienen entre otros, los siguientes encabezados: *"Anaya me apoyaba con traslado de coca"* y *"Acusan a Anaya de proteger a 'El Grande'"*, hacen evidente que el promocional se aleja de los límites legales permitidos.

Esto es así, porque en el promocional se trata de identificar de manera descontextualizada y ajena al debate sustentado a miembros del citado instituto político con el narco y la delincuencia, pues en el promocional se sostiene que no se debe permitir que familiares del narco y la delincuencia regresen vestidos de azul o de naranja, y se advierte la imagen del Presidente Nacional del Partido Acción Nacional, así como imágenes de notas periodísticas cuyo encabezado señala que el precandidato a la Gubernatura de dicho instituto político protegió a un presunto narcotraficante y de fondo aparecen los colores del emblema de dicho instituto político, situación que contraviene la finalidad de **entablar un diálogo o debate público**.

Lo cual es más evidente en el periodo de precandidaturas, ya que por regla general el modelo de comunicación política está destinado en



la citada fase a que los partidos políticos, en el marco de sus procesos de selección interna den a conocer a sus militantes, simpatizantes o aquellos ciudadanos con derecho a participar al mismo sus propuestas políticas.

En este contexto, debe considerarse que cada etapa del proceso electoral tiene finalidades específicas, y los partidos políticos son corresponsables de los principios rectores de la materia electoral, aunado al deber de todas las autoridades de garantizar tales principios y de evitar procesos de discriminación, exclusión o estigmatización injustificada de personas o grupos que impacten en un proceso electoral, de forma tal que inhiban la participación política, condicionen o coercionen el ejercicio del derecho al sufragio o afecten el derecho a la información de la ciudadanía.

Por ello, el juzgador, al realizar el análisis preliminar, debe tomar en cuenta la etapa del proceso electoral y sus formalidades respecto al tipo de propaganda permitida; es decir, el tiempo ordinario (propaganda genérica); etapa de precampaña (propaganda genérica o específica de precandidaturas dirigidas a la militancia); etapa de intercampana (promocionales genéricos); etapa de campaña (propaganda genérica y propaganda dirigida a obtener el voto de la ciudadanía o cuestionar a otras fuerzas políticas); etapa de veda electoral (supresión de la propaganda electoral de los partidos políticos).

Bajo esa perspectiva, en los periodos de precampañas electorales, el objetivo principal de la propaganda está orientado generalmente a los procesos de selección interna de candidaturas.

De tal manera que, en el periodo de precampaña, la urgencia y la necesidad de una medida cautelar debe ponderar la etapa de difusión del material pautado, el objetivo del dialogo con el receptor y favorecer aquellas interpretaciones que fortalezcan la información.

Por ello, se debe procurar que en el contenido de los promocionales de precampaña no se manipule o distorsione información respecto de otras fuerzas política, a partir de elementos, cuya estrategia sea fundamentalmente identificar negativamente a alguno de los contendientes o a un grupo de personas identificadas con una fuerza políticas con miras a impactar en la contienda electoral, sin relación con el proceso de selección interna de candidaturas de los partidos, en particular tratándose de hechos o conductas ilícitas que pueden tener de manera manifiesta un alto impacto o ser temas sensibles para la opinión pública (v.gr. el narcotráfico) y la sociedad en general, situación que no acontece en el caso.

Por lo expuesto, estimó que debe revocarse el acuerdo impugnado.

**MAGISTRADO**

**FELIPE DE LA MATA PIZAÑA**