

RECURSO DE APELACIÓN.

EXPEDIENTE: SUP-RAP-254/2012.

RECORRENTE: PARTIDO
REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL.

AUTORIDAD RESPONSABLE:
CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO
FEDERAL ELECTORAL.

MAGISTRADO PONENTE: PEDRO
ESTEBAN PENAGOS LÓPEZ.

SECRETARIO: SERGIO DÁVILA
CALDERÓN.

México, Distrito Federal, a veinte de junio de dos mil doce.

VISTOS, para resolver, los autos del expediente al rubro indicado, relativo al recurso de apelación interpuesto por el Partido Revolucionario Institucional, para impugnar el acuerdo CG314/2012, emitido por el Consejo General del Instituto Federal Electoral, mediante el cual resolvió el procedimiento especial sancionador iniciado con motivo de la denuncia presentada por dicho instituto político en contra del Partido Acción Nacional, por hechos que consideró constitutivos de infracciones al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, identificado con la clave de expediente SCG/PE/PRI/CG/150/PEF/227/2012, y

R E S U L T A N D O :

I. Antecedentes. De la narración de hechos expuestos por el Partido Revolucionario Institucional en su escrito de demanda,

SUP-RAP-254/2012

así como de las constancias que obran en autos del expediente del recurso al rubro indicado, se advierten los siguientes antecedentes:

1. Denuncia para iniciar procedimiento sancionador. El cuatro de mayo de dos mil doce, se recibió en la Secretaría Ejecutiva del Instituto Federal Electoral, escrito signado por el representante del Partido Revolucionario Institucional ante el Consejo General de ese Instituto, a través del cual hizo del conocimiento de esa autoridad, hechos presuntamente violatorios del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, consistentes en la difusión de diversos promocionales de televisión y radio intitulados “Compromisos no cumplidos”, en los cuales se solicita el voto a favor de Senadores y Diputados del Partido Acción Nacional, pero a través de los cuales, en concepto del partido, se hacen críticas o señalamientos directos referentes a la campaña electoral para el cargo de Presidente de la República por el Partido Revolucionario Institucional.

Derivado de la presentación de dicha denuncia, se integró el expediente identificado con la clave SCG/PE/PRI/CG/150/PEF/227/2012.

2. Audiencia de pruebas y alegatos. Una vez emplazados los sujetos denunciados, el catorce de mayo de dos mil doce, se celebró la audiencia de pruebas y alegatos a que se refiere el artículo 369 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

3. Resolución del Consejo General. El dieciséis de mayo del presente año, el Consejo General del Instituto Federal Electoral dictó resolución en el procedimiento especial sancionador, la cual fue identificada con la clave CG314/2012, en la que determinó lo siguiente:

“ ...

PRIMERO. Se declara **infundado** el Procedimiento Especial Sancionador incoado en contra del Partido Acción Nacional por la presunta conculcación al artículo 342, párrafo 1, inciso a) y n) y 367, párrafo 1, inciso b), en relación con el artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, en virtud de la presunta contravención a las normas sobre propaganda política o electoral establecidas para los partidos políticos, en virtud de que los hechos denunciados consisten en la presunta violación a los principios de legalidad y equidad en la contienda atribuibles al Partido Acción Nacional, derivado de la difusión de los promocionales intitolados “Compromisos No Cumplidos 1A”, “Compromisos No Cumplidos 1B”, “Compromisos No cumplidos 3”, “Compromisos No Cumplidos 4” y “Compromisos No Cumplidos Seguridad” identificados con las claves RV00394-12, RV00395-12, RV00428-12, RV00429-12, RV00512-12, RA00712-12, RA00713-12, RA00800-12, y RA00801-12, toda vez que la propaganda electoral que emite el Partido Acción Nacional a través de los espacios destinados a las campañas para Diputados y Senadores del propio instituto político, realiza propaganda electoral destinada a posicionar la campaña por el cargo de elección correspondiente al Ejecutivo Federal, en virtud de que presentan características que confunden al electorado cuando hacen promoción o difusión a favor de los candidatos a Diputados Federales y Senadores por el Partido Acción Nacional, a pesar de que el conjunto del mensaje está enfocado en la campaña presidencial, en términos del Considerando OCTAVO de la presente Resolución.

SEGUNDO. Se dejan sin efectos las medidas cautelares decretadas por la Comisión de Quejas y Denuncias de este Instituto en la Trigésima Séptima Sesión Extraordinaria de carácter urgente, celebrada en fecha siete de mayo del presente año, respecto de los promocionales identificados con las claves RV00512-12 y RA00801-12, en términos del Considerando NOVENO de la presente determinación.

SUP-RAP-254/2012

...”

II. Recurso de Apelación. El veinte de mayo de dos mil doce, el Partido Revolucionario Institucional, por conducto de su representante, presentó ante la Secretaría Ejecutiva del Instituto Federal Electoral, demanda de recurso de apelación, para controvertir el acuerdo CG314/2012.

III. Recepción en la Sala Superior. El veinticinco de mayo de dos mil doce, se recibió en la Oficialía de Partes de esta Sala Superior, el oficio SCG/4580/2012, firmado por el Secretario del Consejo General del Instituto Federal Electoral, por medio del cual remite la demanda del recurso de apelación que interesa, y sus anexos.

IV. Integración, registro y turno a ponencia. El veinticinco de mayo del año en curso, el Magistrado Presidente del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, ordenó integrar, registrar y turnar el expediente SUP-RAP-254/2012 a la ponencia del Magistrado Pedro Esteban Penagos López, para los efectos previstos en el artículo 19 de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral.

Dicho acuerdo fue cumplido por el Secretario General de Acuerdos de la Sala Superior, mediante oficio **TEPJF-SGA-4254/12**.

V. Admisión y cierre de instrucción. En su oportunidad, el magistrado instructor radicó y admitió a trámite el presente recurso y, en el momento procesal respectivo, declaró cerrada

su instrucción, quedando el asunto en estado de dictar sentencia; y

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

PRIMERO. Jurisdicción y competencia. el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación tiene jurisdicción y la Sala Superior es competente para conocer del presente asunto, con fundamento en lo dispuesto en los artículos 99, párrafo cuarto, fracción III de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 40, párrafo 1, inciso b), 42, y 44, párrafo 1, inciso a), de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral, por tratarse de un recurso de apelación presentado para impugnar una resolución del Consejo General del Instituto Federal Electoral, por el que se declaró infundado un procedimiento especial sancionador incoado en contra del Partido Acción Nacional.

SEGUNDO. El presente medio de impugnación reúne los requisitos de procedencia previstos en los artículos 7; 8; 9, párrafo 1, y 42, de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral, de acuerdo con lo siguiente:

a) Forma. La demanda del recurso de apelación se presentó por escrito ante la autoridad responsable, y en él se hace constar el nombre del recurrente, su domicilio para oír y recibir notificaciones, así como las personas autorizadas para ello; se identifica el acto impugnado y la autoridad responsable; se mencionan los hechos en que se basa la impugnación; los

SUP-RAP-254/2012

agravios que causa la resolución controvertida y los preceptos presuntamente violados; se ofrecen pruebas y se hace constar, tanto el nombre, como la firma autógrafa de quien promueve.

b) Oportunidad. El recurso de apelación fue interpuesto oportunamente, puesto que, de las constancias que obran en autos, se advierte que la resolución impugnada se notificó el dieciséis de mayo de dos mil doce y el recurso de apelación se presentó el veinte de mayo siguiente, esto es, dentro del plazo de cuatro días previsto al efecto por el artículo 8 de la referida ley general.

c) Legitimación y personería. Por lo que respecta a la legitimación, se estima colmado el requisito de procedencia en el presente asunto, toda vez que en conformidad con lo dispuesto en el artículo 45, párrafo 1, inciso a), de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral pueden interponer recurso de apelación los partidos políticos a través de sus representantes legítimos.

Aunado a lo anterior, debe precisarse que al rendir el informe circunstanciado correspondiente, el Secretario del Consejo General del Instituto Federal Electoral le reconoce al promovente la personería con la que se ostenta, al haber sido parte en el procedimiento especial sancionador cuya resolución es materia de análisis en este expediente, acorde con lo dispuesto en el artículo 18, párrafo 2, inciso a), de la invocada ley procesal electoral.

d) Interés jurídico. El promovente tiene interés jurídico para reclamar la resolución impugnada, toda vez que ha sido criterio reiterado de este órgano jurisdiccional electoral federal que los sujetos involucrados en un procedimiento especial sancionador, sean denunciados o denunciados, cuentan con interés jurídico directo para controvertir las resoluciones emitidas por las autoridades administrativas electorales que recaen a un procedimiento de esa naturaleza, pues cuentan con el derecho de que tales decisiones se apeguen a los principios de constitucionalidad y de legalidad, siendo este medio de impugnación el modo eficaz para reparar las conculcaciones a tales principios rectores de la materia electoral.

e) Definitividad. La resolución dictada por el Consejo General del Instituto Federal Electoral se considera un acto definitivo, toda vez que en la legislación electoral federal no está previsto ningún medio de impugnación que necesite ser agotado antes de acudir a esta instancia; por tanto, debe estimarse colmado el presente requisito de procedencia.

Bajo estas premisas, y al estar plenamente demostrado que el medio de impugnación cumple los requisitos de procedibilidad previstos en la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral, lo procedente es entrar al estudio de fondo de la *litis* planteada, previa transcripción de la resolución controvertida y agravios planteados.

TERCERO. Acto impugnado. En lo que interesa al presente asunto, las consideraciones de la resolución impugnada son las

siguientes:

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

...

QUINTO. HECHOS DENUNCIADOS, EXCEPCIONES Y DEFENSAS. En ese sentido, y en relación con el fondo del asunto, tenemos que:

El **denunciante** hizo valer, lo siguiente:

- Que con fecha 7 de octubre de 2011 dio inicio el Proceso Electoral para la elección de Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos.
- Que el 29 de marzo de 2012 inició el periodo de campañas electorales.
- Que el Partido Acción Nacional ha estado transmitiendo a través de los espacios asignados por este Instituto como parte de su prerrogativa en radio y televisión, diversos promocionales alusivos a las campañas de Diputados y Senadores, a través de los cuales infringe la normativa electoral.
- Que dicha conducta resulta violatoria de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.
- Que el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales establece una clara diferenciación en la distribución de tiempos en radio y televisión dependiendo del tipo de campaña electoral que se dispute.
- Que las campañas que disputan el cargo de elección por Diputados y Senadores son comprendidas en una misma distribución de espacios en radio y televisión, así como de manera independiente se encuentra el acceso a dichos medios para las campañas de la elección por la Presidencia de la República.
- Que se puede determinar que los mensajes que transmitan los partidos políticos y sus candidatos, deberán corresponder al contenido y lógica de cada tipo de campaña, es decir, las críticas, propuestas e imágenes de cada mensaje deberá respetar el tipo de campaña al cual

pertenezcan y solo podrán transmitirse en los espacios en radio y televisión que le sean atinentes.

- Que cualquier referencia a una campaña ajena implicaría una intromisión al artículo 60 del Código Electoral.
- Que el Partido Acción Nacional lleva a cabo una infracción electoral por que en la propaganda electoral que emite a través de los espacios destinados a las campañas para Diputados y Senadores del propio instituto político, realiza propaganda electoral destinada a posicionar la campaña por el cargo de elección correspondiente al Ejecutivo Federal del mismo instituto político.
- Que de los 30 segundos que duran cada uno de los promocionales denunciados, 26 ó 27 de ellos, están destinados a hacer referencia al C. Enrique Peña Nieto y 2 ó 3 segundos hacen referencia a las campañas de diputados federales y senadores.
- Que el Partido Acción Nacional estriba en obsequiarse un posicionamiento ilícito en su campaña federal por el cargo de Presidente de la República, a través del empleo o uso de espacios en radio y televisión, referentes a las campañas de Diputados Federales y Senadores, ya que en los mismos no se promueve la imagen, nombre o cargo de algún candidato a diputado o senador del Partido Acción Nacional.
- Que los promocionales denunciados presentan características que suscitan confusión en el electorado al pretender hacer promoción a favor de los candidatos a Diputados Federales y Senadores del Partido Acción Nacional, a pesar de que el conjunto del mensaje está enfocado en la campaña presidencial en curso.
- Que el Código Electoral establece un porcentaje mínimo que deberá destinarse a la transmisión de mensajes de Senadores y Diputados o bien del Poder Ejecutivo y ello atiende a que se respete el principio de equidad en la contienda.
- Que la propaganda denunciada puede afectar de manera determinante el proceso para la elección de Presidente de la República y la renovación del Congreso de la Unión, violándose los principios de legalidad y equidad en la contienda electoral.

Al respecto, al comparecer en la audiencia de pruebas y alegatos, celebrada el día dieciséis de abril de dos mil doce,

SUP-RAP-254/2012

el denunciado que hizo uso de la voz argumentó en lo que interesa lo siguiente:

El Representante Propietario del **Partido Acción Nacional** ante el Consejo General del Instituto Federal Electoral, hizo valer lo siguiente:

- Que el Partido Acción Nacional niega de manera categórica, las imputaciones realizadas por el representante del Partido Revolucionario Institucional.
- Que se duele de que se ha interpretado y aplicado una norma electoral en forma restrictiva, pues la autoridad electoral administrativa, decreta una medida cautelar sin fundar y motivar debidamente la citada determinación provisional.
- Que la autoridad responsable parte de una premisa errónea al dar por sentado que el promocional de mérito, se trata de la campaña electoral al poder legislativo, pues la ley electoral federal solamente impone una condición cuantitativa durante todo el período de campaña, al imponer que se destine un porcentaje de los promocionales a la elección legislativa.
- Que si bien, el promocional hace alusión al candidato presidencial del Partido Revolucionario Institucional y en su parte final aparece un cintillo con la leyenda "vota por diputados federales y senadores del PAN", ambos contenidos no violan disposición legal ni constitucional alguna.
- Que dicho promocional fue pautado como parte de las prerrogativas asignadas al Partido Acción Nacional, pero en ningún momento se especificó a qué campaña debería considerarse.
- Que existen dos maneras de presumir la violación del artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, por un lado, la contabilización de los promocionales pautados hasta la fecha y que tengan clara identidad con alguna campaña electoral en específico y de esa manera realizar la operación aritmética para saber si hay elementos que supongan dicha transgresión, en razón de los porcentajes destinados para cada campaña electoral en específico, o bien al finalizar el período de campaña y saber si en efecto se ha distribuido el porcentaje señalado en el mencionado artículo.

- Que es prerrogativa de los partidos políticos determinar libremente la distribución de tiempo que le corresponde por mandato legal y de esa manera distribuirlo entre sus diferentes candidatos a puestos de elección popular.
- Que la comunicación política que realizan los partidos políticos a lo largo de las campañas, entre otras cosas, con la difusión de promocionales en radio y televisión, se entiende que estos disponen de un margen de actuación cuyo único límite es lo contenido en el artículo 6 constitucional.
- Que los promocionales identificados con las claves RV00512-12 y RA00801-12, designados para solicitar el voto para los Diputados Federales y Senadores del Partido Acción Nacional, actualizan uno de los supuestos que regulan la propaganda difundida por los partidos, esto es, la regla de distribución de tiempos prevista en el artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

SEXTO. LITIS. Que una vez expuestos los hechos denunciados por el representante propietario del Partido Revolucionario Institucional ante el Consejo General del Instituto Federal Electoral, así como las excepciones y defensas hechas valer por las partes, se procede a fijar la **litis** del presente procedimiento.

- La presunta transgresión a lo previsto en el artículo 342, párrafo 1, inciso a) y n) y 367, párrafo 1, inciso b), en relación con el artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, atribuible al **Partido Acción Nacional**, en virtud de la presunta contravención a las normas sobre propaganda política o electoral establecidas para los partidos políticos, en virtud de que los hechos denunciados consisten en la presunta violación a los principios de legalidad y equidad en la contienda atribuibles al Partido Acción Nacional, derivado de la difusión de los promocionales intitulados “Compromisos No Cumplidos 1A”, “Compromisos No Cumplidos 1B”, “Compromisos No cumplidos 3”, “Compromisos No Cumplidos 4” y “Compromisos No Cumplidos Seguridad” identificados con las claves RV00394-12, RV00395-12, RV00428-12, RV00429-12, RV00512-12, RA00712-12, RA00713-12, RA00800-12, y RA00801-12, toda vez que la propaganda electoral que emite el Partido Acción Nacional a través de los espacios destinados a las campañas para Diputados y Senadores del propio instituto político, realiza propaganda electoral destinada a posicionar la campaña por el cargo de elección correspondiente al Ejecutivo Federal, en virtud de que presentan características que confunden al electorado cuando hacen promoción o difusión a favor de los candidatos

SUP-RAP-254/2012

a Diputados Federales y Senadores por el Partido Acción Nacional, a pesar de que el conjunto del mensaje está enfocado en la campaña presidencial.

SÉPTIMO. EXISTENCIA DE LOS HECHOS Y VALORACIÓN DE PRUEBAS. Una vez sentado lo anterior, por cuestión de método, y para la mejor comprensión del presente asunto, esta autoridad electoral federal estima pertinente verificar **la existencia de los hechos** materia del actual procedimiento, para lo cual resulta procedente valorar el caudal probatorio que obra en autos consistente en las pruebas aportadas por las partes y las recabadas por esta autoridad electoral con el objeto de determinar los extremos que de las mismas se desprenden.

PRUEBAS APORTADAS POR EL REPRESENTANTE PROPIETARIO DEL PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL ANTE EL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL PRUEBA TÉCNICA.

Consistente en un disco compacto, que contiene los testigos de audio y video correspondientes a los promocionales identificados con las claves RV00394-12, RV00395-12, RV00428-12, RV00429-12, RV00512-12, RA00712-12, RA00713-12, RA00800-12, y RA00801-12 mismos que son del tenor siguiente:

- Promocional de televisión perteneciente al Partido Acción Nacional identificado con el número RV00394-12, intitulado “Compromisos No Cumplidos 1A” cuya duración es de aproximadamente 30 segundos.

Voz en off:

*“Así cumplió sus compromisos Peña como gobernador, compromiso número 67, construcción de la vialidad Barranca del Negro en Huixquilucan; estas son las imágenes reales del compromiso supuestamente cumplido.
Compromiso número 57, creación de un parque ecoturístico en la Laguna de Zumpango; estas son las imágenes reales del compromiso supuestamente cumplido. Conócelo, Peña, no cumple”*



- Promocional de televisión perteneciente al Partido Acción Nacional identificado con el número RV00395-12, intitulado “Compromisos No Cumplidos 1B” cuya duración es de aproximadamente 30 segundos.

Voz en off:

“Así cumplió sus compromisos Peña como gobernador, compromiso número 67, construcción de la vialidad Barranca del Negro en Huixquilucan; estas son las imágenes reales del compromiso supuestamente cumplido. Compromiso número 57, creación de un parque ecoturístico en la Laguna de Zumpango; estas son las imágenes reales del compromiso supuestamente cumplido. Peña es un mentiroso, no cumple”.



- Promocional de televisión perteneciente al Partido Acción Nacional identificado con el número RV00428-12, intitulado “Compromisos No Cumplidos 3” cuya duración es de aproximadamente 30 segundos.

Voz en off:

“Peña dice que cumple sus compromisos, pero no es verdad. Revisémoslos...”

SUP-RAP-254/2012

El 73, derivación del macro circuito de agua potable a Atizapán de Zaragoza.

Peña dice que cumplió pero la obra no está terminada, si vas al lugar lo encuentra así...

Otro ejemplo, el compromiso 269, pavimentación de los 13 pueblos de Izcalli, Peña mostró las calles terminadas pero siguen siendo de terracería, míralas Acude a estos lugares y velo con tus propios ojos.

Cuando Peña dice que cumple, no puedes confiar en él.

Peña, no cumple”.



- Promocional de televisión perteneciente al Partido Acción Nacional identificado con el número RV00429-12, intitulado “Compromisos No Cumplidos 4” cuya duración es de aproximadamente 30 segundos.

Voz en off:

“Peña hizo más de 600 compromisos y dice que cumplió, veámoslos...”

El 386, continuación de la carretera Coatepec Harinas a los venados.

Peña dice que se terminó, pero está abandonada y es peligrosa.

Otro ejemplo, compromiso 512, transporte articulado de Ciudad Azteca a Buenavista

Peña dice que cumplió pero desde Ecatepec hasta lechería, la obra está abandonada

Acude a estos lugares y velo con tus propios ojos.

Cuando Peña dice que cumple, no puedes confiar en él.

Peña, no cumple”.



- Promocional de televisión perteneciente al Partido Acción Nacional identificado con el número RV00512-12, intitulado “Compromisos No Cumplidos Seguridad” cuya duración es de aproximadamente 30 segundos.

Voz en off:

*“Como candidato a gobernador, Peña prometió seguridad en su estado y dice que cumplió, veamos la realidad el estado de México llegó a ser el estado con más crecimiento del crimen en todo el país, cuando Peña era gobernador 1 de cada 3 feminicidios en el país ocurrió en el estado de México, gobernado por Peña Llegó a ser el estado con mayor número de violaciones, Se incrementaron a más del doble el número de secuestros pregunta a quienes vivieron en el estado de México y lo padecieron.
La verdad, nunca divide, Peña divide cuando miente
Peña, no cumple.*



Versiones para radio

- Promocional de radio perteneciente al Partido Acción Nacional identificado con el número RA00712-12, intitulado “Compromisos No Cumplidos 1A”.

Voz en off:

SUP-RAP-254/2012

“Así cumplió sus compromisos Peña como gobernador, Compromiso número 67, construcción de la vialidad Barranca del Negro en Huixquilucan;

Voz femenina: en campaña nos prometió que nos iba a poner la vialidad de la barranca y no nos cumplió, la obra está abandonada.

Compromiso número 57, creación de un parque ecoturístico en la Laguna de Zumpango;

Voz femenina: Aquí vino Peña cuando era candidato, nos prometió y mire nomas este cochinerito, hasta los niños se nos enferman.

Conócelo, Peña, no cumple”

Vota por Diputados Federales y Senadores del PAN

- Promocional de radio perteneciente al Partido Acción Nacional identificado con el número RAV00713-12, intitulado “Compromisos No Cumplidos 1B”.

Voz en off:

“Así cumplió sus compromisos Peña como gobernador, Compromiso número 67, construcción de la vialidad Barranca del Negro en Huixquilucan;

Voz femenina: en campaña nos prometió que nos iba a poner la vialidad de la barranca y no nos cumplió, la obra está abandonada.

Compromiso número 57, creación de un parque ecoturístico en la Laguna de Zumpango;

Voz femenina: Aquí vino Peña cuando era candidato, nos prometió y mire nomas este cochinerito, hasta los niños se nos enferman

Peña es un mentiroso, no cumple”.

Vota por Diputados Federales y Senadores del PAN

- Promocional de radio perteneciente al Partido Acción Nacional identificado con el número RA00800-12, intitulado “Compromisos No Cumplidos 3”.

Voz en off:

“Peña dice que cumple sus compromisos, pero no es verdad. Revisémoslos...

El 73, derivación del macro circuito de agua potable a Atizapán de Zaragoza.

Peña dice que cumplió pero la obra no está terminada,

Otro ejemplo, el compromiso 269, pavimentación de los 13 pueblos de Izcalli,

Peña mostró las calles terminadas pero siguen siendo de terracería,

*Acude a estos lugares y velo con tus propios ojos.
Cuando Peña dice que cumple, no puedes confiar en él.
Peña, no cumple”.*
Vota por Diputados Federales y Senadores del PAN

- Promocional de radio perteneciente al Partido Acción Nacional identificado con el número RA00801-12, intitulado “Compromisos No Cumplidos 4” cuya duración es de aproximadamente 30 segundos.

Voz en off:

*“Peña hizo más de 600 compromisos y dice que cumplió, veámoslos...
El 386, continuación de la carretera Coatepec Harinas a los venados.
Peña dice que se terminó, pero está abandonada y es peligrosa
O el 512, transporte articulado de Ciudad Azteca a Buenavista
Peña dice que cumplió pero desde Ecatepec hasta lechería, la obra está abandonada
Acude a estos lugares y velo con tus propios ojos.
Cuando Peña dice que cumple, no puedes confiar en él.
Peña, no cumple”.*

De dichos promocionales se desprende lo siguiente:

- Que dichos promocionales narran diversos compromisos adquiridos por el C. Enrique Peña Nieto, en su calidad de gobernador del estado de México.
- Que los mismos, indican que el C. Enrique Peña Nieto no cumplió dichos compromisos.
- Que solicitan al televidente o radioescucha que acuda a diversos lugares a verificar las afirmaciones vertidas en dichos promocionales.
- Que en cada uno de ellos aparece una leyenda que dice: “Vota por Diputados Federales y Senadores del PAN”, así como en las versiones para radio se escucha la misma oración.

Al respecto, debe decirse que el elemento probatorio de referencia, dada su naturaleza tiene el carácter de **prueba técnica cuyo valor probatorio es indiciario**, en atención a lo dispuesto por los artículos 358, párrafo 3, inciso c); 359, párrafos 1 y 3 Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, en relación con los artículos 34, párrafo 1, inciso c); 38; 42; 45, párrafos 1 y 3 del Reglamento

SUP-RAP-254/2012

de Quejas y Denuncias del Instituto Federal Electoral y por ende sólo tienen el carácter de indicios respecto de los hechos que en ellos se refieren.

En ese tenor, cabe recordar que se considera que las pruebas técnicas han sido reconocidas unánimemente por la doctrina como de tipo imperfecto, ante la relativa facilidad con que se pueden confeccionar y la dificultad para demostrar de modo absoluto e indudable las falsificaciones o alteraciones que pudieran haber sufrido, pues es un hecho notorio que actualmente existen al alcance común de la gente un sinnúmero de aparatos, instrumentos y recursos tecnológicos y científicos para la obtención de imágenes, videos y de casetes de audio de acuerdo al deseo, gusto o necesidad de quien las realiza, ya sea mediante la edición total o parcial de las representaciones que se quieren captar y/o de la alteración de las mismas, colocando a una persona o varias en determinado lugar y circunstancias o ubicándolas de acuerdo a los intereses del editor para dar la impresión de que están actuando conforme a una realidad aparente o en su caso, con la creación de las mismas en las circunstancias que se necesiten.

DILIGENCIAS DE INVESTIGACIÓN DE LA AUTORIDAD ELECTORAL

Es de referir que el Secretario Ejecutivo en su carácter de Secretario del Consejo General del Instituto Federal Electoral, en uso de sus facultades de investigación y a efecto de allegarse de mayores elementos que permitieran la debida integración del presente asunto, requirió diversa información a la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos de este Instituto.

Requerimiento de información a la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos:

“(…)

se sirva proporcionar la información que se detalla a continuación: a) Si como resultado del monitoreo efectuado por la Dirección a su digno cargo, ha detectado la transmisión de los promocionales intitulados “Compromisos No Cumplidos 1A”, “Compromisos No Cumplidos 1B”, “Compromisos No cumplidos 3”, “Compromisos No Cumplidos 4” y “Compromisos No Cumplidos Seguridad” identificados con las claves RV00394-12, RV00395-12, RV00428-12, RV00429-12, RV00512-12, RA00712-12, RA00713-12, RA00800-12, y RA00801-12; b) De ser afirmativa la respuesta al

cuestionamiento anterior, rinda un informe detallando los días y horas en que fueron transmitidos, el número de impactos y los canales de televisión o estaciones de radio, en que se estén o hayan transmitido los spots de mérito, precisando si a la fecha en que tenga conocimiento del presente requerimiento, los mismos se siguen transmitiendo. Especificando si se difunden como parte de la prerrogativa de acceso a los medios de comunicación del Partido Acción Nacional y en su caso la vigencia de los promocionales de mérito; sirviéndose acompañar copia de las constancias que estime pertinentes para dar soporte a la razón de su dicho; c) Del mismo modo y de ser afirmativa la respuesta al cuestionamiento anterior, sírvase proporcionar el nombre de la persona física, o bien, la razón o denominación social del concesionario o permisionario, o en su caso, indique el nombre y domicilio del representante legal de las empresas de radio y televisión en las que se haya detectado la transmisión de los promocionales en comento; y d) De ser el caso que los spots antes detallados no hayan sido pautados por el instituto político en comento, sírvase generar la huella acústica respectiva, a efecto de remitir la información antes requerida.

(...)"

Asimismo con fecha seis de mayo de dos mil doce se recibió en la oficialía de partes de la Dirección Jurídica de este Instituto el oficio DEPPP/4119/2012, signado por el Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos del Instituto Federal Electoral, que en la parte que interesa menciona lo siguiente:

"(...)

Al respecto, cabe señalar que los promocionales de mérito fueron pautados por este Instituto como parte de las prerrogativas del Partido Acción Nacional para el Proceso Electoral Federal 2011-2012, con las siguientes vigencias:

Registros	Duración	Partido Político	Versión	oficio petición del partido para su transmisión		Vigencia	Oficio petición del partido para su cancelación de transmisión		Observaciones
				Número	Fecha		Número	Fecha	
RV0039 5- 12	30 Seg.	PAN	Compromisos no cumplidos B1	RPAN/4 85/20 12	09-abr- 12	Del 15 al 19 de abril	RPAN/5 20/2012	14- abr-12	Spot Federal
RA0071 3- 12	30 Seg.	PAN	Compromisos no cumplidos B1	RPAN/4 85/20 12	09-abr- 12	Del 15 al 19 de abril	RPAN/5 20/2012	14- abr-12	Spot Federal
RV0039	30 Seg.	PAN	Compromisos	RPAN/5	14-abr-	Del 20 al	RPAN/5	23-	Spot Federal

SUP-RAP-254/2012

Registros	Duración	Partido Político	Versión	oficio petición del partido para su transmisión		Vigencia	Oficio petición del partido para su cancelación de transmisión		Observaciones
				Número	Fecha		Número	Fecha	
4-12			no cumplidos 1 A	20/2012	12	28 de abril	85/2012	abr-12	
RA00712-12	30 Seg.	PAN	Compromisos no cumplidos 1 A	RPAN/520/2012	14-abr-12	Del 20 al 28 de abril	RPAN/585/2012	23-abr-12	Spot Federal
RV00428-12	30 Seg.	PAN	Compromisos no cumplidos 3	RPAN/520/2012	14-abr-12	Del 20 al 28 de abril	RPAN/585/2012	23-abr-12	Spot Federal
RA00800-12	30 Seg.	PAN	Compromisos no cumplidos 3	RPAN/520/2012	14-abr-12	Del 20 al 28 de abril	RPAN/585/2012	23-abr-12	Spot Federal
RV00429-12	30 Seg.	PAN	Compromisos no cumplidos 4	RPAN/520/2012	14-abr-12	Del 20 al 28 de abril	RPAN/585/2012	23-abr-12	Spot Federal
RA00801-12	30 Seg.	PAN	Compromisos no cumplidos 4	RPAN/520/2012	14-abr-12	Del 20 al 28 de abril	RPAN/585/2012	23-abr-12	Spot Federal
RV00512-12	30 Seg.	PAN	Compromisos no cumplidos seguridad	RPAN/585/2012	23-abr-12	Del 29 de abril al 10 de mayo	NA	NA	Spot Federal

Es importante señalar que todos los promocionales únicamente, el RV00512-12 (Compromisos no cumplidos seguridad) se encuentra vigente.

Tomando en consideración lo anterior, y específicamente por lo que hace a lo solicitado en los incisos a) y b), adjunto se remite el informe de verificación y monitoreo sobre la detección de los promocionales de mérito, mismo que fue generado por el periodo que corre del 4 al 6 de mayo de 2012, con corte a las 9:00 hrs, del cual se desprende que únicamente fueron detectados impactos del promocional identificado con la clave RA00801-12. Cabe mencionar que la información presentada es provisional y puede variar toda vez que no se ha concluido el ciclo de validación correspondiente por parte de los Centros de Verificación y Monitoreo. A continuación se presenta un cuadro resumen de los impactos detectados:

ESTADO	EMISORA	04/05/2012	05/05/2012	Total general
BAJA CALIFORNIA	XHIT I-FM-88.7		1	1
Total BAJA CALIFORNIA			1	1
DISTRITO FEDERAL	XHEXA-FM-104.9	1		1
Total DISTRITO FEDERAL		1		1
DURANGO	XEHD-AM-1270	4		4
	XHUNES-FM-92.9	1		1
Total DURANGO		5		5
GUERRERO	XEPI-AM-990	1		1
Total GUERRERO		1		1
SAN LUIS POTOSÍ	XHOD-FM-96.9		1	1
Total SAN LUIS POTOSÍ			1	1
SINALOA	XEWT-AM-1200	1		1
	XHBL-FM-91.9	2		2
Total SINALOA		3		3
TAMAULIPAS	XHRR-FM-102.5	1		1
Total TAMAULIPAS		1		1
VERACRUZ	XERUV-AM-1550	1	1	2
Total VERACRUZ		1	1	2
YUCATÁN	XERUY-AM-1120	3		3
	XHRUY-FM-103.9	3		3
Total YUCATÁN		6		6
Total general		18	3	21

De lo anterior se advierte:

- Que dichos promocionales fueron pautados por el Instituto Federal Electoral como parte de las prerrogativas de acceso a los tiempos del Estado en radio y televisión a que tienen derecho el Partido Acción Nacional.
- Que dichos promocionales fueron identificados con los siguientes folios y versiones:

Registros	Duración	Partido Político	Versión
RV00395-12	30 Seg.	PAN	Compromisos no cumplidos B1
RA00713-12	30 Seg.	PAN	Compromisos no cumplidos B1
RV00394-12	30 Seg.	PAN	Compromisos no cumplidos 1 A
RA00712-12	30 Seg.	PAN	Compromisos no cumplidos 1 A
RV00428-12	30 Seg.	PAN	Compromisos no cumplidos 3
RA00800-12	30 Seg.	PAN	Compromisos no cumplidos 3
RV00429-12	30 Seg.	PAN	Compromisos no cumplidos 4
RA00801-12	30 Seg.	PAN	Compromisos no cumplidos 4
RV00512-12	30 Seg.	PAN	Compromisos no cumplidos seguridad

- Que la vigencia de los mismos es la siguiente:

Registros	Versión	Vigencias
RV00395-12	Compromisos no cumplidos B1	Del 15 al 19 de abril
RA00713-12	Compromisos no cumplidos B1	Del 15 al 19 de abril
RV00394-12	Compromisos no cumplidos 1 A	Del 20 al 28 de abril
RA00712-12	Compromisos no cumplidos 1 A	Del 20 al 28 de abril
RV00428-12	Compromisos no cumplidos 3	Del 20 al 28 de abril
RA00800-12	Compromisos no cumplidos 3	Del 20 al 28 de abril
RV00429-12	Compromisos no cumplidos 4	Del 20 al 28 de abril
RA00801-12	Compromisos no cumplidos 4	Del 20 al 28 de abril
RV00512-12	Compromisos no cumplidos seguridad	Del 29 de abril al 10 de mayo

- Que durante el periodo del cuatro al seis de mayo de dos mil doce, con corte a las 9:00 horas del mismo día, fueron detectados en emisoras de radio a nivel nacional la difusión del promocional identificado como RA00801-12.

Segundo Requerimiento de información de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos:

“(..)

SUP-RAP-254/2012

se sirva proporcionar la información que se detalla a continuación: a) Rinda un informe detallando los días y horas en que fueron transmitidos los promocionales intitulados “Compromisos No Cumplidos 1A”, “Compromisos No Cumplidos 1B”, “Compromisos No cumplidos 3”, “Compromisos No Cumplidos 4” y “Compromisos No Cumplidos Seguridad” identificados con las claves RV00394-12, RV00395-12, RV00428-12, RV00429-12, RV00512-12, RA00712-12, RA00713-12, RA00800-12, y RA00801-12, el número de impactos, canales de televisión y estaciones de radio en que se hayan difundido durante el período de su vigencia; o bien, hasta la fecha en que reciba el presente requerimiento; y b) Remita toda la documentación que estime pertinente para corroborar la razón de sus dichos. Lo anterior se solicita así, porque el área en cuestión es la responsable de realizar el monitoreo de medios y cuenta con las atribuciones y los elementos necesarios para llevar a cabo la diligencia en los términos que se solicita.

(...)

Con fecha nueve de mayo de dos mil doce se recibió en la oficialía de partes de la Secretaría Ejecutiva de este Instituto el oficio DEPPP/4158/2012, signado por el Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos del Instituto Federal Electoral que en la parte que interesa menciona lo siguiente:

(...)

En relación con los incisos a) y b) de su requerimiento, anexo al presente oficio me permito remitir el informe de monitoreo respecto de los impactos de cada uno de los materiales de radio y televisión que se requieren, así como los canales y estaciones donde éstos fueron transmitidos durante el período de su vigencia, misma que se refirió en el oficio No. DEPPP/4119/2012. Cabe señalar que respecto del promocional identificado como RV00512-12, se entrega el reporte con corte al 3 de mayo del presente año, puesto que la validación de los días posteriores no ha sido concluida.

(...)

Evidenciado lo anterior, cabe referir que las constancias antes descritas y referidas constituyen documentales públicas, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 358, párrafo 3, inciso a); 359, párrafos 1 y 2 del Código

Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales en relación con los artículos 33; párrafo 1, inciso a); 34; 41; 44, párrafo 2 del Reglamento de Quejas y Denuncias del Instituto Federal Electoral, por lo que su valor probatorio es pleno para acreditar lo que en él se consigna, toda vez que fueron elaboradas por la autoridad competente para ello en ejercicio de su encargo.

Lo anterior encuentra sustento en lo señalado en la jurisprudencia y tesis emitidas por la H. Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación identificadas con las claves 24/2010 y XXXIX/2009, respectivamente, cuyos rubros rezan: **“MONITOREO DE RADIO Y TELEVISIÓN. LOS TESTIGOS DE GRABACIÓN DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL, TIENEN, POR REGLA, VALOR PROBATORIO PLENO”**, y **“RADIO Y TELEVISIÓN. EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL ESTÁ FACULTADO PARA ELABORAR “TESTIGOS DE GRABACIÓN” A FIN DE VERIFICAR EL CUMPLIMIENTO DE PAUTAS DE TRANSMISIÓN DE MENSAJES EN MATERIA ELECTORAL.”**

CONCLUSIONES

Que evidenciado lo anterior, en autos se tienen constancias suficientes para acreditar la existencia de los hechos que se denuncian en el presente asunto, mismos que son del tenor siguiente:

Se encuentra acreditada la existencia de los promocionales denunciados identificados con las claves RV00394-12, RV00395-12, RV00428-12, RV00429-12, RV00512-12, RA00712-12, RA00713-12, RA00800-12, y RA00801-12, mismos que son del tenor literal siguiente:

- Promocional de televisión perteneciente al Partido Acción Nacional identificado con el número RV00394-12, intitulado “Compromisos No Cumplidos 1A” cuya duración es de aproximadamente 30 segundos.

Voz en off:

*“Así cumplió sus compromisos Peña como gobernador, compromiso número 67, construcción de la vialidad Barranca del Negro en Huixquilucan;
estas son las imágenes reales del compromiso supuestamente cumplido.
Compromiso número 57, creación de un parque ecoturístico en la Laguna de Zumpango;
estas son las imágenes reales del compromiso supuestamente cumplido.”*

SUP-RAP-254/2012

Conócelo, Peña, no cumple”

- Promocional de televisión perteneciente al Partido Acción Nacional identificado con el número RV00395-12, intitulado “Compromisos No Cumplidos 1B” cuya duración es de aproximadamente 30 segundos.

Voz en off:

“Así cumplió sus compromisos Peña como gobernador, compromiso número 67, construcción de la vialidad Barranca del Negro en Huixquilucan; estas son las imágenes reales del compromiso supuestamente cumplido. Compromiso número 57, creación de un parque ecoturístico en la Laguna de Zumpango; estas son las imágenes reales del compromiso supuestamente cumplido. Peña es un mentiroso, no cumple”.

- Promocional de televisión perteneciente al Partido Acción Nacional identificado con el número RV00428-12, intitulado “Compromisos No Cumplidos 3” cuya duración es de aproximadamente 30 segundos.

Voz en off:

“Peña dice que cumple sus compromisos, pero no es verdad. Revisémoslos... El 73, derivación del macro circuito de agua potable a Atizapán de Zaragoza. Peña dice que cumplió pero la obra no está terminada, si vas al lugar lo encuentra así... Otro ejemplo, el compromiso 269, pavimentación de los 13 pueblos de Izcalli, Peña mostró las calles terminadas pero siguen siendo de terracería, míralas Acude a estos lugares y velo con tus propios ojos. Cuando Peña dice que cumple, no puedes confiar en él. Peña, no cumple”.

- Promocional de televisión perteneciente al Partido Acción Nacional identificado con el número RV00429-12, intitulado “Compromisos No Cumplidos 4” cuya duración es de aproximadamente 30 segundos.

Voz en off:

“Peña hizo más de 600 compromisos y dice que cumplió, veámoslos...”

El 386, continuación de la carretera Coatepec Harinas a los venados.

Peña dice que se terminó, pero está abandonada y es peligrosa

Otro ejemplo, compromiso 512, transporte articulado de Ciudad Azteca a Buenavista

Peña dice que cumplió pero desde Ecatepec hasta lechería, la obra está abandonada

Acude a estos lugares y velo con tus propios ojos.

Cuando Peña dice que cumple, no puedes confiar en él.

Peña, no cumple”.

- Promocional de televisión perteneciente al Partido Acción Nacional identificado con el número RV00512-12, intitulado “Compromisos No Cumplidos Seguridad” cuya duración es de aproximadamente 30 segundos.

Voz en off:

“Como candidato a gobernador, Peña prometió seguridad en su estado y dice que cumplió, veamos la realidad el estado de México llegó a ser el estado con más crecimiento del crimen en todo el país, cuando Peña era gobernador 1 de cada 3 feminicidios en el país ocurrió en el estado de México, gobernado por Peña

Llegó a ser el estado con mayor número de violaciones,

Se incrementaron a más del doble el número de secuestros pregunta a quienes vivieron en el estado de México y lo padecieron.

La verdad, nunca divide, Peña divide cuando miente

Peña, no cumple.

Versiones para radio

- Promocional de televisión perteneciente al Partido Acción Nacional identificado con el número RV00712-12, intitulado “Compromisos No Cumplidos 1A”.

Voz en off:

“Así cumplió sus compromisos Peña como gobernador,

Compromiso número 67, construcción de la vialidad Barranca del Negro en Huixquilucan;

Voz femenina: en campaña nos prometió que nos iba a poner la vialidad de la barranca y no nos cumplió, la obra está abandonada.

Compromiso número 57, creación de un parque ecoturístico en la Laguna de Zumpango;

SUP-RAP-254/2012

Voz femenina: Aquí vino Peña cuando era candidato, nos prometió y mire nomas este cochinerito, hasta los niños se nos enferman

Conócelo, Peña, no cumple”

Vota por Diputados Federales y Senadores del PAN

- Promocional de televisión perteneciente al Partido Acción Nacional identificado con el número RV00713-12, intitulado “Compromisos No Cumplidos 1B”.

Voz en off:

“Así cumplió sus compromisos Peña como gobernador, Compromiso número 67, construcción de la vialidad Barranca del Negro en Huixquilucan;

Voz femenina: en campaña nos prometió que nos iba a poner la vialidad de la barranca y no nos cumplió, la obra está abandonada.

Compromiso número 57, creación de un parque ecoturístico en la Laguna de Zumpango;

Voz femenina: Aquí vino Peña cuando era candidato, nos prometió y mire nomas este cochinerito, hasta los niños se nos enferman

Peña es un mentiroso, no cumple”.

Vota por Diputados Federales y Senadores del PAN

- Promocional de televisión perteneciente al Partido Acción Nacional identificado con el número RV00800-12, intitulado “Compromisos No Cumplidos 3”.

Voz en off:

“Peña dice que cumple sus compromisos, pero no es verdad. Revisémoslos...”

El 73, derivación del macro circuito de agua potable a Atizapán de Zaragoza.

Peña dice que cumplió pero la obra no está terminada,

Otro ejemplo, el compromiso 269, pavimentación de los 13 pueblos de Izcalli,

Peña mostró las calles terminadas pero siguen siendo de terracería.

Acude a estos lugares y velo con tus propios ojos.

Cuando Peña dice que cumple, no puedes confiar en él.

Peña, no cumple”.

Vota por Diputados Federales y Senadores del PAN

- Promocional de televisión perteneciente al Partido Acción Nacional identificado con el número RV00801-12, intitulado “Compromisos No Cumplidos 4” cuya duración es de aproximadamente 30 segundos.

Voz en off:

“Peña hizo más de 600 compromisos y dice que cumplió, veámoslos...”

El 386, continuación de la carretera Coatepec Harinas a los venados.

Peña dice que se terminó, pero está abandonada y es peligrosa

O el 512, transporte articulado de Ciudad Azteca a Buenavista

Peña dice que cumplió pero desde Ecatepec hasta lechería, la obra está abandonada

Acude a estos lugares y velo con tus propios ojos.

Cuando Peña dice que cumple, no puedes confiar en él.

Peña, no cumple”.

Asimismo, tenemos que mediante oficio identificado con la clave SCG/3708/2012, se solicitó al Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos de este Instituto información relacionada con los promocionales denunciados, dando contestación a través del diverso DEPPP/4119/2012 en el que corroboró la difusión de los promocionales antes indicados, señalando:

Registros	Duración	Partido Político	Versión	oficio petición del partido para su transmisión		Vigencia	Oficio petición del partido para su cancelación de transmisión		Observaciones
				Número	Fecha		Número	Fecha	
RV00395-12	30 Seg.	PAN	Compromisos no cumplidos B1	RPAN/485/2012	09-abr-12	Del 15 al 19 de abril	RPAN/520/2012	14-abr-12	Spot Federal
RA00713-12	30 Seg.	PAN	Compromisos no cumplidos B1	RPAN/485/2012	09-abr-12	12 Del 15 al 19 de abril	RPAN/520/2012	14-abr-12	Spot Federal
RV00394-12	30 Seg.	PAN	Compromisos no cumplidos 1 A	RPAN/520/2012	14-abr-12	12 Del 20 al 28 de abril	RPAN/585/2012	23-abr-12	Spot Federal
RA00712-12	30 Seg.	PAN	Compromisos no cumplidos 1 A	RPAN/520/2012	14-abr-12	12 Del 20 al 28 de abril	RPAN/585/2012	23-abr-12	Spot Federal
RV00428-12	30 Seg.	PAN	Compromisos no cumplidos 3	RPAN/520/2012	14-abr-12	12 Del 20 al 28 de abril	RPAN/585/2012	23-abr-12	Spot Federal
RA00800-12	30 Seg.	PAN	Compromisos no cumplidos 3	RPAN/520/2012	14-abr-12	12 Del 20 al 28 de abril	RPAN/585/2012	23-abr-12	Spot Federal
RV00429-12	30 Seg.	PAN	Compromisos no cumplidos 4	RPAN/520/2012	14-abr-12	12 Del 20 al 28 de abril	RPAN/585/2012	23-abr-12	Spot Federal
RA00801-12	30 Seg.	PAN	Compromisos no cumplidos 4	RPAN/520/2012	14-abr-12	12 Del 20 al 28 de abril	RPAN/585/2012	23-abr-12	Spot Federal
RV00512-12	30 Seg.	PAN	Compromisos no cumplidos seguridad	RPAN/585/2012	23-abr-12	Del 29 de abril al 10 de mayo	N/A	N/A	Spot Federal

Expuesto lo anterior, y una vez que han quedado debidamente acreditados los hechos respecto de los que esta autoridad se puede pronunciar, lo procedente es entrar al fondo de la cuestión planteada.

OCTAVO. CONSIDERACIONES GENERALES DE LOS HECHOS DENUNCIADOS Y ESTUDIO DE FONDO. Es

SUP-RAP-254/2012

preciso señalar que de conformidad con los artículos 41 constitucional así como 48 a 76 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, se establecen las normas y reglas para el uso y acceso de los partidos políticos a la radio y la televisión, asimismo es aplicable el artículo 342 del mismo Código, que establece las infracciones atribuibles a los partidos políticos, a saber:

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

“Artículo 41.- El pueblo ejerce su soberanía por medio de los Poderes de la Unión, en los casos de la competencia de éstos, y por los de los Estados, en lo que toca a sus regímenes interiores, en los términos respectivamente establecidos por la presente Constitución Federal y las particulares de los Estados, las que en ningún caso podrán contravenir las estipulaciones del Pacto Federal.

La renovación de los poderes Legislativo y Ejecutivo se realizará mediante elecciones libres, auténticas y periódicas, conforme a las siguientes bases:

I. Los partidos políticos son entidades de interés público; la ley determinará las normas y requisitos para su registro legal y las formas específicas de su intervención en el Proceso Electoral. Los partidos políticos nacionales tendrán derecho a participar en las elecciones estatales, municipales y del Distrito Federal.

Los partidos políticos tienen como fin promover la participación del pueblo en la vida democrática, contribuir a la integración de la representación nacional y como organizaciones de ciudadanos, hacer posible el acceso de éstos al ejercicio del poder público, de acuerdo con los programas, principios e ideas que postulan y mediante el sufragio universal, libre, secreto y directo. Sólo los ciudadanos podrán formar partidos políticos y afiliarse libre e individualmente a ellos; por tanto, quedan prohibidas la intervención de organizaciones gremiales o con objeto social diferente en la creación de partidos y cualquier forma de afiliación corporativa.

Las autoridades electorales solamente podrán intervenir en los asuntos internos de los partidos políticos en los términos que señalen esta Constitución y la ley.

II. La ley garantizará que los partidos políticos nacionales cuenten de manera equitativa con elementos para llevar a cabo sus actividades y señalará las reglas a que se sujetará el financiamiento de los propios partidos y sus campañas electorales, debiendo garantizar que los recursos públicos prevalezcan sobre los de origen privado.

El financiamiento público para los partidos políticos que mantengan su registro después de cada elección, se compondrá de las ministraciones destinadas al sostenimiento de sus actividades ordinarias permanentes, las tendientes a la obtención del voto durante los procesos electorales y las de carácter específico. Se otorgará conforme a lo siguiente y a lo que disponga la ley:

a) El financiamiento público para el sostenimiento de sus actividades ordinarias permanentes se fijará anualmente, multiplicando el número total de ciudadanos inscritos en el padrón electoral por el sesenta y cinco por ciento del salario mínimo diario vigente para el Distrito Federal. El treinta por ciento de la cantidad que resulte de acuerdo a lo señalado anteriormente, se distribuirá entre los partidos políticos en forma igualitaria y el setenta por ciento restante de acuerdo con el porcentaje de votos que hubieren obtenido en la elección de diputados inmediata anterior.

b) El financiamiento público para las actividades tendientes a la obtención del voto durante el año en que se elijan Presidente de la República, senadores y diputados federales, equivaldrá al cincuenta por ciento del financiamiento público que le corresponda a cada partido político por actividades ordinarias en ese mismo año; cuando sólo se elijan diputados federales, equivaldrá al treinta por ciento de dicho financiamiento por actividades ordinarias.

c) El financiamiento público por actividades específicas, relativas a la educación, capacitación, investigación socioeconómica y política, así como a las tareas editoriales, equivaldrá al tres por ciento del monto total del financiamiento público que corresponda en cada año por actividades ordinarias. El treinta por ciento de la cantidad que resulte de acuerdo a lo señalado anteriormente, se distribuirá entre los partidos políticos en forma igualitaria y el setenta por ciento restante de acuerdo con el

SUP-RAP-254/2012

porcentaje de votos que hubieren obtenido en la elección de diputados inmediata anterior.

La ley fijará los límites a las erogaciones en los procesos internos de selección de candidatos y las campañas electorales de los partidos políticos. La propia ley establecerá el monto máximo que tendrán las aportaciones de sus simpatizantes, cuya suma total no podrá exceder anualmente, para cada partido, al diez por ciento del tope de gastos establecido para la última campaña presidencial; asimismo ordenará los procedimientos para el control y vigilancia del origen y uso de todos los recursos con que cuenten y dispondrá las sanciones que deban imponerse por el incumplimiento de estas disposiciones.

De igual manera, la ley establecerá el procedimiento para la liquidación de las obligaciones de los partidos que pierdan su registro y los supuestos en los que sus bienes y remanentes serán adjudicados a la Federación.

III. Los partidos políticos nacionales tendrán derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación social.

Apartado A. El Instituto Federal Electoral será autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines y al ejercicio del derecho de los partidos políticos nacionales, de acuerdo con lo siguiente y a lo que establezcan las leyes:

a) A partir del inicio de las precampañas y hasta el día de la Jornada Electoral quedarán a disposición del Instituto Federal Electoral cuarenta y ocho minutos diarios, que serán distribuidos en dos y hasta tres minutos por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión, en el horario referido en el inciso d) de este apartado;

b) Durante sus precampañas, los partidos políticos dispondrán en conjunto de un minuto por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión; el tiempo restante se utilizará conforme a lo que determine la ley;

c) Durante las campañas electorales deberá destinarse para cubrir el derecho de los partidos políticos al menos el ochenta y cinco por ciento del tiempo total disponible a que se refiere el inciso a) de este apartado;

d) *Las transmisiones en cada estación de radio y canal de televisión se distribuirán dentro del horario de programación comprendido entre las seis y las veinticuatro horas;*

e) *El tiempo establecido como derecho de los partidos políticos se distribuirá entre los mismos conforme a lo siguiente: el treinta por ciento en forma igualitaria y el setenta por ciento restante de acuerdo a los resultados de la elección para diputados federales inmediata anterior;*

f) *A cada partido político nacional sin representación en el Congreso de la Unión se le asignará para radio y televisión solamente la parte correspondiente al porcentaje igualitario establecido en el inciso anterior, y*

g) *Con independencia de lo dispuesto en los Apartados A y B de esta base y fuera de los periodos de precampañas y campañas electorales federales, al Instituto Federal Electoral le será asignado hasta el doce por ciento del tiempo total de que el Estado disponga en radio y televisión, conforme a las leyes y bajo cualquier modalidad; del total asignado, el Instituto distribuirá entre los partidos políticos nacionales en forma igualitaria un cincuenta por ciento; el tiempo restante lo utilizará para fines propios o de otras autoridades electorales, tanto federales como de las entidades federativas. Cada partido político nacional utilizará el tiempo que por este concepto le corresponda en un programa mensual de cinco minutos y el restante en mensajes con duración de veinte segundos cada uno. En todo caso, las transmisiones a que se refiere este inciso se harán en el horario que determine el Instituto conforme a lo señalado en el inciso d) del presente Apartado. En situaciones especiales el Instituto podrá disponer de los tiempos correspondientes a mensajes partidistas a favor de un partido político, cuando así se justifique.*

Los partidos políticos en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión.

Ninguna otra persona física o moral, sea a título propio o por cuenta de terceros, podrá contratar propaganda en radio y televisión dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular. Queda prohibida la transmisión en territorio nacional de este tipo de mensajes contratados en el extranjero.

SUP-RAP-254/2012

Las disposiciones contenidas en los dos párrafos anteriores deberán ser cumplidas en el ámbito de los estados y el Distrito Federal conforme a la legislación aplicable.

Apartado B. Para fines electorales en las entidades federativas, el Instituto Federal Electoral administrará los tiempos que correspondan al Estado en radio y televisión en las estaciones y canales de cobertura en la entidad de que se trate, conforme a lo siguiente y a lo que determine la ley:

a) Para los casos de los procesos electorales locales con jornadas comiciales coincidentes con la federal, el tiempo asignado en cada entidad federativa estará comprendido dentro del total disponible conforme a los incisos a), b) y c) del Apartado A de esta base;

b) Para los demás procesos electorales, la asignación se hará en los términos de la ley, conforme a los criterios de esta base constitucional, y

c) La distribución de los tiempos entre los partidos políticos, incluyendo a los de registro local, se realizará de acuerdo a los criterios señalados en el Apartado A de esta base y lo que determine la legislación aplicable.

Cuando a juicio del Instituto Federal Electoral el tiempo total en radio y televisión a que se refieren este apartado y el anterior fuese insuficiente para sus propios fines o los de otras autoridades electorales, determinará lo conducente para cubrir el tiempo faltante, conforme a las facultades que la ley le confiera.

Apartado C. En la propaganda política o electoral que difundan los partidos deberán abstenerse de expresiones que denigren a las instituciones y a los propios partidos, o que calumnien a las personas.

Durante el tiempo que comprendan las campañas electorales federales y locales y hasta la conclusión de la respectiva jornada comicial, deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación social de toda propaganda gubernamental, tanto de los poderes federales y estatales, como de los municipios, órganos de gobierno del Distrito Federal, sus delegaciones y cualquier otro ente público. Las únicas excepciones a lo anterior serán las campañas de información de las autoridades electorales, las relativas a servicios educativos y de salud, o las necesarias para la protección civil en casos de emergencia.

Apartado D. Las infracciones a lo dispuesto en esta base serán sancionadas por el Instituto Federal Electoral mediante procedimientos expeditos, que

podrán incluir la orden de cancelación inmediata de las transmisiones en radio y televisión, de concesionarios y permisionarios, que resulten violatorias de la ley.

IV. La ley establecerá los plazos para la realización de los procesos partidistas de selección y postulación de candidatos a cargos de elección popular, así como las reglas para las precampañas y las campañas electorales.

La duración de las campañas en el año de elecciones para Presidente de la República, senadores y diputados federales será de noventa días; en el año en que sólo se elijan diputados federales, las campañas durarán sesenta días. En ningún caso las precampañas excederán las dos terceras partes del tiempo previsto para las campañas electorales.

La violación a estas disposiciones por los partidos o cualquier otra persona física o moral será sancionada conforme a la ley.

(...)"

CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES

"Artículo 48

1. Son prerrogativas de los partidos políticos nacionales:

- a) Tener acceso a la radio y televisión en los términos de la Constitución y este Código;*
- b) Participar, en los términos de este Código, del financiamiento público correspondiente para sus actividades.*
- c) Gozar del régimen fiscal que se establece en este Código y en las leyes de la materia; y*
- d) Usar las franquicias postales y telegráficas que sean necesarias para el cumplimiento de sus funciones.*

Artículo 76

1. Para asegurar a los partidos políticos la debida participación en la materia, se constituye el Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral, conforme a lo siguiente:

- a) El Comité será responsable de conocer y aprobar las pautas de transmisión correspondientes a programas y mensajes de los partidos políticos, formuladas por la Dirección Ejecutiva competente, así como los demás asuntos que en la materia conciernan en forma directa a los propios partidos. El Consejo General podrá atraer a su competencia los asuntos en esta materia que por su importancia así lo requieran; y*

SUP-RAP-254/2012

b) El Comité se reunirá de manera ordinaria una vez al mes, y de manera extraordinaria cuando lo convoque el consejero electoral que lo presida, o a solicitud que a este último presenten, al menos, dos partidos políticos.

2. El Comité se integra por:

a) Un representante propietario y su suplente, designados por cada partido político nacional;

b) Tres consejeros electorales, que serán quienes integren la Comisión de Prerrogativas y Partidos Políticos a que se refiere el presente Código; y

c) El director ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos, que actuará como su secretario técnico; en sus ausencias será suplido por quien designe.

3. El Comité será presidido por el consejero electoral que ejerza la misma función en la Comisión a que se refiere el inciso b) del párrafo anterior.

4. Las decisiones del Comité se tomarán, preferentemente, por consenso de sus integrantes. En caso de votación solamente ejercerán el derecho a voto los tres consejeros electorales.

5. Los Acuerdos adoptados por el Comité solamente podrán ser impugnados por los representantes de los partidos políticos ante el Consejo General.

6. El Instituto contará con los recursos presupuestarios, técnicos, humanos y materiales que requiera para el ejercicio directo de sus facultades y atribuciones en materia de radio y televisión.

7. El Instituto dispondrá, en forma directa, de los medios necesarios para verificar el cumplimiento de las pautas de transmisión que apruebe, así como de las normas aplicables respecto de la propaganda electoral que se difunda por radio o televisión.

8. El Consejo General ordenará la realización de monitoreos de las transmisiones sobre las precampañas y campañas electorales en los programas en radio y televisión que difundan noticias. Los resultados se harán públicos, por lo menos cada quince días, a través de los tiempos destinados a la comunicación social del Instituto Federal Electoral y en los demás medios informativos que determine el propio Consejo.

Artículo 342

1. Constituyen infracciones de los partidos políticos al presente Código:

a) El incumplimiento de las obligaciones señaladas en el artículo 38 y demás disposiciones aplicables de este Código;

b) El incumplimiento de las Resoluciones o Acuerdos del Instituto Federal Electoral;

- c) El incumplimiento de las obligaciones o la infracción de las prohibiciones y topes que en materia de financiamiento y fiscalización les impone el presente Código;*
- d) No presentar los informes trimestrales, anuales, de precampaña o de campaña, o no atender los requerimientos de información de la Unidad de Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos, en los términos y plazos previstos en este Código y sus Reglamentos;*
- e) La realización anticipada de actos de precampaña o campaña atribuible a los propios partidos;*
- f) Exceder los topes de gastos de campaña;*
- g) La realización de actos de precampaña o campaña en territorio extranjero cuando se acredite que se hizo con consentimiento de aquéllos, sin perjuicio de que se determine la responsabilidad de quien hubiese cometido la infracción;*
- h) El incumplimiento de las demás disposiciones previstas en el presente Código en materia de precampañas y campañas electorales;*
- i) La contratación, en forma directa o por terceras personas, de tiempo en cualquier modalidad en radio o televisión;*
- j) La difusión de propaganda política o electoral que contenga expresiones que denigren a las instituciones y a los propios partidos, o que calumnien a las personas;*
- k) El incumplimiento de las obligaciones establecidas por el presente Código en materia de transparencia y acceso a su información;*
- l) El incumplimiento de las reglas establecidas para el manejo y comprobación de sus recursos o para la entrega de la información sobre el origen, monto y destino de los mismos;*
- m) La omisión o el incumplimiento de la obligación de proporcionar en tiempo y forma, la información que les sea solicitada por los órganos del Instituto Federal Electoral; y*
- n) La comisión de cualquier otra falta de las previstas en este Código.”*

De la revisión tanto de las bases constitucionales, como de la regulación legal aplicable al uso de las prerrogativas en radio y televisión por parte de los partidos políticos se obtiene que el marco legal señala los siguientes aspectos:

- Establece que los partidos políticos nacionales tienen derecho al uso permanente de los medios de comunicación social.

SUP-RAP-254/2012

- El Instituto Federal Electoral (Instituto) es autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a los fines propios y a los de otras autoridades electorales, así como a los partidos políticos.
- El Instituto garantizará a los partidos políticos el uso de sus prerrogativas constitucionales en radio y televisión.
- La cantidad de minutos a disposición del Instituto en radio y televisión para los partidos políticos nacionales.
- La cantidad de minutos a disposición del Instituto en radio y televisión para fines propios y de otras autoridades electorales.
- La distribución de tiempo convertido en mensajes en cada estación de radio y canal de televisión.
- Las unidades de medidas de los mensajes.
- Los horarios de distribución de los mensajes en cada estación de radio y canal de televisión.
- El criterio de asignación a cada partido político, según sea proceso federal o local electoral, así como fuera de los procesos electorales.
- La forma de transmisión de los mensajes (conforme a la pauta que apruebe el Comité de Radio y Televisión del Instituto y la Junta General Ejecutiva).
- Las funciones y reglas generales de operación del Comité de Radio y Televisión del Instituto.

Es necesario puntualizar que la legislación establece disposiciones que regulan la forma y tiempo conforme a las cuales los partidos políticos pueden legalmente acceder a la radio y la televisión, **pero no abarca de ningún modo lo que deben o pueden decir a través del uso de estos tiempos en esos medios.**

En este sentido y a fin de ampliar el presente análisis, conviene revisar las normas de la legislación electoral que regulan la propaganda política y electoral de los partidos políticos, entendiendo por propaganda política la que en forma permanente tienen derecho a difundir, y por electoral la que realizan dentro de los procesos electorales con el fin de obtener votos.

Son aplicables los artículos 41 constitucional y 38, párrafo 1, incisos p) y q); 49; 52; 60; 76; 78; 211; 212; 228; 229; 232; 233; 234; 235; 236; 237; 336; y, 342, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, a saber:

“Artículo 38

1. Son obligaciones de los partidos políticos nacionales:

(...)

p) Abstenerse, en su propaganda política o electoral, de cualquier expresión que denigre a las instituciones y a los partidos o que calumnie a las personas. Las quejas por violaciones a este precepto serán presentadas ante la secretaría ejecutiva del Instituto, la que instruirá un procedimiento expedito de investigación en los términos establecidos en el Libro Séptimo de este Código. En todo caso, al resolver sobre la denuncia se observará lo dispuesto por el primer párrafo del artículo 6° de la Constitución;

q) Abstenerse de utilizar símbolos religiosos, así como expresiones, alusiones o fundamentaciones de carácter religioso en su propaganda;

(...)

Artículo 49

1. Los partidos políticos tienen derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación social.

2. Los partidos políticos, precandidatos y candidatos a cargos de elección popular, accederán a la radio y la televisión a través del tiempo que la Constitución otorga como prerrogativa a los primeros, en la forma y términos establecidos por el presente capítulo.

3. Los partidos políticos, precandidatos y candidatos a cargos de elección popular, en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión. Tampoco podrán contratar los dirigentes y afiliados a un partido político, o cualquier ciudadano, para su promoción personal con fines electorales. La violación a esta norma será sancionada en los términos dispuestos en el Libro Séptimo de este Código.

4. Ninguna persona física o moral, sea a título propio o por cuenta de terceros, podrá contratar propaganda en radio y televisión dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular. Queda prohibida la transmisión en territorio nacional de este tipo de

SUP-RAP-254/2012

propaganda contratada en el extranjero. Las infracciones a lo establecido en este párrafo serán sancionadas en los términos dispuestos en el Libro Séptimo de este Código.

5. El Instituto Federal Electoral es la autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a los fines propios del Instituto y a los de otras autoridades electorales, así como al ejercicio de las prerrogativas que la Constitución y este Código otorgan a los partidos políticos en esta materia.

6. El Instituto garantizará a los partidos políticos el uso de sus prerrogativas constitucionales en radio y televisión; establecerá las pautas para la asignación de los mensajes y programas que tengan derecho a difundir, tanto durante los periodos que comprendan los procesos electorales, como fuera de ellos; atenderá las quejas y denuncias por la violación a las normas aplicables y determinará, en su caso, las sanciones.

7. El Consejo General se reunirá a más tardar el 20 de septiembre del año anterior al de la elección con las organizaciones que agrupen a los concesionarios y permisionarios de radio y televisión, para presentar las sugerencias de Lineamientos Generales aplicables a los noticieros respecto de la información o difusión de las actividades e precampaña y campaña de los partidos políticos. En su caso, los Acuerdos a que se llegue serán formalizados por las partes y se harán del conocimiento del público.

Artículo 52

1. El Consejo General, a propuesta motivada y fundada de la Comisión de Quejas y Denuncias, podrá ordenar la suspensión inmediata de cualquier propaganda política o electoral en radio o televisión que resulte violatoria de este Código; lo anterior, sin perjuicio de las demás sanciones que deban aplicarse a los infractores. En estos casos el Consejo General deberá cumplir los requisitos y observar los procedimientos establecidos en el capítulo cuarto, título primero, del Libro Séptimo de este Código.

Artículo 60

1. Cada partido decidirá libremente la asignación por tipo de campaña federal de los mensajes de propaganda electoral a que tenga derecho, salvo lo siguiente: en el Proceso Electoral en que se renueven el Poder Ejecutivo de la Unión y las dos Cámaras de Congreso, cada partido deberá destinar, al menos, un treinta por ciento de los

mensajes a la campaña de uno de los poderes, considerando las de senadores y diputados como una misma.

**Artículo 76
(Ya transcrito)**

Artículo 78

1. Los partidos políticos tendrán derecho al financiamiento público de sus actividades, independientemente de las demás prerrogativas otorgadas en este Código, conforme a las disposiciones siguientes:

a) Para el sostenimiento de actividades ordinarias permanentes:

I. El Consejo General del Instituto Federal Electoral determinará anualmente el monto total por distribuir entre los partidos políticos conforme a lo siguiente: multiplicará el número total de ciudadanos inscritos en el padrón electoral, a la fecha de corte de julio de cada año, por el sesenta y cinco por ciento del salario mínimo diario vigente para el Distrito Federal;

II. El resultado de la operación señalada en la fracción anterior constituye el financiamiento público anual a los partidos políticos por sus actividades ordinarias permanentes y se distribuirá de la siguiente manera:

- El treinta por ciento de la cantidad total que resulte se entregará en forma igualitaria a los partidos políticos con representación en alguna de las Cámaras del Congreso de la Unión.

- El setenta por ciento restante se distribuirá según el porcentaje de la votación nacional emitida que hubiese obtenido cada partido político con representación en alguna de las Cámaras del Congreso de la Unión en la elección de diputados por mayoría relativa inmediata anterior;

III. Las cantidades que en su caso se determinen para cada partido, serán entregadas en ministraciones mensuales conforme al calendario presupuestal que se apruebe anualmente;

IV. Cada partido político deberá destinar anualmente por lo menos el dos por ciento del financiamiento público que reciba para el desarrollo de las actividades específicas a que se refiere el inciso c) de este artículo.

V. Para la capacitación, promoción y el desarrollo del liderazgo político de las mujeres, cada partido político deberá destinar anualmente, el dos por ciento del financiamiento público ordinario.

b) Para gastos de campaña:

SUP-RAP-254/2012

I. En el año de la elección en que se renueven el Poder Ejecutivo federal y las dos Cámaras del Congreso de la Unión, a cada partido político se le otorgará para gastos de campaña un monto equivalente al cincuenta por ciento del financiamiento público que para el sostenimiento de sus actividades ordinarias permanentes le corresponda en ese año;

II. En el año de la elección en que se renueve solamente la Cámara de Diputados, a cada partido político se le otorgará para gastos de campaña un monto equivalente al treinta por ciento del financiamiento público que para el sostenimiento de sus actividades ordinarias permanentes le corresponda en ese año; y

III. El monto para gastos de campaña se otorgará a los partidos políticos en forma adicional al resto de las prerrogativas.

c) Por actividades específicas como entidades de interés público:

I. La educación y capacitación política, investigación socioeconómica y política, así como las tareas editoriales de los partidos políticos nacionales, serán apoyadas mediante financiamiento público por un monto total anual equivalente al tres por ciento del que corresponda en el mismo año para las actividades ordinarias a que se refiere el inciso a) de este artículo; el monto total será distribuido en los términos establecidos en la fracción II del inciso antes citado;

II. El Consejo General, a través del órgano técnico de fiscalización de los recursos de los partidos políticos, vigilará que éstos destinen el financiamiento a que se refiere el presente inciso exclusivamente a las actividades señaladas en la fracción inmediata anterior; y

III. Las cantidades que en su caso se determinen para cada partido, serán entregadas en ministraciones mensuales conforme al calendario presupuestal que se apruebe anualmente.

(...)

2. Los partidos políticos que hubieren obtenido su registro con fecha posterior a la última elección, o aquellos que habiendo conservado registro legal no cuenten con representación en alguna de las Cámaras del Congreso de la Unión, tendrán derecho a que se les otorgue financiamiento público conforme a las siguientes bases:

a) Se le otorgará a cada partido político el dos por ciento del monto que por financiamiento total les corresponda a los partidos políticos para el sostenimiento de sus actividades ordinarias

permanentes a que se refiere este artículo, así como, en el año de la elección de que se trate, el financiamiento para gastos de campaña que corresponda con base en lo dispuesto por el inciso b) del párrafo 1 del presente artículo; y

b) Participarán del financiamiento público para actividades específicas como entidades de interés público sólo en la parte que se distribuya en forma igualitaria;

3. *Las cantidades a que se refiere el inciso a) del párrafo anterior serán entregadas por la parte proporcional que corresponda a la anualidad a partir de la fecha en que surta efectos el registro y tomando en cuenta el calendario presupuestal aprobado para el año.*

4. *El financiamiento que no provenga del erario público tendrá las siguientes modalidades:*

a) *El financiamiento general de los partidos políticos y para sus campañas que provenga de la militancia estará conformado por las cuotas obligatorias ordinarias y extraordinarias de sus afiliados, por las aportaciones de sus organizaciones sociales y por las cuotas voluntarias y personales que los candidatos aporten exclusivamente para sus campañas conforme a las siguientes reglas:*

I. *El órgano interno responsable del financiamiento de cada partido deberá expedir recibo de las cuotas o aportaciones recibidas, de los cuales deberá conservar una copia para acreditar el monto ingresado; y*

II. *Cada partido político determinará libremente los montos mínimos y máximos y la periodicidad de las cuotas ordinarias y extraordinarias de sus afiliados así como las aportaciones de sus organizaciones.*

b) *Las cuotas voluntarias y personales que los candidatos aporten exclusivamente para sus campañas tendrán el límite que fije el órgano interno responsable del manejo del financiamiento de cada partido. La suma de las aportaciones realizadas por todos los candidatos de un mismo partido queda comprendida dentro del límite establecido en el párrafo 5 de este artículo.*

c) *El financiamiento de simpatizantes estará conformado por las aportaciones o donativos, en dinero o en especie, hechas a los partidos políticos en forma libre y voluntaria por las personas físicas o morales mexicanas con residencia en el país, que no estén comprendidas en el párrafo 2 del artículo 77 Las aportaciones se deberán sujetar a las siguientes reglas:*

SUP-RAP-254/2012

I. Cada partido político no podrá recibir anualmente aportaciones, en dinero o en especie, de afiliados y simpatizantes por una cantidad superior al diez por ciento del monto establecido como tope de gastos para la campaña presidencial inmediata anterior;

II. De las aportaciones en dinero deberán expedirse recibos foliados por los partidos políticos en los que se harán constar el nombre completo y domicilio, clave de elector y, en su caso, registro federal de contribuyentes del aportante. Las aportaciones en especie se harán constar en un contrato celebrado conforme a las leyes aplicables. En el caso de colectas, sólo deberá reportarse en el informe correspondiente el monto total obtenido;

III. Las aportaciones en dinero que realice cada persona física o moral facultada para ello, tendrán un límite anual equivalente al punto cinco por ciento del monto total del tope de gasto fijado para la campaña presidencial;

IV. Las aportaciones en dinero podrán realizarse en parcialidades y en cualquier tiempo, pero el monto total aportado durante un año por una persona física o moral no podrá rebasar, según corresponda los límites establecidos en la fracción anterior, y

V. Las aportaciones de bienes muebles o inmuebles deberán destinarse únicamente para el cumplimiento del objeto del partido político que haya sido beneficiado con la aportación;

d) El autofinanciamiento estará constituido por los ingresos que los partidos obtengan de sus actividades promocionales, tales como conferencias, espectáculos, rifas y sorteos, eventos culturales, ventas editoriales, de bienes y de propaganda utilitaria así como cualquier otra similar que realicen para allegarse fondos, las que estarán sujetas a las leyes correspondientes a su naturaleza. Para efectos de este Código, el órgano interno responsable del financiamiento de cada partido político reportará los ingresos obtenidos por estas actividades en los informes respectivos; y

e) Los partidos políticos podrán establecer en instituciones bancarias domiciliadas en México cuentas, fondos o fideicomisos para la inversión de sus recursos líquidos a fin de obtener rendimientos financieros, sujetos a las siguientes reglas:

I. Deberán informar a la Unidad de Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos de la apertura de la cuenta, fondo o fideicomiso respectivo, a más tardar dentro de los cinco días siguientes a la firma del contrato respectivo, acompañando copia fiel del

mismo, expedida por la institución de banca privada con la que haya sido establecido.

II. Las cuentas, fondos y fideicomisos que se constituyan serán manejados a través de las operaciones bancarias y financieras que el órgano responsable del financiamiento de cada partido político considere conveniente, pero sólo podrán hacerlo en instrumentos de deuda emitidos por el gobierno mexicano en moneda nacional y a un plazo no mayor de un año.

III. En todo caso, las cuentas, fondos o fideicomisos no estarán protegidos por los secretos bancario o fiduciario, por lo que el Instituto podrá requerir en todo tiempo información detallada sobre su manejo y operaciones; y

IV. Los rendimientos financieros obtenidos a través de esta modalidad deberán destinarse para el cumplimiento de los objetivos del partido político.

5. En todo caso, la suma que cada partido puede obtener anualmente de los recursos provenientes de las fuentes señaladas en los incisos a), b) y d), y los obtenidos mediante colectas realizadas en mítines o en la vía pública, no podrá ser mayor al diez por ciento anual del monto establecido como tope de gasto de campaña para la elección presidencial inmediata anterior.

Artículo 211
(Ya transcrito)

Artículo 212
(Ya transcrito)

Artículo 228
(Ya transcrito)

Artículo 229

1. Los gastos que realicen los partidos políticos, las coaliciones y sus candidatos, en la propaganda electoral y las actividades de campaña, no podrán rebasar los topes que para cada elección acuerde el Consejo General.

2. Para los efectos de este artículo quedarán comprendidos dentro de los topes de gasto los siguientes conceptos:

a) Gastos de propaganda:

I. Comprenden los realizados en bardas, mantas, volantes, pancartas, equipos de sonido, eventos políticos realizados en lugares alquilados, propaganda utilitaria y otros similares.

b) Gastos operativos de la campaña:

SUP-RAP-254/2012

I. Comprenden los sueldos y salarios del personal eventual, arrendamiento eventual de bienes muebles e inmuebles, gastos de transporte de material y personal, viáticos y otros similares.

c) Gastos de propaganda en diarios, revistas y otros medios impresos:

I. Comprenden los realizados en cualquiera de esos medios, tales como inserciones pagadas, anuncios publicitarios y sus similares, tendentes a la obtención del voto. En todo caso, tanto el partido y candidato contratante, como el medio impreso, deberán identificar con toda claridad que se trata de propaganda o inserción pagada.

d) Gastos de producción de los mensajes para radio y televisión:

I. Comprenden los realizados para el pago de servicios profesionales; uso de equipo técnico, locaciones o estudios de grabación y producción, así como los demás inherentes al mismo objetivo.

3. No se considerarán dentro de los topes de campaña los gastos que realicen los partidos para su operación ordinaria y para el sostenimiento de sus órganos directivos y de sus organizaciones.

4. El Consejo General, en la determinación de los topes de gastos de campaña, aplicará las siguientes reglas:

a) Para la elección de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, a más tardar el día último de noviembre del año anterior al de la elección, procederá en los siguientes términos:

I. El tope máximo de gastos de campaña será equivalente al veinte por ciento del financiamiento público de campaña establecido para todos los partidos en el año de la elección presidencial.

b) Para la elección de diputados y senadores, a más tardar el día último de enero del año de la elección, procederá en los siguientes términos:

I. El tope máximo de gastos de campaña para la elección de diputados por el principio de mayoría relativa será la cantidad que resulte de dividir el tope de gasto de campaña establecido para la elección presidencial entre trescientos. Para el año en que solamente se renueve la Cámara de Diputados, la cantidad a que se refiere esta fracción será actualizada con el índice de crecimiento del salario mínimo diario en el Distrito Federal; y

II. Para cada fórmula en la elección de senadores por el principio de mayoría relativa, el tope máximo para gastos de campaña será la cantidad que resulte de multiplicar la suma del tope de gasto de campaña

para la elección de diputados por el número de distritos que comprenda la entidad de que se trate. En ningún caso el número de distritos que se considerará será mayor de veinte.

Artículo 232

1. La propaganda impresa que los candidatos utilicen durante la campaña electoral deberá contener, en todo caso, una identificación precisa del partido político o coalición que ha registrado al candidato.

2. La propaganda que en el curso de una campaña difundan por medios gráficos los partidos políticos, las coaliciones y los candidatos, no tendrán más límite, en los términos del artículo 7o. de la Constitución, que el respeto a la vida privada de candidatos, autoridades, terceros y a las instituciones y valores democráticos.

Artículo 233

1. La propaganda y mensajes que en el curso de las precampañas y campañas electorales difundan los partidos políticos se ajustarán a lo dispuesto por el primer párrafo del artículo 6o. de la Constitución.

2. En la propaganda política o electoral que realicen los partidos políticos, las coaliciones y los candidatos, deberán abstenerse de expresiones que denigren a las instituciones y a los propios partidos, o que calumnien a las personas. El Consejo General del Instituto está facultado para ordenar, una vez satisfechos los procedimientos establecidos en este Código, la suspensión inmediata de los mensajes en radio o televisión contrarios a esta norma, así como el retiro de cualquier otra propaganda.

3. Los partidos políticos, los precandidatos y candidatos podrán ejercer el derecho de réplica que establece el primer párrafo del artículo 6o. de la Constitución respecto de la información que presenten los medios de comunicación, cuando consideren que la misma ha deformado hechos o situaciones referentes a sus actividades. Este derecho se ejercerá sin perjuicio de aquellos correspondientes a las responsabilidades o al daño moral que se ocasionen en términos de la ley que regule la materia de imprenta y de las disposiciones civiles y penales aplicables.

4. El derecho a que se refiere el párrafo anterior se ejercerá en la forma y términos que determine la ley de la materia.

Artículo 234

SUP-RAP-254/2012

1. La propaganda que los partidos políticos, las coaliciones y los candidatos realicen en la vía pública a través de grabaciones y, en general, por cualquier otro medio, se sujetará a lo previsto por el artículo anterior, así como a las disposiciones legales y administrativas expedidas en materia de protección del medio ambiente y de prevención de la contaminación por ruido.

Artículo 235

1. En las oficinas, edificios y locales ocupados por la administración y los poderes públicos no podrá fijarse ni distribuirse propaganda electoral de ningún tipo, salvo cuando se trate de los locales a que se refiere el párrafo 2 del artículo 230 de este Código y exclusivamente por el tiempo de duración del acto de campaña de que se trate.

Artículo 236

1. En la colocación de propaganda electoral los partidos y candidatos observarán las reglas siguientes:

a) No podrá colgarse en elementos del equipamiento urbano, ni obstaculizar en forma alguna la visibilidad de los señalamientos que permiten a las personas transitar y orientarse dentro de los centros de población. Las autoridades electorales competentes ordenarán el retiro de la propaganda electoral contraria a esta norma;

b) Podrá colgarse o fijarse en inmuebles de propiedad privada, siempre que medie permiso escrito del propietario;

c) Podrá colgarse o fijarse en los bastidores y mamparas de uso común que determinen las Juntas Locales y Distritales Ejecutivas del Instituto, previo Acuerdo con las autoridades correspondientes;

d) No podrá fijarse o pintarse en elementos del equipamiento urbano, carretero o ferroviario, ni en accidentes geográficos cualquiera que sea su régimen jurídico; y

e) No podrá colgarse, fijarse o pintarse en monumentos ni en edificios públicos.

2. Los partidos, coaliciones y candidatos deberán utilizar en su propaganda impresa y demás elementos promocionales materiales que no dañen el medio ambiente, preferentemente reciclables y de fácil degradación natural. Sólo podrá usarse material plástico reciclable en la propaganda electoral impresa.

3. Los bastidores y mamparas de uso común serán repartidos por sorteo en forma equitativa de

conformidad a lo que corresponda a los partidos políticos registrados, conforme al procedimiento acordado en la sesión del Consejo respectivo, que celebre en enero del año de la elección.

4. Los Consejos Locales y Distritales, dentro del ámbito de su competencia harán cumplir estas disposiciones y adoptarán las medidas a que hubiere lugar con el fin de asegurar a partidos y candidatos el pleno ejercicio de sus derechos y garantizar el cumplimiento de sus obligaciones en la materia.

5. Las quejas motivadas por la propaganda impresa de los partidos políticos y candidatos serán presentadas al Vocal Secretario de la Junta Distrital que corresponda al ámbito territorial en que se presente el hecho que motiva la queja. El mencionado Vocal ordenará la verificación de los hechos, integrará el expediente y someterá a la aprobación del Consejo Distrital el Proyecto de Resolución. Contra la Resolución del Consejo Distrital procede el recurso de revisión que resolverá el Consejo Local que corresponda.

Artículo 237

1. Las campañas electorales para Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, Senadores y Diputados, en el año que corresponda, tendrán una duración de noventa días;

2. Las campañas electorales para Diputados, en el año en que solamente se renueve la Cámara respectiva, tendrán una duración de sesenta días.

3. Las campañas electorales de los partidos políticos se iniciarán a partir del día siguiente al de la sesión de registro de candidaturas para la elección respectiva, debiendo concluir tres días antes de celebrarse la Jornada Electoral.

4. El día de la Jornada Electoral y durante los tres días anteriores, no se permitirá la celebración ni la difusión de reuniones o actos públicos de campaña, de propaganda o de proselitismo electorales.

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.

6. Durante los tres días previos a la elección y hasta la hora del cierre oficial de las casillas que se

SUP-RAP-254/2012

encuentren en las zonas de husos horarios más occidentales del territorio nacional, queda prohibido publicar o difundir por cualquier medio, los resultados de encuestas o sondeos de opinión que tengan por objeto dar a conocer las preferencias electorales de los ciudadanos, quedando sujetos quienes lo hicieren, a las penas aplicables a aquellos que incurran en alguno de los tipos previstos y sancionados en el artículo 403 del Código Penal Federal.

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 336

1. Los partidos políticos nacionales y sus candidatos a cargos de elección popular no podrán realizar campaña electoral en el extranjero; en consecuencia, quedan prohibidas en el extranjero, en cualquier tiempo, las actividades, actos y propaganda electoral a que se refiere el artículo 228 de este Código.

2. Durante el Proceso Electoral, en ningún caso y por ninguna circunstancia los partidos políticos utilizarán recursos provenientes de financiamiento público o privado, en cualquiera de sus modalidades, para financiar actividades ordinarias o de campaña en el extranjero.

(...)"

De lo anterior, se obtiene que las únicas restricciones que el legislador estableció al contenido de la propaganda de los partidos políticos, pueden sintetizarse del modo siguiente:

- **Emplear cualquier expresión que denigre a las instituciones y a los partidos o que calumnie a las personas** [Artículos 41 constitucional, base tercera, Apartado C; 38, párrafo 1, incisos p) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales].
- **Utilizar símbolos religiosos, así como expresiones, alusiones o fundamentaciones de carácter religioso** [Artículo 38, párrafo 1, incisos y q) del Código Federal Electoral].
- **El respeto a la vida privada de candidatos, autoridades, terceros y a las instituciones y valores**

democráticos, en los términos del artículo 7º constitucional, respecto de propaganda que en el curso de una campaña difundan por medios gráficos [Artículo 332, párrafo 2 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales].

- **Ajustar la propaganda y mensajes que en el curso de las precampañas y campañas electorales difundan, a lo dispuesto por el primer párrafo del artículo 6º constitucional** [Artículo 233, párrafo 1, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales].

Asimismo, derivado de las restricciones señaladas en la legislación de la materia, esta autoridad advierte que las conclusiones que se desprenden, al interpretar el artículo 60 del Código Electoral, son las siguientes:

- Cada partido político decidirá libremente la asignación por tipo de campaña federal de los mensajes de propaganda electoral a que tenga derecho.

- En el caso de que se renueven el Poder Ejecutivo y las dos Cámaras del Congreso de manera simultánea, cada partido deberá destinar al menos un 30% de los mensajes a la campaña de uno de los poderes, considerando las últimas como una misma.

Por lo que, se observa que la única limitante que señala dicho precepto, se refiere a la distribución del tiempo destinado a cada una de las campañas, es decir, tanto la del poder ejecutivo de como la del legislativo, por ende, deberá mínimamente corresponderles a cada uno de ellos el 70 y 30%, por lo tanto, no existe señalamiento expreso respecto a la forma en que debe hacerse dicha distribución.

ESTUDIO DE FONDO.

Que una vez sentado lo anterior, y en cumplimiento al mandato ya planteado con anterioridad, esta autoridad se avocará a estudiar el motivo de inconformidad relativo a la presunta transgresión a lo previsto en el artículo 342, párrafo 1, incisos a) y n) y 367, párrafo 1, inciso b), en relación con el artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, **atribuible al Partido Acción Nacional**, en virtud de la presunta contravención a las normas sobre propaganda política o electoral establecidas para los partidos políticos, en virtud de que los hechos denunciados consisten en la presunta violación a los principios de legalidad y equidad en la contienda atribuibles al Partido Acción Nacional, derivado de la difusión de los promocionales intitolados: "Compromisos No Cumplidos 1A",

SUP-RAP-254/2012

“Compromisos No Cumplidos 1B”, “Compromisos No cumplidos 3”, “Compromisos No Cumplidos 4” y “Compromisos No Cumplidos Seguridad” identificados con las claves RV00394-12, RV00395-12, RV00428-12, RV00429-12, RV00512-12, RA00712-12, RA00713-12, RA00800-12, y RA00801-12, toda vez que la propaganda electoral que emite el Partido Acción Nacional a través de los espacios destinados a las campañas para Diputados y Senadores del propio instituto político, realiza propaganda electoral destinada a posicionar la campaña por el cargo de elección correspondiente al Ejecutivo Federal, en virtud de que presentan características que confunden al electorado cuando hacen promoción o difusión a favor de los candidatos a Diputados Federales y Senadores por el Partido Acción Nacional, a pesar de que el conjunto del mensaje está enfocado en la campaña presidencial.

Al respecto, esta autoridad considera necesario entrar al estudio de fondo de la *litis* planteada, con el objeto de determinar si, derivado de los hechos materia de la queja, el instituto político denunciado transgredió las normas sobre propaganda política o electoral establecidas para los partidos políticos en virtud de que los hechos denunciados consisten en la presunta violación a los principios de legalidad y equidad en la contienda.

Es preciso señalar que, derivado del apartado de “CONSIDERACIONES GENERALES” se advierte la definición y los elementos que componen a la propaganda electoral, así como las reglas y limitantes para la misma, establecidas en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, así como en la ley de la materia, el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

De lo anterior, puede concluirse que, salvo las limitantes referidas, los partidos políticos tienen plena libertad para determinar los contenidos de la propaganda que emplean, y en todo caso, quedan sujetos a responsabilidades ulteriores por trasgresión o quebranto de normatividad diversa.

Por otra parte, el artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, señala que cada partido decidirá libremente la asignación por tipo de campaña federal de los mensajes de propaganda electoral a que tenga derecho, ya que, salvo las restricciones referidas en párrafos precedentes, se observa que, dentro del marco jurídico referido no se encuentran establecidos expresamente los alcances respecto de los contenidos que deben emplear los partidos en su propaganda electoral.

Por lo que, en modo alguno se desprende, que en dichas prohibiciones, les sea vedado a los institutos políticos utilizar de manera simultánea sus prerrogativas en radio y televisión para promocionar tanto la campaña presidencial como la legislativa; ello en virtud de que el fin principal de la propaganda electoral, tiene que ver con la intención de obtener el voto del electorado, haciendo uso de esta prerrogativa, por tanto, no le asiste la razón al quejoso, al señalar que el Partido Acción Nacional infringe la normativa electoral al utilizar espacios destinados a las campañas para diputados federales y senadores para realizar propaganda dirigida a posicionar el cargo de elección referente al Ejecutivo Federal.

Igualmente, dentro del mismo artículo establece la limitante de que cuando se renueven simultáneamente el Poder Ejecutivo y las dos Cámaras del Congreso, cada partido deberá destinar, **por lo menos**, un treinta por ciento de los mensajes a la campaña de uno de los poderes, de lo que se puede observar que no establece limitantes referentes al contenido y lógica de cada campaña, así como tampoco establece que las propuestas e imágenes deban referirse a la campaña a la cual pertenece el tiempo destinado, por lo que no le asiste la razón al Partido Revolucionario Institucional al señalar que hacer referencia a una campaña ajena implica una intromisión al multicitado artículo, ya que el mismo, solo refiere el porcentaje mínimo que deberá otorgarse en caso de una renovación de poderes coincidente, como lo es el presente caso.

En efecto, dicho precepto es del tenor siguiente:

“Artículo 60

1. Cada partido político decidirá libremente la asignación por tipo de campaña federal de los mensajes de propaganda electoral a que tenga derecho, salvo lo siguiente: en el Proceso Electoral en que se renueven el Poder Ejecutivo de la Unión y las dos Cámaras de Congreso, cada partido deberá destinar, al menos, un treinta por ciento de los mensajes a la campaña de uno de los poderes, considerando las de senadores y diputados como una misma.”

En primer lugar, se considera necesario señalar que el análisis de dicho precepto se va realizar a la luz de la argumentación teleológica, entendida por tal, como *la interpretación de un determinado enunciado de acuerdo con su finalidad.*

SUP-RAP-254/2012

En consecuencia, lo teleológico se refiere a todo aquello relativo o correspondiente a la idea o la razón de la finalidad o de sus fines.

En la práctica, el uso del argumento teleológico se identifica, o se trata de identificar, con el fin concreto del precepto.

El legislador al momento de crear la norma, lo hace para conseguir un objetivo determinado, lo que conduciría a la concepción de la ley como un medio para alcanzar un fin determinado.

También se hace referencia al término finalidad cuando se asocia a un fin general de la materia o de una institución regulada.

En esta situación el sentido de la norma o de la ley, no estaría encerrada en sí misma, sino en relación con el objetivo más general que se persigue en la regulación de una determinada materia o institución jurídica.

No debe olvidarse que, mediante este argumento, se supera con frecuencia la interpretación literal de la ley.

Por todo lo anterior, se pueden anotar las siguientes conclusiones respecto del argumento teleológico:

- Se refiere a la interpretación de una norma de acuerdo a su finalidad.
- Es un poderoso auxiliar para atemperar el rigor formalista.

Por todo lo anterior, puede concluirse, que la naturaleza del artículo 60 del Código Electoral es la de garantizar espacios en radio y televisión a que tienen derecho los institutos políticos durante las contiendas electorales, específicamente durante la renovación simultánea de los poderes ejecutivo y legislativo federales, por lo que dentro del mismo, el legislador se dio a la tarea de establecer un porcentaje mínimo a cubrir durante dichos periodos para cada una de las campañas electorales y en modo alguno establece algún tipo de impedimento para que los partidos políticos puedan combinar la elección presidencial con la legislativa a través de la difusión de sus promocionales.

Asimismo, se desprende que el espíritu, tanto del artículo 60 del Código Electoral Federal como del capítulo del Código Electoral referente a garantizar tiempos en radio y televisión en las diversas campañas electorales, ya sean locales o federales, así como a las autoridades electorales, dentro de

los procesos electorales, es garantizar un espacio mínimo en los medios de comunicación para que todos y cada uno de ellos tengan acceso a los mismos de manera equitativa.

En ese sentido, se considera válidamente que los spots, al contener la leyenda “Vota por Diputados y Senadores del Partido Acción Nacional”, pueden considerarse como parte de su campaña legislativa, máxime que partiendo de las críticas a las gestiones gubernamentales pueden ser apreciables a las distintas campañas legislativa y presidencial, independientemente del ámbito de aquello que es objeto de la crítica, precisamente por la relación existente entre el ámbito Ejecutivo y el Legislativo.

Por lo anterior, es que tampoco le asiste la razón al partido político quejoso al señalar que de los 30 segundos que duran cada uno de los promocionales denunciados, 26 ó 27 segundos, están destinados a hacer referencia al C. Enrique Peña Nieto y 2 ó 3 segundos hacen referencia a las campañas de diputados federales y senadores, ya que el 30 % establecido en la norma citada, no se refiere al total del spot, sino que se refiere a la totalidad de los mensajes que le sean asignados a los institutos políticos como parte de sus prerrogativas de acceso a radio y televisión.

Ahora bien partiendo de la libertad con que cuentan los partidos para definir el contenido de sus promocionales, no se advierte que los promocionales denunciados contengan información que suponga una afectación a los principios de libertad del sufragio y equidad en la contienda, puesto que no se aprecia la supuesta confusión que se pudiera generar en el electorado, respecto de la promoción a favor de los candidatos a Diputados Federales y Senadores del Partido Acción Nacional, dado que se aprecia que el contenido de la propaganda electoral denunciada está debidamente identificado al concluir con la leyenda “Vota por diputados federales y senadores del PAN”.

Ello, en razón de que del estudio a los promocionales identificados con las claves RV00394-12, RV00395-12, RV00428-12, RV00429-12, RV00512-12, RA00712-12, RA00713-12, RA00800-12, y RA00801-12, solo se desprende una crítica a las acciones de gobierno realizadas por el C. Enrique Peña Nieto, en su calidad de gobernador constitucional del estado de México, por lo que dicha situación no puede causar confusión en el electorado, dado que se está realizando una campaña de contraste por parte del instituto político que los pautó.

Lo anterior es así, ya que los promocionales denunciados se refiere a diversos compromisos adquiridos por el C. Enrique

SUP-RAP-254/2012

Peña Nieto durante su gestión como Gobernador del Estado de México; sin embargo, al final de los mismos aparece una leyenda que hace referencia a la solicitud del voto del electorado a favor de los diputados y senadores del Partido Acción Nacional.

En ese sentido, esta autoridad puede válidamente concluir que su contenido, encuadra en el concepto establecido para la propaganda electoral, entendido como una forma de comunicación persuasiva para obtener el voto del electorado o desalentar la preferencia hacia un candidato, coalición o partido político, aunado al hecho de que en su difusión se muestra que se efectúa también la intención de promover una candidatura o un partido político ante la ciudadanía, ello en virtud de la inclusión de la expresión final del promocional que los identifica, aun cuando tales elementos se introduzcan en el mensaje de manera marginal o circunstancial, situación que en modo alguno viola los principios de libertad y equidad en la contienda electoral.

En virtud de lo anterior, esta autoridad considera que la propaganda política-electoral de un instituto político no tiene más restricciones que las previstas por la propia normatividad de la materia, relacionada con la inclusión de expresiones que denigren a las personas o calumnien a las instituciones; de símbolos religiosos y, en general, que sean susceptibles de afectar alguno de los principios que rigen los procesos electorales o que afecten los bienes jurídicos que preserva la legislación electoral federal.

De ahí que, no le asiste la razón al quejoso al señalar que el artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales indica que los mensajes de los partidos políticos y sus candidatos deberán corresponder al contenido y lógica de cada tipo de campaña y que los mismos solo podrán transmitirse en los espacios de radio y televisión que le sean atinentes, ello en razón de que de la interpretación realizada por esta autoridad a dicho precepto, no es posible inferir dicha limitante, salvo la referente a los porcentajes mínimos que deben emplearse para cada tipo de campaña; por el contrario, el artículo referido señala que cada partido político decidirá libremente la asignación por tipo de campaña federal de los mensajes de propaganda electoral a que tenga derecho.

Es por ello, que con base en los argumentos desplegados en el presente Considerando, se determina declarar **infundado** el Procedimiento Especial Sancionador incoado en contra del Partido Acción Nacional, respecto de la posible vulneración a lo dispuesto en el artículo 342, párrafo 1, incisos a) y n) y 367, párrafo 1, inciso b), en relación con el artículo 60 del

Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, por la presunta contravención a las normas sobre propaganda política o electoral establecidas para los partidos políticos, en virtud de que los hechos denunciados consisten en la presunta violación a los principios de legalidad y equidad.

NOVENO. Una vez sentadas las consideraciones anteriores, es preciso señalar, que en fecha siete de mayo de dos mil doce, se celebró la Trigésima Séptima Sesión Extraordinaria de carácter urgente de la Comisión de Quejas y Denuncias del Instituto Federal Electoral, en donde se discutió la procedencia de adoptar las medidas cautelares solicitadas por el Partido Revolucionario Institucional, sobre los promocionales denunciados, mismas que mediante Acuerdo ACQD-064/2012 se determinó declarar procedentes las mismas, respecto de los promocionales identificados con las claves RV00512-12 y RA00801-12.

No obstante lo anterior, toda vez que de acuerdo con los argumentos sostenidos en la presente Resolución el Consejo General del Instituto Federal Electoral, determinó declarar el presente procedimiento administrativo sancionador como **infundado** respecto de las violaciones reclamadas por el Partido Revolucionario Institucional en virtud de que las mismas no infringen normatividad electoral alguna; lo procedente es, dejar **sin efectos** las medidas cautelares emitidas por la Comisión de Quejas y Denuncias de este Instituto en congruencia con lo resuelto por el órgano de máxima dirección de esta autoridad electoral.

DÉCIMO. Que en atención a los antecedentes y consideraciones vertidos, con fundamento en lo dispuesto en los artículos 39, párrafos 1 y 2; 109, párrafo 1, y 370, párrafo 2, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, y en ejercicio de las atribuciones conferidas en el numeral 118, párrafo 1, incisos h), w) y z) del ordenamiento legal en cita, este Consejo General emite la siguiente:

R E S O L U C I Ó N

PRIMERO. Se declara **infundado** el Procedimiento Especial Sancionador incoado en contra del Partido Acción Nacional por la presunta conculcación al artículo 342, párrafo 1, inciso a) y n) y 367, párrafo 1, inciso b), en relación con el artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, en virtud de la presunta contravención a las normas sobre propaganda política o electoral establecidas para los partidos políticos, en virtud de que los hechos denunciados consisten en la presunta violación a los principios de legalidad y equidad en la contienda atribuibles

SUP-RAP-254/2012

al Partido Acción Nacional, derivado de la difusión de los promocionales intitulados “Compromisos No Cumplidos 1A”, “Compromisos No Cumplidos 1B”, “Compromisos No cumplidos 3”, “Compromisos No Cumplidos 4” y “Compromisos No Cumplidos Seguridad” identificados con las claves RV00394-12, RV00395-12, RV00428-12, RV00429-12, RV00512-12, RA00712-12, RA00713-12, RA00800-12, y RA00801-12, toda vez que la propaganda electoral que emite el Partido Acción Nacional a través de los espacios destinados a las campañas para Diputados y Senadores del propio instituto político, realiza propaganda electoral destinada a posicionar la campaña por el cargo de elección correspondiente al Ejecutivo Federal, en virtud de que presentan características que confunden al electorado cuando hacen promoción o difusión a favor de los candidatos a Diputados Federales y Senadores por el Partido Acción Nacional, a pesar de que el conjunto del mensaje está enfocado en la campaña presidencial, en términos del Considerando **OCTAVO** de la presente Resolución.

SEGUNDO. Se dejan sin efectos las medidas cautelares decretadas por la Comisión de Quejas y Denuncias de este Instituto en la Trigésima Séptima Sesión Extraordinaria de carácter urgente, celebrada en fecha siete de mayo del presente año, respecto de los promocionales identificados con las claves RV00512-12 y RA00801-12, en términos del Considerando **NOVENO** de la presente determinación.

TERCERO. Notifíquese la presente Resolución a las partes en términos de ley.

CUARTO. En su oportunidad archívese el presente expediente, como asunto total y definitivamente concluido.

CUARTO. Agravios. El Partido Revolucionario Institucional hace valer los motivos de inconformidad siguientes:

“PRIMER AGRAVIO:

Fuente del agravio: La “Resolución del Consejo General del Instituto Federal Electoral respecto del procedimiento especial sancionador iniciado con motivo de la denuncia presentada por el Partido Revolucionario Institucional, en contra del Partido Acción Nacional, por hechos que consideran constituyen infracciones al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, identificado con el número de expediente SCG/PE/PRI/CG/150/PEF/227/2012”, específicamente su resolutive PRIMERO en relación con los

considerandos **SÉPTIMO y OCTAVO**, relativos a las consideraciones generales de los hechos denunciados, así como al estudio de fondo del asunto en cuestión, en que la autoridad responsable determinó expresamente lo siguiente:

“SÉPTIMO. CONSIDERACIONES GENERALES DE LOS HECHOS DENUNCIADOS Y ESTUDIO DE FONDO. Es preciso señalar que de conformidad con los artículos 41 constitucional así como 48 a 76 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, se establecen las normas y reglas para el uso y acceso de los partidos políticos a la radio y la televisión, asimismo es aplicable el artículo 342 del mismo Código, que establece las infracciones atribuibles a los partidos políticos, a saber:

(...)

De la revisión tanto de las bases constitucionales, como de la regulación legal aplicable al uso de las prerrogativas en radio y televisión por parte de los partidos políticos se obtiene que el marco legal señala los siguientes aspectos:

- Establece que los partidos políticos nacionales tienen derecho al uso permanente de los medios de comunicación social.*
- El Instituto Federal Electoral (Instituto) es autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a los fines propios y a los de otras autoridades electorales, así como a los partidos políticos.*
- El Instituto garantizará a los partidos políticos el uso de sus prerrogativas constitucionales en radio y televisión.*
- La cantidad de minutos a disposición del Instituto en radio y televisión para los partidos políticos nacionales.*
- La cantidad de minutos a disposición del Instituto en radio y televisión para fines propios y de otras autoridades electorales.*
- La distribución de tiempo convertido en mensajes en cada estación de radio y canal de televisión.*
- Las unidades de medidas de los mensajes.*
- Los horarios de distribución de los mensajes en cada estación de radio y canal de televisión.*
- El criterio de asignación a cada partido político, según sea proceso federal o local electoral, así como fuera de los procesos electorales.*
- La forma de transmisión de los mensajes (conforme a la pauta que apruebe el Comité de Radio y Televisión del Instituto y la Junta General Ejecutiva).*
- Las funciones y reglas generales de operación del Comité de Radio y Televisión del Instituto.*

SUP-RAP-254/2012

*Es necesario puntualizar que la legislación establece disposiciones que regulan la forma y tiempo conforme a las cuales los partidos políticos pueden legalmente acceder a la radio y la televisión, **pero no abarca de ningún modo lo que deben o pueden decir a través del uso de estos tiempos en esos medios.***

En este sentido y a fin de ampliar el presente análisis, conviene revisar las normas de la legislación electoral que regulan la propaganda política y electoral de los partidos políticos, entendiendo por propaganda política la que en forma permanente tienen derecho a difundir, y por electoral la que realizan dentro de los procesos electorales con el fin de obtener votos.

(...)

De lo anterior, se obtiene que las únicas restricciones que el legislador estableció al contenido de la propaganda de los partidos políticos, pueden sintetizarse del modo siguiente:

- Emplear cualquier expresión que denigre a las instituciones y a los partidos o que calumnie a las personas [Artículos 41 constitucional, base tercera, Apartado C; 38, párrafo 1, incisos p) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales].*
- Utilizar símbolos religiosos, así como expresiones, alusiones o fundamentaciones de carácter religioso [Artículo 38, párrafo 1, incisos y q) del Código Federal Electoral].*
- El respeto a la vida privada de candidatos, autoridades, terceros y a las instituciones y valores democráticos, en los términos del artículo 7º constitucional, respecto de propaganda que en el curso de una campaña difundan por medios gráficos [Artículo 332, párrafo 2 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales].*
- Ajustar la propaganda y mensajes que en el curso de las precampañas y campañas electorales difundan, a lo dispuesto por el primer párrafo del artículo 6º constitucional [Artículo 233, párrafo 1, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales].*

Asimismo, derivado de las restricciones señaladas en la legislación de la materia, esta autoridad advierte que las conclusiones que se desprenden, al interpretar el artículo 60 del Código Electoral, son las siguientes:

- Cada partido político decidirá libremente la asignación por tipo de campaña federal de los mensajes de propaganda electoral a que tenga derecho.*

□ *En el caso de que se renueven el Poder Ejecutivo y las dos Cámaras del Congreso de manera simultánea, cada partido deberá destinar al menos un 30% de los mensajes a la campaña de uno de los poderes, considerando las últimas como una misma.*

Por lo que, se observa que la única limitante que señala dicho precepto, se refiere a la distribución del tiempo destinado a cada una de las campañas, es decir, tanto la del poder ejecutivo de como la del legislativo, por ende, deberá mínimamente corresponderles a cada uno de ellos el 70 y 30%, por lo tanto, no existe señalamiento expreso respecto a la forma en que debe hacerse dicha distribución.

ESTUDIO DE FONDO.

Que una vez sentado lo anterior, y en cumplimiento al mandato ya planteado con anterioridad, esta autoridad se avocará a estudiar el motivo de inconformidad relativo a la presunta transgresión a lo previsto en el artículo 342, párrafo 1, incisos a) y n) y 367, párrafo 1, inciso b), en relación con el artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, atribuible al Partido Acción Nacional, en virtud de la presunta contravención a las normas sobre propaganda política o electoral establecidas para los partidos políticos, en virtud de que los hechos denunciados consisten en la presunta violación a los principios de legalidad y equidad en la contienda atribuibles al Partido Acción Nacional, derivado de la difusión de los promocionales intitulados: “Compromisos No Cumplidos 1A”, “Compromisos No Cumplidos 1B”, “Compromisos No cumplidos 3”, “Compromisos No Cumplidos 4” y “Compromisos No Cumplidos Seguridad” identificados con las claves RV00394-12, RV00395-12, RV00428-12, RV00429-12, RV00512-12, RA00712-12, RA00713-12, RA00800-12, y RA00801-12, toda vez que la propaganda electoral que emite el Partido Acción Nacional a través de los espacios destinados a las campañas para Diputados y Senadores del propio instituto político, realiza propaganda electoral destinada a posicionar la campaña por el cargo de elección correspondiente al Ejecutivo Federal, en virtud de que presentan características que confunden al electorado cuando hacen promoción o difusión a favor de los candidatos a Diputados Federales y Senadores por el Partido Acción Nacional, a pesar de que el conjunto del mensaje está enfocado en la campaña presidencial.

Al respecto, esta autoridad considera necesario entrar al estudio de fondo de la litis planteada, con el objeto de determinar si, derivado de los hechos materia de la queja, el instituto político denunciado transgredió las normas sobre

SUP-RAP-254/2012

propaganda política o electoral establecidas para los partidos políticos en virtud de que los hechos denunciados consisten en la presunta violación a los principios de legalidad y equidad en la contienda.

Es preciso señalar que, derivado del apartado de “CONSIDERACIONES GENERALES” se advierte la definición y los elementos que componen a la propaganda electoral, así como las reglas y limitantes para la misma, establecidas en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, así como en la ley de la materia, el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

De lo anterior, puede concluirse que, salvo las limitantes referidas, los partidos políticos tienen plena libertad para determinar los contenidos de la propaganda que emplean, y en todo caso, quedan sujetos a responsabilidades ulteriores por trasgresión o quebranto de normatividad diversa.

Por otra parte, el artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, señala que cada partido decidirá libremente la asignación por tipo de campaña federal de los mensajes de propaganda electoral a que tenga derecho, ya que, salvo las restricciones referidas en párrafos precedentes, se observa que, dentro del marco jurídico referido no se encuentran establecidos expresamente los alcances respecto de los contenidos que deben emplear los partidos en su propaganda electoral.

Por lo que, en modo alguno se desprende, que en dichas prohibiciones, les sea vedado a los institutos políticos utilizar de manera simultánea sus prerrogativas en radio y televisión para promocionar tanto la campaña presidencial como la legislativa; ello en virtud de que el fin principal de la propaganda electoral, tiene que ver con la intención de obtener el voto del electorado, haciendo uso de esta prerrogativa, por tanto, no le asiste la razón al quejoso, al señalar que el Partido Acción Nacional infringe la normativa electoral al utilizar espacios destinados a las campañas para diputados federales y senadores para realizar propaganda dirigida a posicionar el cargo de elección referente al Ejecutivo Federal.

Igualmente, dentro del mismo artículo establece la limitante de que cuando se renueven simultáneamente el Poder Ejecutivo y las dos Cámaras del Congreso, cada partido deberá destinar, por lo menos, un treinta por ciento de los mensajes a la campaña de uno de los poderes, de lo que se puede observar que no establece limitantes referentes al contenido y lógica de cada campaña, así como tampoco

establece que las propuestas e imágenes deban referirse a la campaña a la cual pertenece el tiempo destinado, por lo que no le asiste la razón al Partido Revolucionario Institucional al señalar que hacer referencia a una campaña ajena implica una intromisión al multicitado artículo, ya que el mismo, solo refiere el porcentaje mínimo que deberá otorgarse en caso de una renovación de poderes coincidente, como lo es el presente caso.

(...)

En primer lugar, se considera necesario señalar que el análisis de dicho precepto se va realizar a la luz de la argumentación teleológica, entendida por tal, como la interpretación de un determinado enunciado de acuerdo con su finalidad.

En consecuencia, lo teleológico se refiere a todo aquello relativo o correspondiente a la idea o la razón de la finalidad o de sus fines.

En la práctica, el uso del argumento teleológico se identifica, o se trata de identificar, con el fin concreto del precepto.

El legislador al momento de crear la norma, lo hace para conseguir un objetivo determinado, lo que conduciría a la concepción de la ley como un medio para alcanzar un fin determinado.

También se hace referencia al término finalidad cuando se asocia a un fin general de la materia o de una institución regulada.

En esta situación el sentido de la norma o de la ley, no estaría encerrada en sí misma, sino en relación con el objetivo más general que se persigue en la regulación de una determinada materia o institución jurídica.

No debe olvidarse que, mediante este argumento, se supera con frecuencia la interpretación literal de la ley.

Por todo lo anterior, se pueden anotar las siguientes conclusiones respecto del argumento teleológico:

- Se refiere a la interpretación de una norma de acuerdo a su finalidad.*
- Es un poderoso auxiliar para atemperar el rigor formalista.*

Por todo lo anterior, puede concluirse, que la naturaleza del artículo 60 del Código Electoral es la de garantizar espacios en radio y televisión a que tienen derecho los institutos

SUP-RAP-254/2012

políticos durante las contiendas electorales, específicamente durante la renovación simultánea de los poderes ejecutivo y legislativo federales, por lo que dentro del mismo, el legislador se dio a la tarea de establecer un porcentaje mínimo a cubrir durante dichos periodos para cada una de las campañas electorales y en modo alguno establece algún tipo de impedimento para que los partidos políticos puedan combinar la elección presidencial con la legislativa a través de la difusión de sus promocionales.

Asimismo, se desprende que el espíritu, tanto del artículo 60 del Código Electoral Federal como del capítulo del Código Electoral referente a garantizar tiempos en radio y televisión en las diversas campañas electorales, ya sean locales o federales, así como a las autoridades electorales, dentro de los procesos electorales, es garantizar un espacio mínimo en los medios de comunicación para que todos y cada uno de ellos tengan acceso a los mismos de manera equitativa.

En ese sentido, se considera válidamente que los spots, al contener la leyenda “Vota por Diputados y Senadores del Partido Acción Nacional”, pueden considerarse como parte de su campaña legislativa, máxime que partiendo de las críticas a las gestiones gubernamentales pueden ser apreciables a las distintas campañas legislativa y presidencial, independientemente del ámbito de aquello que es objeto de la crítica, precisamente por la relación existente entre el ámbito Ejecutivo y el Legislativo.

Por lo anterior, es que tampoco le asiste la razón al partido político quejoso al señalar que de los 30 segundos que duran cada uno de los promocionales denunciados, 26 ó 27 segundos, están destinados a hacer referencia al C. Enrique Peña Nieto y 2 ó 3 segundos hacen referencia a las campañas de diputados federales y senadores, ya que el 30 % establecido en la norma citada, no se refiere al total del spot, sino que se refiere a la totalidad de los mensajes que le sean asignados a los institutos políticos como parte de sus prerrogativas de acceso a radio y televisión.

Ahora bien partiendo de la libertad con que cuentan los partidos para definir el contenido de sus promocionales, no se advierte que los promocionales denunciados contengan información que suponga una afectación a los principios de libertad del sufragio y equidad en la contienda, puesto que no se aprecia la supuesta confusión que se pudiera generar en el electorado, respecto de la promoción a favor de los candidatos a Diputados Federales y Senadores del Partido Acción Nacional, dado que se aprecia que el contenido de la propaganda electoral denunciada está debidamente

identificado al concluir con la leyenda “Vota por diputados federales y senadores del PAN”.

Ello, en razón de que del estudio a los promocionales identificados con las claves RV00394-12, RV00395-12, RV00428-12, RV00429-12, RV00512-12, RA00712-12, RA00713-12, RA00800-12, y RA00801-12, solo se desprende una crítica a las acciones de gobierno realizadas por el C. Enrique Peña Nieto, en su calidad de gobernador constitucional del estado de México, por lo que dicha situación no puede causar confusión en el electorado, dado que se está realizando una campaña de contraste por parte del instituto político que los pautó.

Lo anterior es así, ya que los promocionales denunciados se refiere a diversos compromisos adquiridos por el C. Enrique Peña Nieto durante su gestión como Gobernador del Estado de México; sin embargo, al final de los mismos aparece una leyenda que hace referencia a la solicitud del voto del electorado a favor de los diputados y senadores del Partido Acción Nacional.

En ese sentido, esta autoridad puede válidamente concluir que su contenido, encuadra en el concepto establecido para la propaganda electoral, entendido como una forma de comunicación persuasiva para obtener el voto del electorado o desalentar la preferencia hacia un candidato, coalición o partido político, aunado al hecho de que en su difusión se muestra que se efectúa también la intención de promover una candidatura o un partido político ante la ciudadanía, ello en virtud de la inclusión de la expresión final del promocional que los identifica, aun cuando tales elementos se introduzcan en el mensaje de manera marginal o circunstancial, situación que en modo alguno viola los principios de libertad y equidad en la contienda electoral.

En virtud de lo anterior, esta autoridad considera que la propaganda política-electoral de un instituto político no tiene más restricciones que las previstas por la propia normatividad de la materia, relacionada con la inclusión de expresiones que denigren a las personas o calumnien a las instituciones; de símbolos religiosos y, en general, que sean susceptibles de afectar alguno de los principios que rigen los procesos electorales o que afecten los bienes jurídicos que preserva la legislación electoral federal.

De ahí que, no le asiste la razón al quejoso al señalar que el artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales indica que los mensajes de los partidos políticos y sus candidatos deberán corresponder al contenido y lógica de cada tipo de campaña y que los

SUP-RAP-254/2012

mismos solo podrán transmitirse en los espacios de radio y televisión que le sean atientes, ello en razón de que de la interpretación realizada por esta autoridad a dicho precepto, no es posible inferir dicha limitante, salvo la referente a los porcentajes mínimos que deben emplearse para cada tipo de campaña; por el contrario, el artículo referido señala que cada partido político decidirá libremente la asignación por tipo de campaña federal de los mensajes de propaganda electoral a que tenga derecho.

Es por ello, que con base en los argumentos desplegados en el presente Considerando, se determina declarar infundado el Procedimiento Especial Sancionador incoado en contra del Partido Acción Nacional, respecto de la posible vulneración a lo dispuesto en el artículo 342, párrafo 1, incisos a) y n) y 367, párrafo 1, inciso b), en relación con el artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, por la presunta contravención a las normas sobre propaganda política o electoral establecidas para los partidos políticos, en virtud de que los hechos denunciados consisten en la presunta violación a los principios de legalidad y equidad.

(...)”.

DISPOSICIONES CONSTITUCIONALES VIOLADAS: Los artículos 14, 16, y 41, Base III de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en relación con el artículo 105, párrafo segundo del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales que imponen al Instituto Federal Electoral la obligación de observar los principios rectores de certeza, legalidad, objetividad y congruencia, por una indebida fundamentación y motivación.

CONCEPTO DEL AGRAVIO: La resolución impugnada se encuentra viciada de una indebida fundamentación y motivación, por lo que resulta violatoria de los artículos 14 y 16 Constitucionales, los cuales obligan a todo acto de autoridad, incluyendo las resoluciones que emita el Instituto Federal Electoral, a satisfacer el requisito de contar con una fundamentación y motivación correcta, completa debida e imparcial.

En efecto, todo acto de autoridad debe encontrar sustento en lo preceptuado en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en su artículo 16, a fin de garantizar que los justiciables tengan conocimiento de las disposiciones legales y los razonamientos por medio de los cuales se decretó una determinada resolución que afecte sus derechos o libertades, con el propósito de que estén en aptitud de

cuestionarlas y controvertirlas y ejercer, consecuentemente, un adecuado mecanismo de defensa.

De esta manera, los parámetros mínimos a los cuales se deben sujetar todas las autoridades al emitir sus resoluciones, son los referentes a la fundamentación y motivación, entendidos éstos como la expresión de los preceptos jurídicos aplicables, así como las razones en virtud de las cuales considera que tales disposiciones se ajustan al caso concreto. Sin embargo, la autoridad puede incurrir en una violación de fondo en sus resoluciones, cuando cita preceptos legales que no son aplicables al caso concreto; o bien, cuando las razones que expone para dictar la resolución no se adecúan al caso específico, es decir, cuando los argumentos expresados son incorrectos o insuficientes para sustentar sus determinaciones.

Al respecto, sirva para soportar tales afirmaciones, la tesis jurisprudencial de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, cuyo rubro señala **“FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN. SU DISTINCIÓN ENTRE SU FALTA Y CUANDO ES INDEBIDA.”**, 9ª. Época; T.C.C.; S.J.F. y su Gaceta; XXV, Enero de 2007; Pág. 2127, cuyo texto es del tenor siguiente:

“FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN. SU DISTINCIÓN ENTRE SU FALTA Y CUANDO ES INDEBIDA” (Se transcribe).

En mismo sentido, señala la Tesis aislada publicada en el Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, en el Tomo XXIII, febrero de 2006, página 1816, que cuenta con el rubro **“FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN. LA DIFERENCIA ENTRE LA FALTA Y LA INDEBIDA SATISFACCIÓN DE AMBOS REQUISITOS CONSTITUCIONALES TRASCIENDE AL ORDEN EN QUE DEBEN ESTUDIARSE LOS CONCEPTOS DE VIOLACIÓN Y A LOS EFECTOS DEL FALLO PROTECTOR.”**, como se muestra a continuación:

“FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN. LA DIFERENCIA ENTRE LA FALTA Y LA INDEBIDA SATISFACCIÓN DE AMBOS REQUISITOS CONSTITUCIONALES TRASCIENDE AL ORDEN EN QUE DEBEN ESTUDIARSE LOS CONCEPTOS DE VIOLACIÓN Y A LOS EFECTOS DEL FALLO PROTECTOR” (Se transcribe).

Es el presente asunto, la responsable al emitir la resolución que se combate, infringió el principio de legalidad en razón de una indebida fundamentación y motivación, porque analiza de manera errónea, el contenido y sentido de las normas constitucional y legal en materia electoral, para la

SUP-RAP-254/2012

determinación de los espacios que en radio y televisión, pueden distribuir los partidos políticos para la difusión de mensajes alusivos a las campañas a nivel federal, por los cargos relativos al Ejecutivo y Legislativo.

En este sentido, del análisis de la resolución impugnada se desprende que la autoridad responsable señaló que la ley electoral federal únicamente establece como limitantes para el ejercicio de la prerrogativa en radio y televisión a que tienen derecho los partidos políticos, los relativos a la emisión de expresiones que denigren a las instituciones y a los partidos o que calumnie a las personas; al empleo de símbolos religiosos, así como declaraciones, alusiones o fundamentaciones de carácter religioso; o aquellos que vulneren lo preceptuado en los artículos 6 y 7 de la Constitución de los Estados Unidos Mexicanos, a propósito de respetar la vida privada de los candidatos, autoridades, terceros; y en general, a los valores democráticos y las instituciones que velan por los mismos.

En vinculación con lo anterior, la responsable apuntala que las restricciones señaladas en el artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, son las relativas a que cada partido político decida libremente la asignación por tipo de campaña federal de los mensajes de propaganda electoral a que tenga derecho, **con la salvedad** de que el año en que se renueven tanto el Poder Ejecutivo como las dos Cámaras del Congreso, cada partido deberá destinar al menos un 30% de los mensajes a la campaña de uno de los poderes, considerando las últimas como una misma.

Así, en el dicho de la autoridad responsable, la única limitante del artículo 60 del código electoral federal, es el de distribuir mínimamente a cada tipo de campañas, esto es, la del poder ejecutivo y la del legislativo, unos porcentajes del 70 y 30, sin que exista señalamiento expreso respecto a la forma en que debe hacerse dicha distribución.

Por lo tanto, continúa afirmando la responsable, **en tanto no se encuentran establecidos expresamente los alcances respecto de los contenidos que deben emplear los partidos en su propaganda electoral, en modo alguno se desprende que a los partidos políticos les sea vedado utilizar sus prerrogativas en radio y televisión para promocionar simultáneamente las campañas por los cargos del Ejecutivo Federal y el Legislativo Federal.**

Asimismo, desde la óptica de la autoridad responsable, los porcentajes mínimos establecidos en la legislación electoral para la distribución de tiempos, en lo referente al proceso

electoral en el cual se renueve el Poder Ejecutivo y el Legislativo, sólo pueden determinarse al final de las campañas electorales, ya que son cantidades que refieren al total de los tiempos asignados a los institutos políticos como parte de sus prerrogativas en radio y televisión, por lo que en el actual momento en que se desarrolla el proceso electoral federal, es jurídicamente imposible dilucidar si se ha cumplido o no con dichos porcentajes.

De los razonamientos vertidos por la autoridad, se colige que la misma incurre en una indebida interpretación de la normativa electoral, en dos vertientes distintas que se enuncian en seguida:

1. Determina erróneamente, que en toda la normativa electoral, y en específico el artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, no se establece limitantes referentes al contenido y lógica de los mensajes que emitan los partidos políticos, en relación a cada tipo de campaña a nivel federal.

Es decir, el referido artículo sólo establece un porcentaje mínimo a cubrir durante dichos periodos para cada una de las campañas electorales, y en modo alguno establece algún tipo de impedimento para que los partidos políticos puedan combinar la elección presidencial con la legislativa a través de la difusión de sus promocionales.

2. La autoridad establece equivocadamente, que los porcentajes mínimos establecidos en el artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, referente al proceso electoral en el cual se renueve el Poder Ejecutivo y el Legislativo, sólo pueden determinarse al final de las campañas electorales, ya que son cantidades que refieren el total de los tiempos asignados a los institutos políticos como parte de sus prerrogativas en radio y televisión, por lo que en este momento es jurídicamente imposible dilucidar si se ha cumplido o no con dichos porcentajes.

Es decir, en razón de que no puede acreditarse el cumplimiento del referido artículo 60 a través del estudio del contenido de los promocionales, porque pueden válidamente combinarse las elecciones presidencial y legislativa federal, el único medio para acreditar el cumplimiento del artículo 60 del código electoral federal, es el relativo al estudio cuantitativo que se haga al finalizar el periodo electoral, de los promocionales que hayan transmitido los partidos políticos para cubrir sus respectivas campañas electorales federales.

En razón de que el equívoco argumentativo de la autoridad requiere de un estudio pormenorizado y específico, a continuación se presentan a esta Máxima Autoridad en materia electoral, dos apartados concretos y definidos, correspondientes a los errores de interpretación arriba indicados, con el propósito de brindar los argumentos por medio de los cuales, se considera que la autoridad responsable incurrió en una indebida fundamentación y motivación para emitir su resolución.

I. INDEBIDA FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN POR CUANTO HACE AL CONTENIDO DEL ARTÍCULO 60 DEL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES.

Desde el escrito de queja que se presentó ante el Instituto Federal Electoral, mi representado hizo valer a dicha autoridad, que desde el máximo ordenamiento jurídico nacional, existe una clara diferencia de los tipos de elecciones que pueden desarrollarse en el país para acceder a distintos cargos de elección popular.

En ese sentido, se precisó que los artículos 41, párrafo segundo y 116, fracción IV de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos disponen que la renovación de los Poderes Legislativo y Ejecutivo se realizará mediante elecciones libres, auténticas y periódicas; y que la integración de la representación nacional, se hará mediante el sufragio universal, libre, secreto y directo.

Así también, se especificó que el artículo 41 de la Constitución Federal, señala que los partidos políticos nacionales contarán de manera equitativa con elementos para llevar a cabo sus actividades, entre ellos, los de financiamiento y uso de tiempos en radio y televisión, indicando respecto de este último, que el acceso en tales medios será de manera permanente; y que el mismo sentido guardan los artículos 36, numeral 1, inciso c); 48, inciso a); 49, numeral 1, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

De manera total, se puntualizó que el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, establece una clara diferenciación en la distribución de tiempos en radio y televisión que corresponderá a cada partido político, dependiendo del tipo de campaña electoral que se dispute; para lo cual se reprodujo el contenido de los artículos 56, numerales 1 y 2; 58, 59, 60, 61 y 62 del citado código.

Se detalló cómo de la simple lectura de los referidos artículos del código electoral federal, se podía válidamente desprender que los espacios en radio y televisión para partidos políticos, se encuentran diferenciados en función de las campañas electorales de cada entidad federativa, y los correspondientes a las campañas federales.

Más aún, se especificó que tal diferenciación también se presentaba en los tiempos que en radio y televisión corresponden a las campañas electorales federales en lo individual; de tal suerte que las campañas que disputan el cargo de elección por Diputados y las de Senadores, son comprendidas como una misma para la distribución de espacios en tales medios; y de manera independiente, se encuentra el acceso a dichos medios de comunicación, para las campañas por las cuales se contiende al cargo de elección por la Presidencia de la República.

En efecto, derivado de lo mandado en el artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, que estipula que *“cada partido político decidirá libremente la asignación por tipo de campaña federal de los mensajes de propaganda electoral a que tenga derecho, salvo lo siguiente: en el proceso electoral en que se renueven el Poder Ejecutivo de la Unión y las dos Cámaras de Congreso, cada partido deberá destinar, al menos, un treinta por ciento de los mensajes a la campaña de uno de los poderes, considerando las de senadores y diputados como una misma.”*, el legislador generó un ámbito distinto para las campañas del Ejecutivo y el Legislativo, a pesar de ser ambas a nivel Federal.

Ello fue determinado así por el legislador, con el propósito de que cada una tenga un espacio de difusión, de proposición e inclusive de confronta; y de esta suerte, se impidiese que los partidos políticos aprovecharan de los tiempos a que tienen derecho en los medios de comunicación masiva, para soslayar o minimizar las posibilidades de competencia entre partidos y sus candidatos, que contienden por otros puestos de elección popular.

Es entonces, que se estipuló claramente cómo del estudio de los artículos del Código Electoral Federal señalado, se puede colegir que los contenidos de los mensajes alusivos a las campañas electorales, difundidos a través de los espacios que detentan los partidos políticos en radio y televisión, deben ser coherentes y consonantes en atención al tipo de campaña que refieran, para brindar amplitud en la exposición de ideas, propuestas y candidatos, así como difusión de

SUP-RAP-254/2012

todos los tipos de elecciones, en privilegio del principio de equidad que debe regir en todos los procesos electorales.

No obstante lo anterior, la responsable determina erróneamente que en el artículo 60 del código comicial federal, no se señalan los alcances respecto de los contenidos que deben emplear los partidos políticos en su propaganda electoral; por lo que no es dable considerar que a dichos institutos políticos les esté vedado utilizar de manera simultánea sus prerrogativas en radio y televisión; y consecuentemente, utilizar los espacios destinados a las campañas para diputados federales y senadores para realizar propaganda dirigida a posicionar el cargo de elección referente al Ejecutivo Federal.

Es a todas luces incorrecta la interpretación que hace la autoridad responsable de las normas electorales, y en específico, del artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, en razón de que la redacción misma del artículo circunscribe el ámbito de libre decisión de los mensajes de los partidos políticos a un porcentaje mínimo que deberá, necesaria e indefectiblemente, ceñirse a un solo tipo de campaña federal, bien sea la relativa a diputados federales o senadores; o en su caso, la referente al cargo por la Presidencia de la República.

Es decir, la disociación de tiempos para campañas federales que estableció el legislador, no es una cuestión accidental; todo lo contrario, guarda una manifiesta lógica de propiciar que todos los candidatos a cargos de elección popular a nivel federal, cuenten con los espacios de difusión que les permitan dar a conocer a la ciudadanía su nombre, voz e imagen, a la par que sus postulados ideológicos y propuestas de campaña.

A su vez, la singularización de tiempos para cada campaña a nivel federal, permite que los ciudadanos estén en aptitud de conocer a todos los candidatos de los distintos cargos de elección popular, así como de las propuestas que éstos detenten, con miras a que los electores cuenten con información necesaria, directa y suficiente, para tomarla en consideración al momento de decidir a qué fuerza política o candidato, brindarán su voto.

De esta forma, son dos propósitos que se buscan conseguir mediante la disposición normativa del código electoral federal en estudio, en beneficio tanto para aquellos que contienden en un proceso electoral por parte de distintas fuerzas partidarias, como para el provecho de la ciudadanía en general, que contará con información valiosa antes de la emisión de su sufragio, pues son cientos de elecciones

federales las que concurren un mismo periodo y no únicamente la elección presidencial.

Tan es cierta la interpretación que se hizo a través de la queja presentada al Instituto Federal Electoral respecto de las violaciones cometidas por el PARTIDO ACCIÓN NACIONAL mediante los promocionales denunciados de dicho instituto político; que encuentra además, con el sustento de la Exposición de Motivos por la cual se reforma al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 14 de enero de 2008, la cual señala en la parte conducente a radio y televisión, lo siguiente:

“Respecto del nuevo modelo de acceso a televisión y radio, al que los partidos quedan sujetos conforme a la reforma constitucional, se propone un capítulo específico en el Cofipe contenido en la presente iniciativa. El objetivo es dotar al IFE de la normatividad que deberá aplicar para la asignación del tiempo a que se refiere la Base III, en sus apartados A) y B) del nuevo artículo 41 constitucional, distinguiendo, primeramente, por tipo de elección y campaña, tanto federales como locales; para tal fin, se propone determinar en el Cofipe el tiempo que deberá destinarse para cada campaña -federal o local- así como la duración de los mensajes que los partidos políticos transmitirán, en radio y televisión, durante las precampañas y campañas.

Las normas relativas a la asignación de tiempo por tipo de campaña buscan compatibilizar, de manera simultánea, dos objetivos: que las autoridades electorales y los partidos políticos tengan un marco normativo preciso, no sujeto a interpretaciones en su aplicación práctica, pues de lo que se trata es de asignar tiempo y mensajes, y simultáneamente permitir a los partidos tomar las decisiones que mejor se correspondan con sus estrategias de campaña, decidiendo ellos dentro de cierto margen, el uso de sus prerrogativas en radio y televisión según el tipo de campaña.

Así, la propuesta contempla que de los 48 minutos que en todas las estaciones de radio y canales de televisión quedarán a disposición del IFE durante los procesos electorales, para las precampañas sean asignados 18 minutos diarios, en conjunto para todos los partidos, mientras que durante el periodo de campañas federales se asignarían 41 minutos diarios como prerrogativa a los partidos políticos; quedando para los fines propios de las autoridades electorales, tal y como lo dispone el texto constitucional, siete minutos diarios.

SUP-RAP-254/2012

Del tiempo asignado a los partidos políticos para sus precampañas durante los procesos electorales federales, éstos podrán a su vez destinar espacio para la difusión de la de ámbito local en los procesos coincidentes con el federal.

En el año de la elección correspondiente, del tiempo a que cada partido tiene derecho, convertido en número de mensajes, por lo menos un 30 por ciento deberá destinarse a alguna de las campañas -presidencial o legislativa- que coinciden en el año de la renovación general de los dos poderes federales de elección popular. Se busca asegurar, mediante esa disposición, que el electorado cuente con información sobre las propuestas y candidatos de todos los partidos políticos, sin que se produzca una indeseable concentración de mensajes a favor de una sola de las campañas o de un solo candidato.

Los partidos harán uso del tiempo que les corresponda en mensajes con duración de treinta segundos, uno y dos minutos, según las reglas que se especifican para cada tipo de campaña.

Para las campañas locales coincidentes con la federal se propone destinar 15 minutos diarios por entidad federativa; ese tiempo estará comprendido dentro de los 41 minutos diarios que el IFE pondrá a disposición de los partidos. En las demás entidades federativas, en las que solamente se lleve a cabo la elección federal, los partidos políticos tendrán asegurado el uso de los 41 minutos diarios en cada estación de radio y canal de televisión con cobertura en esas entidades.

En los estados con elección o jornada comicial no coincidente con la federal, conforme al mandato del Apartado B de la Base III del artículo 41 constitucional, del tiempo que el IFE dispondrá en cada entidad federativa, se asignarán para las precampañas locales de los partidos políticos seis minutos diarios, en las estaciones y canales de cobertura en la entidad de que se trate.

De igual forma, para las campañas locales en las entidades referidas en el párrafo inmediato anterior, el IFE asignará, en cada uno de ellas, cuarenta y un minutos diarios para las campañas de los partidos políticos.

Para los fines propios de las respectivas autoridades electorales locales, el IFE, a petición de aquellas, resolverá la asignación del tiempo para hacer posible el acceso a la radio

y la televisión destinado a los fines propios de las señaladas autoridades locales.

El tiempo asignado a los partidos, tanto en precampaña como en campaña, será distribuido conforme a la norma constitucional: treinta por ciento en forma igualitaria y el resto de manera proporcional a los votos obtenidos en la elección federal para diputados inmediata anterior; en el caso de las entidades federativas, la distribución proporcional se realizará considerando los resultados de las última elección para diputados locales en la entidad de que se trate.

(...)"

Luego entonces, resulta evidente que la interpretación efectuada por el Consejo General del Instituto Federal Electoral, al emitir la resolución que por esta vía se impugna, fue errónea, inexacta y fuera de los parámetros de legalidad que delineó el legislador para el establecimiento de tiempos en radio y televisión para los partidos políticos en atención a cada tipo de campaña a nivel federal.

Es este sentido, es explícita la Exposición de Motivos líneas arriba transcrita, en el sentido de que el contenido de los mensajes que difundan los partidos políticos debe necesariamente atender al tipo de campaña para la cual están enfocados dichos mensajes, de manera que **no se produzca una indeseable concentración de mensajes a favor de una sola de las campañas o de un solo candidato.**

Situación que como se denunció en la queja ante el Instituto Federal Electoral, no es cumplida por el **PARTIDO ACCIÓN NACIONAL**, cuando en un mismo promocional, hace alusión a dos tipos de campañas distintas; esto es, por un lado la referencia a la campaña de Diputados Federales y Senadores; y por otro, un contenido explícito y enfocado en prácticamente su totalidad, a la campaña por el cargo a Presidente de los Estados Unidos Mexicanos.

Así pues, esta Máxima Autoridad en materia electoral, puede constatar la indebida motivación que efectuó la autoridad responsable, respecto del contenido de los promocionales que emitan los partidos políticos en relación a distintas campañas federales, puesto que **contrario a lo argüido por el Consejo General del Instituto, sí están delineados los alcances respecto de los contenidos que deben emplear los partidos en su propaganda electoral; y en ese sentido, el contenido y la lógica de cada mensaje de campaña, deberá referirse en su conjunto, a aquella a la**

cual pertenece el tiempo destinado: siendo entonces ilegal, cualquier actuación en contrario.

Habiéndose desestimado los argumentos emitidos por la responsable en cuanto a los límites de los contenidos de mensajes de cada tipo de campaña, se procede a continuación, a confrontar los razonamientos vertidos por el Consejo General por cuanto hace a la determinación cuantitativa de los promocionales difundidos por los partidos políticos en aplicación de su prerrogativa constitucional y legal en materia de radio y televisión, durante el periodo de campañas federales.

II. INDEBIDA FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN POR CUANTO HACE AL ARGUMENTO DE QUE SÓLO SE PUEDE ACREDITAR UNA VIOLACIÓN AL ARTÍCULO 60 DEL COFIPE, POR MECANISMOS CUANTITATIVOS AL FINALIZAR EL PERIODO DE CAMPAÑAS.

El error de interpretación de la responsable estriba en que escatima la diferenciación de los mensajes alusivos a las campañas **por el ejecutivo federal** de aquellos relativos a las campañas **por el legislativo federal**, en una característica **meramente cuantitativa**, sin contemplar que el único mecanismo, por el cual se puede válidamente determinar que en efecto los partidos políticos acatan lo mandado por el artículo 60 del código federal electoral, radica precisamente, en un **estudio cualitativo** de los mensajes que difunden dichos institutos políticos durante los periodos de campañas, tanto para los cargos de elección de diputados y senadores, como del referente al cargo de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos.

Esta afirmación se sostiene, a raíz de la conformación que desde el nivel constitucional, legal y reglamentario, se ha construido para el acceso en radio y televisión que cuentan los partidos políticos a la fecha, cuya descripción resulta de suma importancia para los efectos del presente medio de impugnación, a efecto de que este Máximo Tribunal en materia electoral pueda advertir y corroborar, la relevancia que implica el estudio cualitativo de los promocionales difundidos por los partidos políticos, en consideración a los distintos tipos de campaña que se encuentran a nivel federal.

En tal sentido, se ruega a este Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, atienda las consideraciones que se explicitarán a continuación, en relación a la instrumentación y materialización del acceso de los partidos políticos a la radio y televisión con fines electorales:

El artículo 41 de la de la Constitución de los Estados Unidos Mexicanos, señala que los partidos políticos nacionales contarán de manera equitativa con elementos para llevar a cabo sus actividades, entre ellos, los de financiamiento y uso de tiempos en radio y televisión, indicando respecto de este último, que el acceso en tales medios será de manera permanente.

Asimismo, la Base III apartado A del citado artículo 41 constitucional federal, determina los planteamientos generales que corresponden en radio y televisión para la materia electoral, señalándose entre otros lineamientos, que el Instituto Federal Electoral será autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines y al ejercicio del derecho de los partidos políticos nacionales; que desde el inicio de las precampañas y hasta la conclusión de la jornada electoral, dicho Instituto administrará 48 minutos diarios en radio y televisión, de los cuales al menos un ochenta y cinco por ciento deberán cubrir el derecho de los partidos en tales medios, y que tales tiempos serán distribuidos entre los partidos políticos en atención a una distribución igualitaria en un 30%, así como una distribución del 70% de acuerdo a los resultados de la elección para diputados federales inmediata anterior.

El apartado B mismo artículo, delinea la función administradora del Instituto Federal Electoral para los casos de procesos electorales en las Entidades Federativas, asignando los tiempos que correspondan al Estado en radio y televisión en las estaciones y canales de cobertura en la entidad de que se trate, en atención a los criterios indicados en el apartado A, así como a los señalamientos de la ley aplicable. Resulta indispensable señalar, que el inciso a) de este apartado, reconoce expresamente la coincidencia de procesos electorales locales con jornadas comiciales coincidentes con la federal.

El apartado C fija los criterios de prohibición relativos a la difamación y calumnia, así como la suspensión durante las campañas, de toda propaganda gubernamental en los medios de comunicación social, con sus correlativas excepciones, como campañas de información de autoridades electorales, las relativas a servicios educativos y de salud, o las necesarias para la protección civil en casos de emergencia.

Por último, el apartado D establece que las infracciones en materia de radio y televisión con fines electorales, serán sancionadas mediante procedimientos expeditos, que podrán

SUP-RAP-254/2012

incluir la orden de cancelación inmediata de las transmisiones que resulten violatorias de la ley.

Bajo estos lineamientos, el Libro Segundo, Título Tercero, Capítulo Primero del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, regula el acceso a radio y televisión como prerrogativa de los partidos políticos, tal y como se muestra a continuación:

“Artículos 49, 51, 53, 56, 57, 59, 60, 61, 62, 63, 74 y 76”
(Se transcriben).

De los artículos transcritos se desprenden las siguientes afirmaciones:

- 1.- El Instituto Federal Electoral garantizará a los partidos políticos el uso de sus prerrogativas en radio y televisión, y elaborará las pautas mediante las cuales defina la asignación de los mensajes y programas que tengan derecho a difundir.
- 2.- El Comité de Radio y Televisión de dicho Instituto, será responsable de conocer y aprobar las pautas de transmisión correspondientes a programas y mensajes de los partidos políticos.
- 3.- Los mensajes de campaña de los partidos políticos serán transmitidos de acuerdo a la pauta que apruebe el citado Comité.
- 4.- Las pautas que determine el Comité establecerán, para cada mensaje, la estación o canal, así como el día y hora en que deban transmitirse.
- 5.- Los espacios en radio y televisión para partidos políticos, quedan diferenciados en atención a los tipos de campañas electorales tanto de cada entidad federativa, como los correspondientes a las campañas federales.
- 6.- Que para el caso de la asignación de los mensajes de propaganda electoral de la campaña federal, los partidos políticos deberán destinar, al menos, un treinta por ciento de los mensajes a la campaña de uno de los poderes, considerando las de senadores y diputados como una misma.
- 7.- Que en aquellas entidades federativas que cuenten con una elección local coincidente con la federal, el Instituto realizará los ajustes necesarios a las pautas, con el propósito de hacer efectivas las prerrogativas de los partidos políticos de acuerdo a cada elección.

Es entonces, que se determinan dos elementos esenciales para la distribución de tiempos en radio y televisión para partidos políticos:

1. Por un lado, se establece una clara diferenciación en la distribución de tiempos en radio y televisión dependiendo **del tipo de campaña electoral que se dispute**; y,
2. Por otro lado, la instrumentación de los mensajes que difundan los partidos políticos en atención a **cada tipo de elección**, se lleva a cabo a través de lo que se denominan "pautas".

En ese sentido, el artículo 5, numeral 1, inciso c), fracción XII del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, define a la pauta como *"el documento técnico en el que se distribuye el tiempo, convertido a número de mensajes, que corresponde a los partidos políticos y a las autoridades electorales en un periodo determinado, precisando la estación de radio o canal de televisión, la hora o rango en que debe transmitirse cada mensaje, y el partido político o autoridad electoral al que corresponde"*.

Es el caso, que para el proceso electoral 2011-2012, el Comité de Radio y Televisión del IFE aprobó acuerdo identificado con las siglas ACRT/028/2011, mediante el cual se determinó *EL MODELO DE LAS PAUTAS PARA LA TRANSMISIÓN EN RADIO Y TELEVISIÓN DE LOS MENSAJES DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS, EN LAS PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS FEDERALES DEL PROCESO ELECTORAL FEDERAL 2011-2012*; mismo que fue modificado mediante acuerdo ACRT/032/2011, con motivo del registro de una coalición total.

En dicho acuerdo, el Comité de Radio y Televisión señalado, determinó el número total de promocionales que durante la campaña, serían susceptibles de distribuirse entre todos los partidos políticos nacionales, considerando a la coalición total denominada "Movimiento Progresista", conformada por el Partido de la Revolución Democrática, el Partido del Trabajo y Movimiento Ciudadano, como si se trataran de un solo partido, para efectos del acceso a tiempo en radio y televisión, en el 30% que corresponda distribuir en forma igualitaria, en términos del artículo 98, numerales 3 a 7, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; y 16 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral.

Así, el total de promocionales que se distribuirían o repartirían para el periodo de campaña federal, **ascendería a 7380 en cada estación de radio y televisión**, de los cuales,

SUP-RAP-254/2012

a cada partido político corresponderían las cantidades siguientes:

Partido Revolucionario Institucional	2486
Partido Acción Nacional	1992
Partido de la Revolución Democrática	675
Partido del Trabajo	202
Movimiento Ciudadano	136
Partido Verde Ecologista de México	813
Partido Nueva Alianza	632

Luego entonces, dado el modelo actual de comunicación político electoral establecido en la legislación electoral, así como en vinculación con los criterios emitidos por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, cada partido político tendrá derecho a la transmisión del número total de promocionales aludidos previamente para transmitir mensajes relativos a las campañas a nivel federal, en cada estación de radio y cada canal de televisión del país.

Es importante precisar, que el acuerdo en comento no hace señalamiento alguno respecto de los tiempos que de acuerdo al artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, deberán destinar los partidos políticos para cubrir las campañas referentes al Ejecutivo Federal, así como a las campañas relativas al Legislativo Federal.

Por virtud de tal, es válido colegir que el acuerdo sólo brinda la cantidad total y definitiva, que convertida a número de mensajes, correspondería a cada partido político, para la transmisión de promocionales alusivos a las contiendas electorales de campaña a nivel federal, en los medios de comunicación social, dejando al partido la libertad de decidir qué porcentaje destina a las campañas de senadores y diputados y qué porcentaje a la campaña presidencial, en la inteligencia que el mínimo que establece la ley (30%) deberá ser respetado en todo momento.

Por otro lado, en atención al hecho de varios Estados de la República, celebrarían jornadas electorales locales de manera coincidente con la jornada electoral federal, el Comité de Radio y Televisión del Instituto, aprobó acuerdo identificado con las siglas ACRT/025/2011, mediante el cual emitió *LOS CRITERIOS PARA LA ASIGNACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE TIEMPOS EN RADIO Y TELEVISIÓN APLICABLE A LOS PROCESOS ELECTORALES LOCALES CON JORNADA ELECTORAL COINCIDENTE CON LA FEDERAL*, el cual se reproduce en su parte conducente, en seguida:

1. La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, así como el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, previeron la posibilidad de que los procesos electorales federales y locales, se sucedieran en un mismo momento, razón por la cual estableció un mecanismo de solución basado en la premisa de que existiera coincidencia en el día de jornada comicial, sin embargo el mecanismo únicamente se adecuó a los tiempos que corresponden a los periodos de campaña, correspondiéndole a la local quince minutos y a la federal veintiséis.

Bajo este tenor, es preciso que, mediante una interpretación sistemática y funcional se determine cuál será la asignación correspondiente en caso de que los periodos de precampaña local y federal, se desarrollaran simultáneamente; que la precampaña local tuviera lugar al mismo momento que la intercampaña federal; o que la precampaña local pudiera coincidir con la campaña federal.

Así, para el caso de que las precampañas se desarrollen en el mismo momento, se considera que el criterio a seguir es el de proporcionalidad, en el entendido que el propio código comicial establece una regla aplicable para un supuesto similar en campañas, es por ello que aplicando la proporcionalidad existente entre los quince minutos de la local y los veintiséis de la federal, se arribó a la conclusión de que en caso de precampañas los tiempos a distribuir serán de siete a la local y once a la federal.

En el caso de que la precampaña local se desarrolle al momento o tenga coincidencia con la intercampaña federal, el criterio de proporcionalidad pudiera no ser suficiente, toda vez que no nos encontramos frente a dos periodos similares. Por ello tras una lectura sistemática de las disposiciones relacionadas con el acceso a tiempos en radio y televisión, se pueden concluir diversos criterios indicadores tales como el hecho de que el legislador otorgó mayor relevancia, para efectos de la distribución, a los procesos de carácter federal que a los de carácter local, así como a los periodos de campaña sobre los de precampaña.

Otro criterio orientador es el hecho de que la finalidad del acceso a tiempos de radio y televisión es dotar a la ciudadanía de la mayor información posible respecto de las propuestas y plataformas de los partidos políticos, por lo que se debe incentivar en todo momento la garantía a dicho principio.

SUP-RAP-254/2012

Con base en lo anterior, se determina que en caso de existir coincidencias entre la precampaña local y la intercampaña federal, a la primera deberá corresponderle un tiempo de doce minutos, pues ello beneficia al derecho a la información que se desprende de nuestro sistema jurídico, a la vez que tutela el derecho constitucional de los partidos políticos a acceder a los tiempos del Estado, más aún, tomando en cuenta que en la intercampaña no existe asignación alguna para los institutos políticos, y por tanto debe prevalecer el periodo de precampaña sobre este último.

Lo expuesto es congruente con lo dispuesto en el artículo 62, numerales 1 y 2 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, pues en dicho artículo se señala que en caso de no existir coincidencia le corresponderán doce minutos de tiempo en radio y televisión a las precampañas de carácter local, tiempo que se debe tomar como máximo, pues dicho precepto parte de la premisa de que no es necesaria una repartición que disminuya el tiempo entre dos procesos diversos.

Por lo que hace a la coincidencia entre precampaña local con campaña federal, y aplicando los criterios antes señalados, se considera que deben asignarse siete minutos a la primera de ellas y treinta y cuatro minutos a la última, toda vez que las campañas prevalecen sobre las precampañas y los periodos federales sobre los locales.

2. Que derivado de la concurrencia de los procesos electorales locales y el proceso electoral federal, referida en el considerando anterior, los consejos o institutos electorales estatales de las entidades federativas con jornada comicial coincidente con la federal deberán elaborar su propuesta de pauta para la transmisión en radio y televisión de los promocionales de los partidos políticos con motivo de las precampañas, ajustándose a lo siguiente:

a) Durante el periodo en que la precampaña local se desarrolle de forma simultánea a la precampaña federal, del tiempo que corresponde a los partidos políticos, en las estaciones de radio y canales de televisión que deban cubrir el proceso local conforme al catálogo que apruebe el Comité de Radio y Televisión, se destinarán once minutos diarios a cubrir la precampaña federal y siete minutos diarios para atender la precampaña local.

b) Durante el tiempo en que la precampaña local no coincida en su totalidad con la precampaña federal, o bien, en el lapso en que siga desarrollándose con posterioridad al término de la precampaña federal y hasta antes del inicio de la campaña federal, en las estaciones de radio y canales de televisión

que deban cubrir el proceso local conforme al catálogo que apruebe el Comité de Radio y Televisión, los partidos políticos gozarán de doce minutos diarios, los cuales se destinarán en su totalidad a cubrir la precampaña local.

c) Cuando el periodo de precampaña local concorra con el periodo de campaña federal, los partidos políticos gozarán de siete minutos para la precampaña local y los treinta y cuatro minutos restantes se destinarán a la campaña federal, en las estaciones de radio y canales de televisión que deban cubrir el proceso local conforme al catálogo que apruebe el Comité de Radio y Televisión.

d) En caso de que la precampaña local tenga lapsos que se encuentren en las hipótesis de los incisos a), b) y c), la autoridad local deberá presentar las propuestas de pautas para cada supuesto.

Es entonces, que el Comité determina que existe un desfase entre las fechas que comprenden las etapas del proceso electoral federal, respecto de las fechas que integran los procesos electorales de cada Entidad Federativa. Al respecto, esta situación deviene relevante para la elaboración de las pautas que deberán cumplir cada estación de radio y canal de televisión del país, en atención al tipo de campaña que estén obligadas a transmitir, por virtud de los alcances de cobertura que guarden dichos medios de comunicación.

Bajo esta lógica, el punto de acuerdo identificado con el numeral segundo, resuelve:

SEGUNDO: De conformidad con el sorteo celebrado por este Comité de Radio y Televisión, respecto de los horarios en que se distribuirán los tiempos correspondientes a los procesos electorales federales y locales con jornada comicial coincidente, se determina que los consejos o institutos electorales estatales de las entidades federativas con jornada comicial coincidente con la federal deberán elaborar su propuesta de pauta para la transmisión en radio y televisión de los promocionales de los partidos políticos con motivo de las precampañas y campañas, ajustándose a lo siguiente:

a) Durante el periodo en que la precampaña local se desarrolle de forma simultánea a la precampaña federal, del tiempo que corresponde a los partidos políticos, en las estaciones de radio y canales de televisión que deban cubrir el proceso local conforme al catálogo que apruebe el Comité de Radio y Televisión, se destinarán once minutos diarios a cubrir la precampaña federal y siete minutos diarios para atender la precampaña local. Los horarios en los que se

SUP-RAP-254/2012

distribuirán los tiempos correspondientes a las precampañas locales y federales en dichas emisoras, serán los siguientes:

HORARIO	TIPO DE PRECAMPAÑA
06:00 a 06:59 hrs.	LOCAL
07:00 a 07:59 hrs.	FEDERAL
08:00 a 08:59 hrs.	LOCAL
09:00 a 09:59 hrs.	FEDERAL
10:00 a 10:59 hrs.	FEDERAL
11:00 a 11:59 hrs.	LOCAL
12:00 a 12:59 hrs.	FEDERAL
13:00 a 13:59 hrs.	LOCAL
14:00 a 14:59 hrs.	LOCAL
15:00 a 15:59 hrs.	FEDERAL
16:00 a 16:59 hrs.	LOCAL
17:00 a 17:59 hrs.	FEDERAL
18:00 a 18:59 hrs.	LOCAL
19:00 a 19:59 hrs.	FEDERAL
20:00 a 20:59 hrs.	FEDERAL
21:00 a 21:59 hrs.	FEDERAL
22:00 a 22:59 hrs.	FEDERAL
23:00 a 23:59 hrs.	FEDERAL

b) Durante el periodo en que la campaña local se desarrolle de forma simultánea a la campaña federal, del tiempo que corresponde a los partidos políticos, en las estaciones de radio y canales de televisión que deban cubrir el proceso local conforme al catálogo que apruebe el Comité de Radio y Televisión, se destinarán veintiséis minutos diarios a cubrir la campaña federal y quince minutos diarios para atender la campaña local. Los horarios en los que se distribuirán los tiempos correspondientes a las campañas locales y federales en dichas emisoras, serán los siguientes:

HORARIO	MINUTOS	SPOT	TIPO DE CAMPAÑA	
06:00 a 06:59 hrs.	3	1	FEDERAL	
		2		
		1	3	LOCAL
			4	
		1	5	FEDERAL
			6	
07:00 a 07:59 hrs.	3	7	LOCAL	
		8		
		1	9	LOCAL
			10	
		1	11	LOCAL
			12	

SUP-RAP-254/2012

08:00 a 08:59 hrs.	3	1	13	FEDERAL
			14	
		1	15	FEDERAL
16				
1		17	FEDERAL	
		18		
09:00 a 09:59 hrs.	3	1	19	LOCAL
			20	
		1	21	FEDERAL
22				
1		23	AUTORIDAD	
		24		
10:00 a 10:59 hrs.	3	1	25	FEDERAL
			26	
		1	27	LOCAL
28				
1		29	FEDERAL	
		30		
11:00 a 11:59 hrs.	3	1	31	AUTORIDAD
			32	
		1	33	FEDERAL
34				
1		35	AUTORIDAD	
		36		
12:00 a 12:59 hrs.	2	1	37	FEDERAL
			38	
		1	39	FEDERAL
40				
13:00 a 13:59 hrs.	2	1	41	FEDERAL
			42	
		1	43	FEDERAL
44				
14:00 a 14:59 hrs.	2	1	45	AUTORIDAD
			46	
		1	47	LOCAL
48				
15:00 a 15:59 hrs.	2	1	49	LOCAL
			50	
		1	51	FEDERAL
52				
16:00 a 16:59 hrs.	2	1	53	LOCAL
			54	
		1	55	LOCAL
56				
17:00 a 17:59 hrs.	2	1	57	LOCAL
			58	
		1	59	FEDERAL
60				
18:00 a 18:59	3	1	61	FEDERAL

SUP-RAP-254/2012

hrs.			62	
		1	63 64	FEDERAL
		1	65 66	FEDERAL
		3	1	67 67
1	69 70		FEDERAL	
1	71 72		AUTORIDAD	
19:00 a 19:59 hrs.		1	73 74	FEDERAL
		1	75 76	FEDERAL
20:00 a 20:59 hrs.		1	77 78	FEDERAL
		3	1	79 80
1	81 82		FEDERAL	
1	83 84		FEDERAL	
21:00 a 21:59 hrs.		1	85 86	LOCAL
		1	87 88	FEDERAL
22:00 a 22:59 hrs.		1	89 90	AUTORIDAD
		3	1	91 92
1	93 94		LOCAL	
1	95 96		FEDERAL	

c) En caso de existir coincidencias entre precampaña local e intercampaña federal o campaña federal, los horarios de transmisión serán determinados para cada caso concreto, mediante acuerdo del Comité de Radio y Televisión, tomando en consideración las circunstancias específicas del mismo.

Es entonces, que el Comité de Radio y Televisión identificó con claridad y precisión, que ante el hecho de que las estaciones de radio y canales de televisión, deberán dar cobertura a distintos procesos electorales, era necesario establecer los tiempos que les serían asignados a cada tipo de campaña, entendiendo la diferenciación únicamente entre local y federal, de manera fija. Esto es, la asignación de cada campaña correspondería a una misma franja horaria durante

todos los días en que transcurran los procesos electorales, con la finalidad de generar certidumbre en los casos en que se transmitirán promocionales locales o promocionales federales, así como para disminuir los márgenes de error en la operación necesaria para elaborar y acatar los pautados aprobados por el Instituto Federal Electoral.

De ahí, que haya establecido una diferenciación por horas de los promocionales que podrán transmitir los partidos políticos, en atención a las campañas electorales locales y las campañas electorales federales; sin embargo, la diferenciación precisada, no hace alusión a los tipos de campañas federales que se someterán a votación durante el proceso electoral federal; es decir, campañas por los cargos de elección de Diputados Federales y Senadores, y campañas por el cargo de Presidente de la República, tal como mandata el artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

Ello quiere decir, que si bien se generaron los mecanismos para la distribución y correcta asignación, **y por ende verificación**, de promocionales correspondientes a las campañas locales y federales; no así se instruyeron reglas o lineamientos para la determinación de los espacios en radio y televisión, relativos a las campañas federales de Diputados Federales y Senadores, así como campañas federales por el cargo del Ejecutivo Federal.

Ahora bien, lo hasta ahora esgrimido, no tiene por propósito reclamar la ausencia de especificación de los espacios relativos a las distintas campañas a nivel federal para el proceso electoral en marcha, sino evidencias a esta Máxima Autoridad en materia electoral, que la mecánica bajo la cual se configuró el acceso de partidos políticos a los medios de comunicación social, no permite una evidente, sencilla o correcta identificación de promocionales relativos a las campañas federales relativas a los cargos de Diputados Federales y Senadores por un lado; y las campañas federales referentes al cargo de Presidente de la República, por otro.

De esta manera, resulta errónea y falsa la apreciación de la autoridad señalada como responsable en el presente medio de impugnación en el sentido de que para poder presumir la violación del artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, se puede ya sea contabilizar los promocionales que libremente pauten los partidos políticos, y que tengan clara identidad con alguna campaña electoral en específico, de manera que se realice una operación aritmética para saber si hay elementos que supongan una transgresión, en razón de los porcentajes destinados para

SUP-RAP-254/2012

cada campaña electoral en específico; o bien, realizar la técnica cuantitativa de los promocionales al final del periodo de campaña, para saber si en efecto se ha distribuido el porcentaje señalado en el mencionado artículo.

Lo erróneo del razonamiento expresado por la autoridad responsable, estriba en que el único elemento cuantitativo que puede tener por cierto la autoridad para determinar el cumplimiento de la distribución de tiempos de cada campaña electoral federal, en términos del artículo 60 del multicitado código electoral federal, es el correspondiente al número total de promocionales que válidamente pueden transmitir los partidos políticos para una campaña u otra, a nivel federal, de manera abstracta.

Esto es, el artículo 60 del ordenamiento legal en estudio, establece un parámetro de cumplimiento mínimo que deberán acatar los partidos políticos para hacer promoción y difusión de una campaña electoral federal, ya sea de Diputados Federales y Senadores, o de Presidente de la República; lo cual implica, que dichos institutos políticos cuenten con un rango amplio de decisión para definir el número de mensajes de cada tipo de campaña a nivel federal.

Ello, es lo mismo que decir que del mínimo establecido al máximo señalado, hay un margen de posibilidades, de suerte que un partido político podría válidamente determinar un 30% de mensajes alusivos a la campaña presidencial, y un 7% a la campaña legislativa federal, o viceversa; o bien, un 40% de mensajes correspondan a la campaña presidencial, en tanto la campaña legislativa federal cuente con el restante 60%, o viceversa; así también pudiera optar por distinguir cada tipo de campaña en un 50% para cada una; por último, pudiera un partido señalar un porcentaje fraccionario para cada elección, con lo cual se multiplica la variedad de opciones.

Dado el margen de decisión que se otorga a los partidos políticos, resultaría no sólo materialmente imposible, sino jurídicamente ilícito, que la autoridad encargada de la administración de los tiempos del Estado en radio y televisión, estableciese un número específico de promocionales que deberán transmitir los partidos políticos para cada tipo de campaña a nivel federal; situación que contrasta por ejemplo, con el número total de promocionales que detenta cada instituto político entre las campañas a nivel local y las campañas federales, entendidas en su conjunto.

Por estas circunstancias, es que en el presente recurso de apelación no se pretenden impugnar los acuerdos

identificados con las siglas ACRT/025/2011, ni el ACRT/028/2011 y su correlativo ACRT/032/2011; empero, los mismos sirven al efecto de ahondar en el estudio y análisis de la mecánica en que se aplican la prerrogativa en radio y televisión de los partidos políticos durante procesos electorales diferenciados.

Asimismo, dichos acuerdos permiten ejemplificar la incorrecta determinación de la responsable al señalar que el cumplimiento de la transmisión diferenciada de mensajes relativos a las campañas presidencial y legislativa federal, se hará mediante el estudio cuantitativo meramente, puesto que lo único que puede tener por cierto la responsable, es que cada partido político cuenta con un número determinado de promocionales a nivel federal, y que la transmisión de éstos en las entidades federativas con jornada electoral coincidente, cuenta con un espacio definido para su difusión en radio y televisión; no así, para el caso de las campañas federales legislativas y presidencial.

Al respecto, como refiere el acuerdo ACRT/032/2011, los partidos políticos cuentan con las siguientes cantidades totales para la distribución de sus mensajes de campaña a nivel federal en cada estación de radio y televisión del país:

Partido Revolucionario Institucional	2486
Partido Acción Nacional	1992
Partido de la Revolución Democrática	675
Partido del Trabajo	202
Movimiento Ciudadano	136
Partido Verde Ecológico de México	813
Partido Nueva Alianza	632

En relación con ello, el acuerdo ACRT/025/2011 no señala obligación o mecanismo o posibilidad alguna para la debida identificación de los promocionales referentes a las campañas federales para Diputados y Senadores ni para las presidenciables; **por ende, la vinculación de los acuerdos emitidos por el Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral, permiten válidamente colegir para la acreditación de que un promocional está destinado para los tiempos de campañas federales legislativas o presidenciables, se requiere necesariamente del estudio pormenorizado del contenido de los promocionales que difundan los partidos políticos en su prerrogativa a radio y televisión.**

Así pues, se afirma categóricamente que el elemento de identificación cuantitativo, de promocionales alusivos a campañas para Diputados Federales y Senadores, así como Presidenciables, a que hace referencia la autoridad

SUP-RAP-254/2012

responsable, sólo puede configurarse una vez que se ha evaluado el elemento cualitativo de los mensajes de campaña federal, de los partidos políticos.

De otra forma, la determinación cuantitativa que haga, será en abstracto, esto es, tendrá claridad de los números que válidamente pudiera aplicar un partidos a mensajes referentes a una u otra campaña, pero no podrá configurar la veracidad de los mismos, hasta en tanto no identifique que en efecto, los mensajes hacen alusión a un determinado tipo de campaña y por ende el beneficio generada a la campaña específica.

Consecuentemente, bajo todas las consideraciones y argumentos lógico jurídicos expresados en este agravio, es que pude certeramente determinarse que la autoridad responsable incurrió en una indebida fundamentación y motivación, al señalar que no se puede estudiar los contenidos de los mensajes que transmitió el **PARTIDO ACCIÓN NACIONAL** en ejercicio de su prerrogativa en radio y televisión, para las campañas federales por diputaciones y senadurías así como presidencial; como tampoco es acertado el razonamiento expresado por la responsable en el sentido de que la valoración de los mismos tendrá que ser necesaria y exclusivamente por características cuantitativas de la difusión de los mismos.

Es por tanto innegable, que para que se acredite la realización de lo mandado por el artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, la autoridad responsable deberá hacer una evaluación en el contenido de los mensajes de cada campaña federal, para entonces confirmar el estricto cumplimiento de los principios que rigen todos los procesos electorales; en específico, el referente al principio de equidad en la contienda.

De sostenerse una postura en contrario, como pretende la autoridad responsable, se estaría validando que los partidos políticos hicieran promoción y difusión de un solo tipo de candidatos o bien, de una sola campaña federal, tanto de manera evidente, como velada.

En efecto, los partidos políticos pueden utilizar mecanismos que brinden la buen apariencia de derecho, y que en realidad consisten en una infracción a la ley; tal y como se estudia en el caso presente, donde se denunció que diversos promocionales del **PARTIDO ACCIÓN NACIONAL**, simulaban consistir en propaganda electoral a favor de sus candidatos a diputados federales y senadores, cuando en el fondo, realmente hacían propaganda electoral por el cargo del ejecutivo federal.

De esta manera, la relevancia para estudiar el contenido de los mensajes que difundan los partidos políticos, tiene el objetivo de verificar el cumplimiento a la ley; pero más aún, que dicho cumplimiento sea efectivo, real, veraz y no una mera simulación, acreditando con ello un fraude a la ley.

Para poder dilucidar esta premisa, resulta necesario definir con claridad lo que se entiende por fraude a la ley. Al respecto, el Diccionario Jurídico Mexicano, editado por el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, (noviembre de 1998), página 1471, señala:

*“Fraude a la ley”. La expresión «fraude» deriva de la voz latina *fraus*, *fraudis* y consiste en el engaño o inexactitud consciente que produce un daño, generalmente de orden material. Cuando el fraude se realiza en relación con la ley, el engaño o inexactitud derivan de que hay una actitud consciente que en el sujeto se forja para evadir la obligatoriedad de la ley con producción de una afectación a quien puede derivar derechos de la ley eludida.*

“(…) los actos en fraude de ley están permitidos prima facie por una regla pero resultan, consideradas todas las circunstancias, prohibidos como consecuencia de la acción de los principios que delimitan el alcance justificado de la regla en cuestión.

Las reglas que confieren poder, establecen que, dadas ciertas circunstancias, alguien puede, realizando ciertas acciones, dar lugar a un estado de cosas que supone un cambio normativo...

El fraude de ley suele presentarse como un supuesto de infracción directa de la ley, a diferencia de los ilícitos que nosotros hemos llamado «típicos», en los que se da un comportamiento que se opone directamente a (infringe directamente) una ley.”

Luego entonces, una violación directa a la ley se configura cuando los hechos puestos al conocimiento de la autoridad competente, presentan adecuación exacta a los supuestos normativos que regulan una situación jurídica determinada; en cambio, cuando se trata de conductas que si bien parecieran no encuadrar en el contenido del supuesto jurídico previsto, el resultado que se obtiene de tales conductas, es precisamente aquél que se pretendió inhibir con el precepto normativo.

Por lo tanto, dicho tipo de conductas constituyen verdaderas infracciones a la ley, sin embargo, emulan una apariencia de

SUP-RAP-254/2012

buen derecho, por lo que en la doctrina se ha denominado a tales casos, como “fraude a la ley”. Es trascendental señalar que tales conductas, ya sea en su comisión activa o pasiva, tienen el único propósito de la transgresión del orden jurídico, por lo que es indispensable su identificación y consecuente sanción.

En relación con el caso que nos ocupa, si la autoridad responsable no examina los contenidos de los promocionales denunciados por el **PARTIDO ACCIÓN NACIONAL**, válida la actuación de los mismos, y con ello, válida el fraude a la ley que comete dicho instituto político; puesto que del estudio de éstos, no se desprende que haga referencia a ningún candidato a diputado o senador; tampoco se hace relación de algún distrito por el cual contienda algún candidato; menos aún se hace mención de propuestas o planteamientos para los cargos de diputaciones o senadurías.

Es entonces, que a pesar de que se denunció que los mismos simulaban un ejercicio de buen derecho, al colocar una mínima, casi imperceptible referencia a la elección de diputados y senadores del **PARTIDO ACCIÓN NACIONAL**, no obstante que el contenido de prácticamente la totalidad de los promocionales hacían referencia no sólo a la campaña por el ejecutivo federal, sino en específico, al candidato por el cargo del ejecutivo federal del Partido Revolucionario Institucional. Situación, que no podía por tanto, dar lugar a considerar que los mensajes denunciados estaban destinados a la promoción y difusión de los candidatos del **PARTIDO ACCIÓN NACIONAL** por diputaciones y senadurías.

Bajo estas consideraciones, es que se ahonda en la indebida fundamentación y motivación que realizó la responsable; y **resulta no sólo necesario sino jurídicamente obligatorio, que la autoridad responsable estudie el contenido de los promocionales denunciados, para estar en aptitud de resolver tanto del cumplimiento a lo mandado en la ley por cuanto hace a los espacios en radio y televisión para cada tipo de campaña a nivel federal; esto es, Diputados Federales y Senadores, y Presidente de la República, así como al estricto, cierto y legal cumplimiento al contenido de dichos espacios.**

SEGUNDO AGRAVIO

Fuente del agravio: La “Resolución del Consejo General del Instituto Federal Electoral respecto del procedimiento especial sancionador iniciado con motivo de la denuncia presentada por el Partido Revolucionario Institucional, en contra del Partido Acción Nacional, por hechos que

*consideran constituyen infracciones al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, identificado con el número de expediente SCG/PE/PRI/CG/150/PEF/227/2012”, específicamente sus resolutivos PRIMERO y SEGUNDO en relación con los considerandos **SÉPTIMO y OCTAVO**, relativos a las consideraciones generales de los hechos denunciados, así como al estudio de fondo del asunto en cuestión, expresados previamente.*

DISPOSICIONES CONSTITUCIONALES VIOLADAS: Los artículos 14, 16, 17 y 41, Base III, Apartado C) de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en relación con el artículo 105, párrafo segundo del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales que imponen al Instituto Federal Electoral la obligación de observar los principios rectores de certeza, legalidad y objetividad, por una indebida fundamentación y motivación, que vulnera el principio de congruencia en la resolución impugnada.

CONCEPTO DEL AGRAVIO: La resolución impugnada se encuentra viciada de una indebida fundamentación y motivación, por lo que resulta violatoria de los artículos 14, 16 y 17 constitucionales, los cuales obligan a todo acto de autoridad, incluyendo las resoluciones que emita el Instituto Federal Electoral a satisfacer el requisito de contar con una fundamentación y motivación correcta, suficiente y debida. Lo anterior, debido a que del análisis de la resolución impugnada se desprende que ésta incurre en evidentes violaciones al principio de legalidad, específicamente, el **principio de congruencia**.

Efectivamente, la congruencia en las resoluciones de las autoridades conforme a lo resuelto en forma reiterada por esta Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, constituye uno de los requisitos que deben observarse en el pronunciamiento de toda resolución que emita la autoridad responsable, como es el caso de la resolución impugnada mediante el presente Recurso.

En este sentido, la jurisprudencia 28/2009 de la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, que cuenta con el rubro “**CONGRUENCIA EXTERNA E INTERNA. SE DEBE CUMPLIR EN TODA SENTENCIA**”, señala a la letra lo siguiente:

“CONGRUENCIA EXTERNA E INTERNA. SE DEBE CUMPLIR EN TODA SENTENCIA” (Se transcribe).

Es entonces, que si las resoluciones que emitan las autoridades, contienen razonamientos contradictorios entre

SUP-RAP-254/2012

sí, la misma carece de legalidad por incurrir en el vicio de incongruencia interna; asimismo, si la responsable emite argumentos que no fueron puestos a su consideración como parte de la Litis, entonces consume el vicio por incongruencia externa. Ambos vicios son cometidos por la responsable en la resolución que por esta vía se impugna, como se demostrará a continuación.

Señala la responsable que el artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales no establece límites al contenido de los promocionales, y que únicamente se deberá observar es la referente a destinar por lo menos, un treinta por ciento de los mensajes a la campaña de uno de los poderes a nivel federal, de lo que según su dicho, no existen limitantes referentes al contenido y lógica de cada campaña, así como tampoco se señala que las propuestas e imágenes deban referirse a la campaña a la cual pertenece el tiempo destinado.

Continúa la responsable indicando que el espíritu, tanto del artículo 60 del código electoral federal como de todo el capítulo del código electoral referente a garantizar tiempos en radio y televisión en las diversas campañas electorales, es garantizar un espacio mínimo en los medios de comunicación para que todos y cada uno de ellos tengan acceso a los mismos de manera equitativa.

Conclusión a la que aterriza después hacer un análisis del citado artículo legal, a la luz de la argumentación teleológica, entendida por tal, como la interpretación de un determinado enunciado de acuerdo con su finalidad.

Concluye el Consejo General del Instituto Federal Electoral, determinando que no le asiste la razón a mi representado, al señalar que no hay ilegalidad alguna cuando los promocionales denunciados, cuya duración es de 30 segundos, contienen 26 ó 27 segundos, destinados a hacer referencia al C. Enrique Peña Nieto, y sólo 2 ó 3 segundos hacer referencia a las campañas de diputados federales y senadores. Infiere la responsable que el 30% establecido en el artículo 60 del código federal electoral, no se refiere al total del spot, sino que se refiere a la totalidad de los mensajes que le sean asignados a los institutos políticos como parte de sus prerrogativas de acceso a radio y televisión.

Así también, finaliza la responsable con el argumento de que el contenido de la propaganda electoral que denunció mi representado, está debidamente identificada al concluir con la leyenda "Vota por diputados federales y senadores del PAN", y que tal expresión, a pesar de introducirse en el mensaje de manera marginal o circunstancial, ello en modo

alguno viola los principios de libertad y equidad en la contienda electoral, pues en su dicho, el **PARTIDO ACCIÓN NACIONAL** estaba realizando una campaña de contraste.

La incongruencia interna de la responsable, es evidente cuando menciona lo que en su dicho es el espíritu y finalidad del artículo 60 del código federal electoral, pues determina que éste consiste en; ***“garantizar un espacio mínimo en los medios de comunicación para que todos y cada uno de ellos tengan acceso a los mismos de manera equitativa”***, y a la par, determina que la inclusión de la leyenda “Vota por diputados federales y senadores del PAN”, ***“a pesar de introducirse en el mensaje de manera marginal o circunstancial, ello en modo alguno viola los principios de libertad y equidad en la contienda”***.

Debiera ser notorio y evidente, que si los promocionales denunciados no hacen mención o referencia a **NINGÚN** candidato a Diputado Federal o Senador del **PARTIDO ACCIÓN NACIONAL**; como también lo es, que no se hace alusión a algún distrito electoral; como tampoco a propuestas presenten a la ciudadanía de la labor legislativa que vaya a efectuar el **PARTIDO ACCIÓN NACIONAL** a través de sus candidatos que resulten electos a los cargos de elección por el legislativo federal, es entonces claro, que los promocionales denunciados, NO HACEN REFERENCIA A LA CAMPAÑA POR EL LEGISLATIVO FEDERAL, puesto que el único mecanismo que emplean, es el de colocar una mínima, prácticamente imperceptible leyenda que hace alusión a tal campaña electoral federal.

A pesar de que la propia autoridad reconoce que el mensaje “Vota por diputados federales y senadores del PAN” es marginal o circunstancial, de igual manera considera que el mismo no vulnera el principio de equidad en la contienda; aunque **es la propia autoridad la que señala que el acceso equitativo en los medios de comunicación para los candidatos, implica que todos y cada uno de los candidatos a cargos de elección popular federal puedan en efecto acceder a tales medios.**

Es por tanto notorio, que el Consejo General del Instituto Federal Electoral, es incongruente en sus planteamientos, puesto que la premisa de la propia autoridad relativa a que la alusión a la campaña legislativa del **PARTIDO ACCIÓN NACIONAL** es mínima o circunstancial, justifica a toda cabalidad, el planteamiento de mi representado en la queja origen de este medio de impugnación, en el sentido de que tal elemento, es insuficiente para considerar que los promocionales denunciados estén destinados efectivamente,

SUP-RAP-254/2012

para las campañas federales por Diputados y Senadores de tal instituto político.

En efecto, se indicó específicamente que tal leyenda, al tener una duración tan corta a lo largo de los mensajes denunciados; así como un tamaño tan imperceptible; y, por último, que la vinculación de estos factores con el contrastante manejo de la imagen, voz y nombre del candidato C. Enrique Peña Nieto, evidenciaba un posicionamiento velado a favor de la campaña federal por el cargo de Presidente de la República del **PARTIDO ACCIÓN NACIONAL**.

Más aún, mi representado expresó los razonamientos emitidos en la sentencia SUP-RAP-12/2010, en el sentido de que el Máximo Tribunal Electoral del país, determinó para un caso concreto, las características de contenido por las cuales, un promocional atentaba contra las normas legalmente previstas para la difusión de mensajes partidarios en una Entidad Federativa.

En efecto, se refirió que dicha sentencia hacía alusión a un caso donde la normativa electoral del Estado de Chihuahua, en específico preveía los requisitos que debía contener la propaganda que difundieran partidos políticos y sus precandidatos durante el periodo de precampañas; de manera que se determinaba, por ejemplo, el señalamiento obligado a la calidad de “precandidato”, en dicha propaganda, sin que se indicase el tamaño, color, forma o expresión total que debiera representar tal leyenda.

La Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, resolvió para dicho caso, que la difusión de promocionales en radio y televisión del **PARTIDO ACCIÓN NACIONAL** en el Estado de Chihuahua durante el proceso electoral local 2009-2010, evidenciaban un actuar ilegal porque el señalamiento de “precandidato” del entonces contendiente por el cargo a Gobernador de dicho instituto político, era tan mínimo en el contexto de todo el promocional, que suscitaban confusión en el electorado, y por ende, vulneraban al proceso electoral y al resto de los contendientes tanto del mismo instituto político, como del resto de partidos políticos.

Así, específicamente se señaló en la queja ante el Instituto Federal Electoral, que tal sentencia delineaba parámetros importantes para la comprensión de los contenidos legales en la propaganda electoral de los partidos políticos, por virtud inclusive, de mecanismos de forma o diseño, de manera que no se vulneren los principios de equidad en la contienda.

Es el caso, que la normativa electoral federal no establece que los promocionales de candidatos a Diputados y Senadores, deban incluir una leyenda específica que alusión a tales campañas; empero, cierto también es, que los promocionales denunciados pretenden simular un contenido referido a tales campañas federales legislativas, únicamente mediante la presentación de la leyenda “Vota por diputados federales y senadores del PAN”, motivo por el cual, resultaba indispensable que se analizara el contexto de dicha leyenda en conjunto con el resto de imágenes, impresiones o palabras que apareciesen en los mismos, para estar en aptitud de acreditar si éstos eran legales o no, apegados al principio de equidad que debe regir en la contienda.

Para esos efectos, fue que se citó la referida sentencia SUP-RAP-12/2010, puesto que como se indicó con antelación, permite el análisis e interpretación de los contenidos legales y constitucionales que deberán guardar los promocionales que en radio y televisión, a manera de que subsistan y sean respetados los valores o principios establecidos en la Constitución Federal.

Por lo mismo, al estudiar el contenido de los promocionales denunciados, se dijo cómo la leyenda “Vota por diputados federales y senadores del PAN”, era tan absurdamente desproporcionada en términos de aparición y visibilidad, con respecto al resto de las imágenes, palabras y demás elementos de los promocionales, que generaban una afectación al principio de equidad en la contienda, porque se posicionaba la campaña federal por el cargo de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos del **PARTIDO ACCIÓN NACIONAL**, en una mayor temporalidad que el resto de los partidos políticos, quienes, como mi representado, en efecto sí realizan una promoción diferenciada de sus cargos de elección popular a nivel federal.

Es el caso, que la responsable concuerda con los argumentos relativos al tamaño y aparición de la frase “Vota por diputados federales y senadores del PAN” emitidos por mi representado; empero, incoherente e inexplicablemente resuelve que tal situación no implica una violación al principio de equidad en la contienda.

Es por ende, inverosímil que la autoridad responsable dé por ciertos los argumentos brindados por mi representado, y a la par, resuelva de manera contradictoria a los propósitos u objetivos de los hechos denunciados en vinculación con los de la normativa electoral.

Abundando en la incongruencia del Consejo General del Instituto, éste señala que la naturaleza del artículo 60 del

SUP-RAP-254/2012

código electoral federal, estriba en permitir la amplia difusión de todas las campañas, de todos sus candidatos, a todos los distintos cargos de elección popular; empero, la misma constata que ello no acontece en los promocionales denunciados. Tan es así, que la propia autoridad, dice que la leyenda “Vota por diputados y senadores del PAN”, es accidental.

Por ende, la responsable acredita que el **PARTIDO ACCIÓN NACIONAL** hace una promoción accidental, inexistente en otros términos; pero intenta justificarlo diciendo que se trata de una campaña de contraste de dicho instituto político, y que la diferencia 30 y 70 porcentuales a que hace referencia el artículo 60 del código electoral federal, tiene que ver no con la duración en que se haga promoción, en un mismo promocional, a las campañas federales por senadores y diputados, así como presidenciables; sino, a la cantidad de mensajes que deberán transmitir para dichas campañas, a lo largo de todo el proceso de campaña, un partido político.

Al respecto, ninguno de esos elementos fue sometido a consideración de la responsable. Resulta inclusive, absurdo que la autoridad responsable haga referencia a tales situaciones, cuando de la lectura integral de la queja de mi representado, es incuestionable que la diferencia a que se hace mención del 30 y 70 porcentuales del artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, es claramente enfocada a los mensajes que transmitan los partidos durante todo el proceso electoral de campaña a nivel federal. Luego entonces, deviene innecesaria y sin propósito jurídico tal referencia, máxime cuando la misma es utilizada para fortalecer el argumento de legalidad de los contenidos de los promocionales denunciados.

A su vez, sobreviene incongruente que la responsable indique que el **PARTIDO ACCIÓN NACIONAL** efectuaba una campaña de contraste, cuando los cargos por los cuales se hace promoción en los mensajes demandados, son totalmente distintos entre sí. En efecto, no puede atenderse como válido tal razonamiento, en tanto que la autoridad responsable pretende comparar las críticas al C. Enrique Peña Nieto, actual candidato al cargo de Presidente de la República por mi representado, como elementos de comparación para las actividades que realizarán candidatos a diputados y senadores del **PARTIDO ACCIÓN NACIONAL**.

Tal incongruencia estriba, en primera instancia, en que las actividades que eventualmente ejercerán los candidatos a la presidencia de la República, distan ampliamente de las que efectúen los candidatos a Diputados Federales y Senadores.

Esto es, aun cuando haya coincidencia en relación a las labores que realizan tanto Diputados Federales y Senadores, así como las relativas al cargo de Presidente de la República, como lo es la presentación de iniciativas reformas; también lo es que tanto Diputados Federales, como Senadores, como el Presidente de la República, llevan a cabo actividades medulares, particulares, específicas a cada tipo de cargo público.

De ahí que no puede comprenderse la afirmación de la responsable en el sentido de que el **PARTIDO ACCIÓN NACIONAL** llevaba a cabo una campaña de contraste, puesto que no se comparaba las actividades del C. Enrique Peña Nieto como legislador, sino como Gobernador del Estado de México, esto es, el cargo del Ejecutivo de dicha Entidad Federativa. Y siendo que, los promocionales denunciados incluían la frase “Vota por diputados y senadores del PAN”, no sería más que lógico pensar que el contraste del que hace mención la responsable, tendría necesariamente que referirse a un comparativo o una crítica a los legisladores y/o diputados de cualquier otro partido político, no así, de las actividades realizadas por un funcionario público a un cargo por el poder ejecutivo.

Conforme a los anteriores razonamientos, se debe concluir que la resolución impugnada efectúa una indebida interpretación de la normativa electoral federal, en específico al artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, al establecer espacios diferenciados para las contiendas electorales legislativas y presidenciales de los partidos políticos, y la propaganda electoral que se emita en consecuencia, en amplia tutela del principio de equidad en los procesos electorales.

Asimismo, la resolución que se impugna está viciada de incongruencia en los razonamientos vertidos por el Consejo General del Instituto Federal Electoral; de tal suerte que resulta necesario que esta Sala Superior revoque la resolución en comento, pues contrario a lo sostenido por la autoridad responsable sí se actualiza una infracción por parte del **PARTIDO ACCIÓN NACIONAL**, por virtud de los promocionales demandados en la queja presentada por mi representado; y por ende, resultan sancionables en términos del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.”

QUINTO. Estudio de Fondo. El Partido Revolucionario Institucional se inconforma con la resolución de dieciséis de mayo de dos mil doce, mediante la cual el Consejo General del

SUP-RAP-254/2012

Instituto Federal Electoral desestimó el procedimiento especial sancionador iniciado en contra del Partido Acción Nacional, por la difusión de spots alusivos a las campañas electorales de diputados federales y senadores.

Al respecto, el partido apelante considera que la responsable violó en su perjuicio el principio de legalidad al incurrir en una indebida fundamentación y motivación de la resolución impugnada, transgrediendo lo consagrado en los artículos 14 y 16 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, por lo siguiente:

I. Interpretación del artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

A. El inconforme señala que el Consejo General del Instituto Federal Electoral interpretó de manera errónea el contenido del artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, referente a la determinación de los espacios que en radio y televisión, pueden distribuir los partidos políticos para la difusión de mensajes alusivos a las campañas federales correspondientes a los cargos relativos al Ejecutivo y Legislativo.

En opinión del recurrente, la redacción del artículo 60 del citado ordenamiento jurídico, así como la correspondiente exposición de motivos de la norma, delinean los alcances respecto de los contenidos que deben emplear los partidos políticos en su propaganda electoral y hacen una diferencia respecto a los

tiempos que en radio y televisión corresponden a las campañas electorales federales, según se trate de candidatos a diputados y senadores o de la candidatura a la Presidencia de la República, de manera independiente.

En ese sentido, para el recurrente, el contenido y la lógica de cada mensaje de campaña deberán referirse, en su conjunto, a aquella a la cual pertenece el tiempo destinado, siendo ilegal cualquier actuación en contrario, como considera que ocurrió con el spot denunciado, en el que se afirma que corresponde a la campaña de diputados y senadores del Partido Acción Nacional y no obstante ello, se hacen referencias que tienen que ver con la renovación del Ejecutivo Federal.

En consecuencia, el recurrente se duele de la interpretación efectuada por la responsable, en el sentido de que el aludido precepto legal únicamente mandata un porcentaje mínimo a cubrir para cada una de las campañas electorales y, en modo alguno, establece algún tipo de impedimento para que los partidos políticos puedan combinar la elección presidencial con la legislativa a través de la difusión de sus promocionales; pues en concepto del recurrente, esa interpretación es errónea, inexacta y fuera de los parámetros que delineó el legislador y, además, de forma mediata, transgrede el principio de equidad que debe regir en todos los procesos electorales.

B. Igualmente, el impetrante aduce que le causa agravio la apreciación que realiza la responsable en el sentido de que para poder presumir la violación del referido artículo 60 del

SUP-RAP-254/2012

código electoral federal, es necesario realizar la técnica cuantitativa de los promocionales al final del periodo de campaña, ya que las cantidades mínimas requeridas en dicho precepto, se refieren al total de los tiempos asignados a los institutos políticos como parte de sus prerrogativas en radio y televisión.

Esto es así, porque en concepto del recurrente, dicha interpretación, al primar la técnica cuantitativa permite el fraude a la ley, ya que si bien se tendrá claridad de los números que válidamente pudiera aplicar un partido político a mensajes de una u otra campaña, no podrá corroborar la veracidad de los mismos, hasta en tanto no verifique que, en efecto, los mensajes hacen alusión a un determinado tipo de campaña.

Por ello, el recurrente concluye que el elemento de identificación cuantitativo a que hace referencia la responsable, sólo puede configurarse una vez que se ha evaluado el elemento cualitativo pues sólo así se evitará la utilización de mecanismos que brinden la apariencia de buen derecho y que en realidad constituyan una infracción a la ley.

II. Incongruencia en la resolución.

A. El accionante considera que en la resolución impugnada se violó en su perjuicio el principio de legalidad, específicamente, el principio de congruencia, en sus vertientes interna y externa.

Al respecto, el inconforme manifiesta que la incongruencia interna se consume al momento en que la responsable reconoce que el espíritu y finalidad del artículo 60 citado es garantizar un espacio mínimo y equitativo en los medios de comunicación a todos los candidatos, y a la par, determina que la leyenda “Vota por diputados federales y senadores del PAN” es marginal o circunstancial, no es violatoria de la libertad y equidad en la contienda.

En ese sentido, en concepto del recurrente, en los promocionales materia del procedimiento sancionador no se hace referencia a ningún candidato a diputado federal o senador del Partido Acción Nacional, distrito electoral o propuesta de campaña, por lo que la referencia a la campaña legislativa que se hace con la leyenda referida es insuficiente para considerar que los promocionales efectivamente corresponden a las campañas de diputados y senadores.

B. Por último, el Partido Revolucionario Institucional afirma que le causa agravio la incongruencia externa de la sentencia, consistente en que la responsable emitió, como parte de la litis, dos argumentos que no fueron puestos a su consideración para fortalecer el argumento de legalidad de los contenidos de los promocionales denunciados.

1. Así lo considera porque, en principio, el Consejo General justificó la introducción marginal de la referida leyenda, diciendo que se trataba de una campaña de contraste, lo cual, además de no haber sido puesto a su digna consideración, le parece

SUP-RAP-254/2012

incongruente toda vez que los cargos por los cuales se hace promoción en los mensajes demandados son distintos. Así, indebidamente, la responsable pretende comparar las actividades como gobernador de un candidato al cargo de Presidente de la República, con actividades que realizarán candidatos a diputados y senadores.

2. Finalmente, respecto de los porcentajes a que hace referencia el citado artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, la responsable estimó que no tiene que ver con la duración de la promoción dentro de la propaganda para radio y televisión, sino que se refiere a la cantidad de mensajes que deben transmitirse para las campañas del legislativo y ejecutivo federal a lo largo de todo el proceso de campaña.

En este sentido, el partido actor se duele porque en la queja sobre la que recae la resolución impugnada, nunca hizo referencia a que los porcentajes se referían a los promocionales individualmente considerados, sino que siempre se enfocó a que dichos porcentajes eran referentes a toda la campaña a nivel federal y la responsable sin propósito jurídico hizo tal referencia para fortalecer el argumento que le perjudica al actor.

Esta Sala Superior considera que **los agravios son infundados por una parte, e inoperantes por otra**, acorde a lo que se analiza enseguida.

I. Interpretación del artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

Se estima **infundado** el agravio hecho valer por el partido recurrente, referido en el apartado I.A; mediante el cual aduce una indebida fundamentación y motivación de la resolución impugnada, por la incorrecta interpretación del artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

Esto es así, porque contrario a lo afirmado por el partido actor, la interpretación realizada por la autoridad responsable es conforme a Derecho, en virtud de que el referido precepto del código electoral federal, prevé que los partidos políticos libremente determinarán la asignación de los tiempos que les corresponden en radio y televisión, con la única limitante de que durante un proceso electoral federal en el que se renueven el Poder Ejecutivo y las dos Cámaras del Congreso de la Unión, deberán destinar al menos el treinta por ciento de los mensajes a la campaña de uno de los poderes, considerando la de senadores y diputados como una misma, sin que de ello se advierta que el legislador haya establecido límites adicionales respecto al contenido de los promocionales.

De manera que, si en el artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, únicamente se constriñe al partido político a que destine un mínimo del treinta por ciento de sus promocionales de radio y televisión a una de las campañas, ya sea la de Presidente de la República o de diputados y senadores, es inconcuso que, dicha determinación

SUP-RAP-254/2012

no impide que el contenido de los mensajes transmitidos para una campaña en particular, hagan referencia a otros aspectos propios del debate político, mediante los cuales se fije la posición de los candidatos a un cargo de elección popular sobre temas de interés público, como es el caso de los promocionales denunciados en el procedimiento administrativo sancionador, cuya resolución se controvierte en el presente medio de impugnación.

Lo anterior, en virtud de que, la limitante prevista en la referida disposición legal, no puede conllevar una restricción adicional en relación al contenido de los promocionales, al grado de obligar al partido político a difundir de manera exclusiva la plataforma electoral de la campaña de que se trate sin que se pronuncie respecto a cuestiones que son propias del debate político, ya que los mensajes de radio y televisión tienen como únicas restricciones, las expresamente previstas en la Constitución y en la legislación electoral, consistentes en que no se denigren a las instituciones o calumnien a las personas, y que no contengan símbolos religiosos o vulneren los principios del sistema democrático de Derecho.

De ahí que, esta Sala Superior estime que la fundamentación y motivación de la resolución impugnada sea conforme a Derecho, como se advierte a continuación.

El Consejo General del Instituto Federal Electoral declaró infundado el procedimiento especial sancionador instaurado en contra del Partido Acción Nacional derivado de la queja

presentada por el Partido Revolucionario Institucional, por la transmisión de cinco spots en televisión, con cuatro respectivas versiones para radio, que consideró constitutivos de infracción electoral, porque con dicha propaganda, mediante espacios destinados a las campañas para diputados y senadores, realiza propaganda electoral destinada a posicionar la campaña presidencial.

Al efecto, la autoridad consideró que de los artículos 41 de la Constitución Federal; 38, párrafo 1, incisos p) y q), 49, 52, 60, 76, 78, 211, 212, 228, 229, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 336 y 342 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales se advierte que el legislador sólo estableció como restricciones al contenido de la propaganda de los partidos políticos, las consistentes en:

- Expresiones que denigren a las instituciones y a los partidos o calumnie a las personas;
- Utilización de símbolos religiosos, así como expresiones, alusiones o fundamentaciones de carácter religioso;
- Respeto a la vida privada de candidatos, autoridades y terceros, así como a las instituciones y valores democráticos, y
- Ajustar la propaganda y mensajes en precampañas y campañas a lo dispuesto en el artículo 6 constitucional.

Además, la autoridad consideró que el artículo 60 del citado código electoral federal sólo prevé que cada partido político

SUP-RAP-254/2012

decidirá libremente la asignación por tipo de campaña federal de los mensajes de propaganda electoral a que tenga derecho y que en el caso de que se renueven el poder ejecutivo y las dos cámaras del Congreso en forma simultánea, cada partido debe destinar, al menos, un treinta por ciento de los mensajes a la campaña de uno de los poderes, considerando a las últimas como una misma.

En ese contexto, la autoridad estimó que la única limitante que establece el artículo 60 se refiere a la distribución del tiempo destinado a cada una de las campañas (poder ejecutivo y legislativo), por lo que mínimamente debe corresponderle a cada una de ellas el setenta y treinta por ciento; por lo que no existe señalamiento expreso respecto a la forma en que debe hacerse la distribución.

Acorde a ello, la responsable desestimó los argumentos del partido denunciante, al considerar que, salvo las limitantes aludidas, los partidos políticos tienen plena libertad para determinar los contenidos de la propaganda que emplean y, en todo caso, quedan sujetos a responsabilidades ulteriores por transgresión o quebranto de normativa diversa.

En ese sentido, la autoridad destacó que no existe prohibición para que los partidos utilicen en forma simultánea sus prerrogativas en radio y televisión para promocionar tanto la campaña presidencial como la legislativa, porque la finalidad de la propaganda se relaciona con la intención del voto del electorado.

Así, la autoridad precisó que el aludido numeral 60 no establece limitantes en cuanto al contenido y lógica de cada campaña, ni establece que las propuestas e imágenes deban referirse a la campaña a la que pertenece el tiempo destinado.

Incluso, la autoridad refirió que de una interpretación teleológica del citado precepto, se advierte que la naturaleza de la norma es garantizar los espacios en radio y televisión a que tienen derecho los partidos durante las contiendas electorales, específicamente durante la renovación del ejecutivo y legislativo; por lo que el legislador estableció un porcentaje mínimo a cubrir para cada una de las campañas, sin establecer impedimento para que los partidos puedan combinar la elección presidencial con la legislativa en la difusión de promocionales; de manera que la citada norma garantiza un espacio mínimo en los medios de comunicación para tener acceso equitativo.

En esa tesitura, la responsable consideró que los spots materia del procedimiento, al contener la leyenda "*Vota por Diputados y Senadores del Partido Acción Nacional*", podían considerarse como parte de la campaña legislativa, ya que además, las críticas a las gestiones gubernamentales pueden ser apreciables a las campañas legislativa y presidencial, por la relación existente entre el Ejecutivo y Legislativo.

Ante lo anterior, el Consejo General estimó que el treinta por ciento de tiempo que prevé el artículo 60, no se refiere al total del spot, sino a la totalidad de mensajes que le son asignados a

SUP-RAP-254/2012

los institutos políticos; siendo que, en el caso, atendiendo a que los partidos tienen libertad para definir el contenido de sus promocionales, no se advertía que los spots denunciados contengan información que pudiera considerarse una afectación a los principios de libertad del sufragio y equidad en la contienda, ni que generara confusión en el electorado; porque se identificó debidamente el contenido, al concluir con la frase *“Vota por Diputados y Senadores del Partido Acción Nacional”*.

Luego, la responsable precisó que del estudio de los promocionales, se advierte que contienen una crítica a las acciones de gobierno de Enrique Peña Nieto, en su calidad de Gobernador del Estado de México; lo que implicó una campaña de contraste que no causó confusión, al identificarse la solicitud de voto del electorado a favor de los diputados y senadores del Partido Acción Nacional.

Por tanto, la responsable estimó que el contenido de los spots se encuadró en el concepto de propaganda electoral, como una forma de comunicación persuasiva para obtener el voto o desalentar la preferencia hacia un candidato, coalición o partido político; aunado a que advirtió la intención de promover una candidatura o partido político, dada la inclusión de la expresión final en los promocionales, aunque ello fuera en forma marginal o circunstancial; hecho que la autoridad no estimó violatorio de los principios de libertad y equidad en la contienda.

Acorde a lo anterior, la responsable concluyó que la propaganda de un partido político no tiene más restricciones

que la inclusión de expresiones que denigren a las personas o calumnien a las instituciones; de símbolos religiosos o que afecten los principios que rigen los procesos electorales o los bienes jurídicos que preserva la legislación electoral federal; sin que se advirtiera, como alegó el denunciante, que el artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales estableciera una limitante sobre el contenido y lógica de cada tipo de campaña y que los mensajes sólo pueden transmitirse en los espacios de radio y televisión atinentes, ya que sólo se infieren los porcentajes mínimos que deben emplearse para cada campaña y la libertad de los partidos para asignar por tipo de campaña federal de los mensajes de propaganda a que tengan derecho.

De manera que, se advierte que la autoridad responsable consideró, esencialmente, que el artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales sólo prevé que cada partido político decidirá libremente la asignación de mensajes de propaganda electoral por tiempo de campaña federal –presidencial y legislativa- y que sólo debe garantizar un espacio mínimo (treinta por ciento) en los medios de comunicación a una de dichas campañas; sin establecer limitantes en cuanto al contenido y lógica de cada campaña.

Esta Sala Superior considera que esa interpretación es correcta, como se justifica enseguida.

SUP-RAP-254/2012

El artículo 41, párrafos primero y segundo, Base III, apartados A y B, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, establece:

"Artículo 41.- El pueblo ejerce su soberanía por medio de los Poderes de la Unión, en los casos de la competencia de éstos, y por los de los Estados, en lo que toca a sus regímenes interiores, en los términos respectivamente establecidos por la presente Constitución Federal y las particulares de los Estados, las que en ningún caso podrán contravenir las estipulaciones del Pacto Federal.

La renovación de los poderes Legislativo y Ejecutivo se realizará mediante elecciones libres, auténticas y periódicas, conforme a las siguientes bases:

[...]

III. Los partidos políticos nacionales tendrán derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación social.

Apartado A. El Instituto Federal Electoral será autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines y al ejercicio del derecho de los partidos políticos nacionales, de acuerdo con lo siguiente y a lo que establezcan las leyes:

a) A partir del inicio de las precampañas y hasta el día de la jornada electoral quedarán a disposición del Instituto Federal Electoral cuarenta y ocho minutos diarios, que serán distribuidos en dos y hasta tres minutos por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión, en el horario referido en el inciso d) de este apartado;

b) Durante sus precampañas, los partidos políticos dispondrán en conjunto de un minuto por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión; el tiempo restante se utilizará conforme a lo que determine la ley;

c) Durante las campañas electorales deberá destinarse para cubrir el derecho de los partidos políticos al menos el ochenta y cinco por ciento del tiempo total disponible a que se refiere el inciso a) de este apartado;

d) Las transmisiones en cada estación de radio y canal de televisión se distribuirán dentro del horario de programación comprendido entre las seis y las veinticuatro horas;

e) El tiempo establecido como derecho de los partidos políticos se distribuirá entre los mismos conforme a lo siguiente: el treinta por ciento en forma igualitaria y el setenta por ciento restante de acuerdo a los resultados de la elección para diputados federales inmediata anterior;

f) A cada partido político nacional sin representación en el Congreso de la Unión se le asignará para radio y televisión

solamente la parte correspondiente al porcentaje igualitario establecido en el inciso anterior, y

g) Con independencia de lo dispuesto en los apartados A y B de esta base y fuera de los periodos de precampañas y campañas electorales federales, al Instituto Federal Electoral le será asignado hasta el doce por ciento del tiempo total de que el Estado disponga en radio y televisión, conforme a las leyes y bajo cualquier modalidad; del total asignado, el Instituto distribuirá entre los partidos políticos nacionales en forma igualitaria un cincuenta por ciento; el tiempo restante lo utilizará para fines propios o de otras autoridades electorales, tanto federales como de las entidades federativas. Cada partido político nacional utilizará el tiempo que por este concepto le corresponda en un programa mensual de cinco minutos y el restante en mensajes con duración de veinte segundos cada uno. En todo caso, las transmisiones a que se refiere este inciso se harán en el horario que determine el Instituto conforme a lo señalado en el inciso d) del presente Apartado. En situaciones especiales el Instituto podrá disponer de los tiempos correspondientes a mensajes partidistas a favor de un partido político, cuando así se justifique.

Los partidos políticos en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión.

Ninguna otra persona física o moral, sea a título propio o por cuenta de terceros, podrá contratar propaganda en radio y televisión dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular. Queda prohibida la transmisión en territorio nacional de este tipo de mensajes contratados en el extranjero.

Las disposiciones contenidas en los dos párrafos anteriores deberán ser cumplidas en el ámbito de los estados y el Distrito Federal conforme a la legislación aplicable.

Apartado B. Para fines electorales en las entidades federativas, el Instituto Federal Electoral administrará los tiempos que correspondan al Estado en radio y televisión en las estaciones y canales de cobertura en la entidad de que se trate, conforme a lo siguiente y a lo que determine la ley:

a) Para los casos de los procesos electorales locales con jornadas comiciales coincidentes con la federal, el tiempo asignado en cada entidad federativa estará comprendido dentro del total disponible conforme a los incisos a), b) y c) del apartado A de esta base;

b) Para los demás procesos electorales, la asignación se hará en los términos de la ley, conforme a los criterios de esta base constitucional, y

c) La distribución de los tiempos entre los partidos políticos, incluyendo a los de registro local, se realizará de acuerdo a

SUP-RAP-254/2012

los criterios señalados en el apartado A de esta base y lo que determine la legislación aplicable.

Cuando a juicio del Instituto Federal Electoral el tiempo total en radio y televisión a que se refieren este apartado y el anterior fuese insuficiente para sus propios fines o los de otras autoridades electorales, determinará lo conducente para cubrir el tiempo faltante, conforme a las facultades que la ley le confiera.

[...]"

Los artículos 49, párrafos 1, 2, 5 y 6; 55, 56, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 69, párrafo 1; 72, 105, párrafo 1, inciso h), y 118, párrafo 1, inciso l), del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, en su parte conducente, disponen:

"Artículo 49

1. Los partidos políticos tienen derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación social.

2. Los partidos políticos, precandidatos y candidatos a cargos de elección popular, accederán a la radio y la televisión a través del tiempo que la Constitución otorga como prerrogativa a los primeros, en la forma y términos establecidos por el presente capítulo.

[...]

5. El Instituto Federal Electoral es la autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a los fines propios del Instituto y a los de otras autoridades electorales, así como al ejercicio de las prerrogativas que la Constitución y este Código otorgan a los partidos políticos en esta materia.

6. El Instituto garantizará a los partidos políticos el uso de sus prerrogativas constitucionales en radio y televisión; establecerá las pautas para la asignación de los mensajes y programas que tengan derecho a difundir, tanto durante los periodos que comprendan los procesos electorales, como fuera de ellos; atenderá las quejas y denuncias por la violación a las normas aplicables y determinará, en su caso, las sanciones.

[...]

Artículo 55

1. Dentro de los procesos electorales federales, a partir del inicio de las precampañas y hasta el día de la jornada electoral, el Instituto Federal Electoral tendrá a su disposición cuarenta y ocho minutos diarios en cada estación de radio y canal de televisión.

2. Las transmisiones de mensajes en cada estación de radio y canal de televisión se distribuirán dentro del horario de programación comprendido entre las seis y las veinticuatro horas de cada día. En los casos en que una estación o canal transmita menos horas de las comprendidas en el horario antes indicado, se utilizarán tres minutos por cada hora de transmisión.

3. El tiempo a que se refiere el párrafo 1 de este artículo será distribuido en dos y hasta tres minutos por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión. En los horarios comprendidos entre las seis y las doce horas y entre las dieciocho y las veinticuatro horas se utilizarán tres minutos por cada hora; en el horario comprendido después de las doce y hasta antes de las dieciocho horas se utilizarán dos minutos por cada hora.

Artículo 56

1. Durante las precampañas y campañas electorales federales, el tiempo en radio y televisión, convertido a número de mensajes, asignable a los partidos políticos, se distribuirá entre ellos conforme al siguiente criterio: treinta por ciento del total en forma igualitaria y el setenta por ciento restante en proporción al porcentaje de votos obtenido por cada partido político en la elección para diputados federales inmediata anterior. Tratándose de coaliciones, lo anterior se aplicará observando las disposiciones que resulten aplicables del capítulo segundo, título cuarto, del presente Libro.

2. Tratándose de precampañas y campañas en elecciones locales, la base para la distribución del setenta por ciento del tiempo asignado a los partidos políticos será el porcentaje de votación obtenido por cada uno de ellos en la elección para diputados locales inmediata anterior, en la entidad federativa de que se trate.

3. Los partidos políticos de nuevo registro, tanto nacionales como locales, según sea el caso, participarán solamente en la distribución del treinta por ciento del tiempo a que se refiere el párrafo 1 de este artículo.

4. Para la determinación del número de mensajes a distribuir entre los partidos políticos, las unidades de medida son: treinta segundos, uno y dos minutos, sin fracciones; el reglamento determinará lo conducente.

5. El tiempo que corresponda a cada partido será utilizado exclusivamente para la difusión de mensajes cuya duración será la establecida en el presente capítulo. Las pautas serán elaboradas considerando los mensajes totales y su distribución entre los partidos políticos.

Artículo 58

1. Del tiempo total disponible a que se refiere el párrafo 1 del artículo 55 de este Código, durante las campañas

SUP-RAP-254/2012

electorales federales, el Instituto destinará a los partidos políticos, en conjunto, cuarenta y un minutos diarios en cada estación de radio y canal de televisión.

2. Los siete minutos restantes serán utilizados para los fines propios del Instituto y de otras autoridades electorales.

Artículo 59

1. El tiempo a que se refiere el párrafo 1 del artículo anterior será distribuido entre los partidos políticos, según sea el caso, conforme a lo establecido en los párrafos 1 y 2 del artículo 56 de este Código.

2. Los mensajes de campaña de los partidos políticos serán transmitidos de acuerdo a la pauta que apruebe el Comité de Radio y Televisión del Instituto.

3. En las entidades federativas con elección local cuya jornada comicial sea coincidente con la federal, el Instituto realizará los ajustes necesarios a lo establecido en el párrafo anterior, considerando el tiempo disponible una vez descontado el que se asignará para las campañas locales en esas entidades.

Artículo 60

1. Cada partido decidirá libremente la asignación por tipo de campaña federal de los mensajes de propaganda electoral a que tenga derecho, salvo lo siguiente: en el proceso electoral en que se renueven el Poder Ejecutivo de la Unión y las dos Cámaras de Congreso, cada partido deberá destinar, al menos, un treinta por ciento de los mensajes a la campaña de uno de los poderes, considerando las de senadores y diputados como una misma.

Artículo 61

1. Cada partido político determinará, para cada entidad federativa, la distribución de los mensajes a que tenga derecho entre las campañas federales de diputados y senadores.

Artículo 62

2. El tiempo a que se refiere el párrafo 1 anterior será utilizado para la difusión de mensajes de acuerdo a la pauta que apruebe, a propuesta de la autoridad electoral local competente, el Comité de Radio y Televisión del Instituto.

3. Para la distribución entre los partidos políticos del tiempo establecido en el párrafo 1 de este artículo, convertido a número de mensajes, las autoridades electorales locales aplicarán, en lo conducente, las reglas establecidas en el artículo 56 de este Código.

4. Para los efectos de este capítulo se entiende por cobertura de los canales de televisión y estaciones de radio toda área geográfica en donde la señal de dichos medios sea escuchada o vista.

5. El Comité de Radio y Televisión, con la coadyuvancia de las autoridades federales en la materia elaborará el catálogo y mapa de coberturas de todas las estaciones de radio y canales de televisión, así como su alcance efectivo. Deberá también incorporar la información relativa a la población total comprendida por la cobertura correspondiente en cada entidad.

6. Con base en dicho catálogo, el Consejo General hará del conocimiento público las estaciones de radio y canales de televisión que participarán en la cobertura de las elecciones locales a que hace referencia el artículo 64 de este Código.

Artículo 63

1. Cada partido decidirá la asignación, entre las campañas que comprenda cada proceso electoral local, de los mensajes de propaganda en radio y televisión a que tenga derecho.

Artículo 69

1. En ningún caso el Instituto podrá autorizar a los partidos políticos tiempo o mensajes en radio y televisión en contravención de las reglas establecidas en este capítulo.

[...]

Artículo 105

1. Son fines del Instituto:

[...]

h) Fungir como autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a los objetivos propios del Instituto, a los de otras autoridades electorales y a garantizar el ejercicio de los derechos que la Constitución otorga a los partidos políticos en la materia.

[...]

Artículo 118

1. El Consejo General tiene las siguientes atribuciones:

[...]

l) Vigilar de manera permanente que el Instituto ejerza sus facultades como autoridad única en la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines, a los de otras autoridades electorales federales y locales y al ejercicio del derecho de los partido políticos nacionales, de conformidad con lo establecido en este Código y demás leyes aplicables;

[...]

De las disposiciones anteriores se obtiene lo siguiente:

SUP-RAP-254/2012

- Los partidos políticos tienen derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación social, siendo que éstos, así como los precandidatos y candidatos a cargos de elección popular, accederán a la radio y la televisión a través del tiempo que la Constitución otorga como prerrogativa a los primeros.

- El Instituto Federal Electoral es autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines y al ejercicio del derecho de los partidos políticos nacionales; por lo que deberá garantizar a estos últimos el uso de sus prerrogativas constitucionales en radio y televisión; establecerá las pautas para la asignación de los mensajes y programas que tengan derecho a difundir, tanto durante los periodos que comprendan los procesos electorales, como fuera de ellos.

- El Consejo General tiene entre sus atribuciones, vigilar de manera permanente que el Instituto ejerza sus facultades como autoridad única en la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines, a los de otras autoridades electorales federales y locales y al ejercicio del derecho de los partidos políticos nacionales.

- A partir del inicio de las precampañas y hasta el día de la jornada electoral –sea federal o local- quedarán a disposición del Instituto Federal Electoral cuarenta y ocho minutos diarios, que serán distribuidos en dos y hasta tres minutos por cada

hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión.

- Las transmisiones en cada estación de radio y canal de televisión se distribuirán dentro del horario de programación comprendido entre las seis y las veinticuatro horas.

- El tiempo establecido como derecho de los partidos políticos se distribuirá entre los mismos conforme a lo siguiente: el treinta por ciento en forma igualitaria y el setenta por ciento restante de acuerdo a los resultados de la elección para diputados federales inmediata anterior; y, tratándose de procesos electorales en las entidades federativas, el setenta por ciento de referencia, se distribuirá entre los partidos políticos de acuerdo a los resultados de la elección de diputados locales inmediata anterior. Los partidos políticos de nuevo registro -tanto nacionales como locales-, participarán solamente en la distribución igualitaria del treinta por ciento.

- Para la determinación del número de mensajes a distribuir entre los partidos políticos, las unidades de medida son: treinta segundos, uno y dos minutos, sin fracciones.

- Durante las campañas electorales federales deberá destinarse para cubrir el derecho de los partidos políticos al menos el ochenta y cinco por ciento del tiempo total disponible; esto es, cuarenta y un minutos diarios en cada estación de radio y canal de televisión; los siete minutos restantes serán utilizados para los fines del Instituto y de otras autoridades electorales.

SUP-RAP-254/2012

- Los mensajes de campaña de los partidos políticos serán transmitidos de acuerdo a la pauta que apruebe el Comité de Radio y Televisión del Instituto.

- Cada partido decidirá libremente la asignación por tipo de campaña federal de los mensajes de propaganda electoral a que tenga derecho, salvo lo siguiente: en el proceso electoral en que se renueven el Poder Ejecutivo de la Unión y las dos Cámaras de Congreso, cada partido deberá destinar, al menos, un treinta por ciento de los mensajes a la campaña de uno de los poderes, considerando a las de senadores y diputados como una misma.

- Los partidos políticos determinarán, para cada entidad federativa, la distribución de los mensajes a que tengan derecho entre las campañas federales de diputados y senadores.

- Cada partido decidirá la asignación, entre las campañas que comprenda cada proceso electoral local, de los mensajes de propaganda en radio y televisión a que tenga derecho.

Conforme a lo anterior, en lo que es materia de la controversia, es factible advertir que, en cuanto a los tiempos en radio y televisión, dentro de una campaña electoral federal, los partidos políticos deben destinar, por lo menos, un treinta por ciento a alguna de las campañas federales, ya sea legislativa -de senadores y diputados, entendida como una sola- o a la

presidencial, sin que exista una restricción legal adicional respecto al contenido de los promocionales o a los temas que pueden abordarse por los candidatos para posicionarse frente a su electorado.

Máxime que, las restricciones a la libertad de expresión en materia político electoral, deben estar expresamente establecidas en la Constitución y en el código electoral federal, como es el caso de la prohibición de denigrar a las instituciones, calumniar a las personas, utilizar símbolos religiosos o vulnerar los principios del sistema democrático de Derecho.

Sin que se advierta del artículo 60 del código electoral federal, una limitante adicional respecto al contenido de los promocionales, pues esta disposición normativa sólo indica el porcentaje mínimo que debe corresponder a cada campaña política, sin que se establezca una prohibición de abordar temas de interés público o de criticar la gestión de gobernantes o candidatos, pues ello, constituye una forma de fijar la postura de los candidatos a cargos de elección popular sobre temas propios del debate político, con el objeto de posicionarse frente al electorado.

En ese sentido, se ha pronunciado la Sala Superior al sostener que en lo atinente al debate político, el ejercicio de tales prerrogativas ensancha el margen de tolerancia frente a juicios valorativos, apreciaciones o aseveraciones vertidas en esas confrontaciones, cuando se actualice en el entorno de temas de

SUP-RAP-254/2012

interés público en una sociedad democrática. Bajo esa premisa, no se considera transgresión a la normativa electoral la manifestación de ideas, expresiones u opiniones que apreciadas en su contexto, aporten elementos que permitan la formación de una opinión pública libre, la consolidación del sistema de partidos y el fomento de una auténtica cultura democrática, cuando tenga lugar, entre los afiliados, militantes partidistas, candidatos o dirigentes y la ciudadanía en general, sin rebasar el derecho a la honra y dignidad reconocidos como derechos fundamentales por los ordenamientos antes invocados.

Dicho criterio forma parte de la jurisprudencia de esta Sala Superior, de rubro: ***“LIBERTAD DE EXPRESIÓN E INFORMACIÓN. SU MAXIMIZACIÓN EN EL CONTEXTO DEL DEBATE POLÍTICO.”***

En ese sentido, si en un promocional de una campaña electoral, como es el caso, los candidatos hacen referencia a la gestión gubernamental de otro candidato a un cargo diverso, no puede considerarse prohibido por el artículo 60 del código electoral federal, en virtud de que, este precepto no restringe el contenido de los promocionales, sino que sólo exige el cumplimiento del porcentaje mínimo del treinta por ciento de mensajes en radio y televisión que debe corresponder a cada una de las campañas electorales, tanto a las campañas de la candidatura presidencial como la de los órganos legislativos federales; de ahí que, una interpretación diversa sea contraria a Derecho.

Además, cabe precisar que, contrario a lo que manifiesta el recurrente, de la exposición de motivos de Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales no se desprende la interpretación que plantea del artículo 60 del código electoral federal, relativa a que sí se advierten lineamientos para el contenido de los mensajes en radio y televisión, específicamente que la lógica de los promocionales deben referirse, en su conjunto, a aquélla a la cual pertenece el tiempo destinado.

Lo anterior, como se advierte de la *Exposición de Motivos de la Iniciativa con proyecto de decreto, del cuatro de diciembre de dos mil siete, por el que se expide el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales presentada ante el Senado de la República*¹, en la cual las líneas rectoras que el legislador consideró en la temática que nos ocupa son las siguientes:

“ ...
Radio y Televisión.

Respecto del nuevo modelo de acceso a televisión y radio, al que los partidos quedan sujetos conforme a la reforma constitucional, se propone un capítulo específico en el Cofipe contenido en la presente iniciativa. El objetivo es dotar al IFE de la normatividad que deberá aplicar para la asignación del tiempo a que se refiere la Base III, en sus apartados A) y B) del nuevo artículo 41 constitucional, distinguiendo, primeramente, por tipo de elección y campaña, tanto federales como locales; para tal fin, se propone determinar en el Cofipe el tiempo que deberá

¹ Boletín del Centro de Capacitación Judicial Electoral, "Proceso Legislativo del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales", Primera Parte, Número especial 2, Nueva época, Año I, editado por el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación Mayo 2008, pp. 13 a 14.

SUP-RAP-254/2012

destinarse para cada campaña -federal o local- así como la duración de los mensajes que los partidos políticos transmitirán, en radio y televisión, durante las precampañas y campañas.

Las normas relativas a la asignación de tiempo por tipo de campaña buscan compatibilizar, de manera simultánea, dos objetivos: que las autoridades electorales y los partidos políticos tengan un marco normativo preciso, no sujeto a interpretaciones en su aplicación práctica, pues de lo que se trata es de asignar tiempo y mensajes, y simultáneamente permitir a los partidos tomar las decisiones que mejor se correspondan con sus estrategias de campaña, decidiendo ellos, dentro de cierto margen, el uso de sus prerrogativas en radio y televisión según el tipo de campaña.

Así, la propuesta contempla que de los 48 minutos que en todas las estaciones de radio y canales de televisión quedarán a disposición del IFE durante los procesos electorales, para las precampañas sean asignados 18 minutos diarios, en conjunto para todos los partidos, mientras que durante el periodo de campañas federales se asignarían 41 minutos diarios como prerrogativa a los partidos políticos; quedando para los fines propios de las autoridades electorales, tal y como lo dispone el texto constitucional, siete minutos diarios.

Del tiempo asignado a los partidos políticos para sus precampañas durante los procesos electorales federales, éstos podrán a su vez destinar espacio para la difusión de la de ámbito local en los procesos coincidentes con el federal.

En el año de la elección correspondiente, del tiempo a que cada partido tiene derecho, convertido en número de mensajes, por lo menos un 30 por ciento deberá destinarse a alguna de las campañas -presidencial o legislativa- que coinciden en el año de la renovación general de los dos poderes federales de elección popular. Se busca asegurar, mediante esa disposición, que el electorado cuente con información sobre las propuestas y candidatos de todos los partidos políticos, sin que se produzca una indeseable concentración de mensajes a favor de una sola de las campañas o de un solo candidato.

Los partidos harán uso del tiempo que les corresponda en mensajes con duración de treinta segundos, uno y dos minutos, según las reglas que se especifican para cada tipo de campaña.

...”

De lo transcrito, se colige que el propósito del legislador fue garantizar un mínimo de mensajes en radio y televisión para cada una de las campañas federales; de manera que, al menos un treinta por ciento de éste sea asignado a la campaña presidencial o legislativa.

Esa intención del legislador se vincula a que la asignación de mensajes tiene como finalidad que se difundan ambas campañas (legislativa y presidencial), y con ello lograr que el electorado conozca a los respectivos candidatos y propuestas, evitando la concentración de los mensajes en una sola campaña o candidato.

Ante ello, fue precisamente que el legislador plasmó en el artículo 60, junto a la libertad de los partidos políticos para distribuir los mensajes de propaganda electoral a que tiene derecho, la limitación a destinar, por lo menos, un treinta por ciento a una de las campañas federales, ya sea legislativa (senadores y diputados) o presidencial.

En efecto, con esa salvedad, el legislador se aseguró de garantizar un mínimo espacio para una de las campañas, de manera que los mensajes en radio y televisión deben ser distribuidos entre las dos campañas, evitando el uso exclusivo para una de ellas.

Luego, no es factible desprender, como pretende el recurrente, que el legislador haya considerado imponer lineamientos respecto al contenido de los promocionales, en cuanto a

SUP-RAP-254/2012

delimitar que el contenido y lógica de los mensajes de propaganda electoral deben corresponder a la campaña a la cual fueron asignados.

Es así, porque como se advierte de la exposición de motivos transcrita, no se establece tal intención, sino sólo la garantía de espacio mínimo para una de las campañas; ante lo cual no es posible obtener una restricción al derecho de los partidos políticos de hacer uso de los tiempos en radio y televisión.

Aunado a lo anterior, cabe precisar que, sin bien, la exposición de motivos de una ley puede servir como elemento coadyuvante en el ejercicio de reconstrucción de la voluntad de legislador, no forman parte de la ley y, por ende, no es un parámetro y medida de la constitucionalidad de lo establecido en la parte dispositiva de la ley.

Por tanto, dicha parte dispositiva es de donde debe partirse para determinar la voluntad del legislador.

Al respecto, resulta ilustrativa la tesis 1a. LX/2011, emitida por la Primera Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, que aparece en la página 308, del Tomo XXXIII, Abril de 2011 del Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, con el rubro: **“EXPOSICIÓN DE MOTIVOS Y DETERMINACIÓN DE LA VOLUNTAD DEL LEGISLADOR: FUNCIONES QUE CUMPLEN EN EL ANÁLISIS DE CONSTITUCIONALIDAD DE NORMAS”**, la jurisprudencia P./J.15/1992, del Pleno de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, visible en la página 11,

tomo 52, Abril de 1002, de la Gaceta del Semanario Judicial de la Federación, con el rubro: **“LEYES. NO SON INCONSTITUCIONALES PORQUE SE APARTEN DE LA EXPOSICIÓN DE MOTIVOS DE LAS INICIATIVAS QUE LES DAN ORIGEN”** y la tesis 7o.A.55 K, emitida por el Séptimo Tribunal Colegiado en materia Administrativa del Primer Circuito, que aparece en la página 1008, Tomo XVIII, Octubre de 2003, del Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, con el rubro: **“EXPOSICIÓN DE MOTIVOS Y DEBATES DEL LEGISLADOR. NO FORMAN PARTE DE LA LEY.”**

Por otra parte, es **inoperante** el agravio sintetizado en el punto B del apartado I, en el cual el partido recurrente se inconforma con que la autoridad responsable haya establecido que los porcentajes mínimos previstos en el artículo 60 del código electoral federal sólo pueden determinarse al final de las campañas electorales, al ser cantidades que refieren el total de los tiempos asignados a los partidos; lo cual, en concepto del recurrente, implica que el único medio para acreditar el cumplimiento de la citada norma es el estudio cuantitativo que se haga al finalizar el periodo electoral de los promocionales transmitidos.

La inoperancia deriva de que la consideración que el recurrente cuestiona no formó parte de la resolución emitida por el Consejo General del Instituto Federal Electoral, por lo que no puede ser materia de análisis en esta sentencia al no formar parte de la litis.

SUP-RAP-254/2012

En efecto, entre las consideraciones sostenidas por la autoridad responsable en la determinación aquí recurrida, no se incluyó la que, en concepto del inconforme, se hace consistir en que *“los porcentajes mínimos establecidos en el artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, referente al proceso electoral en el cual se renueva el Poder Ejecutivo y el Legislativo, sólo pueden determinarse al final de las campañas electorales, ya que son cantidades que refieren el total de los tiempos asignados a los institutos políticos como parte de sus prerrogativas en radio y televisión, por lo que en este momento es jurídicamente imposible dilucidar si se ha cumplido o no con dichos porcentajes”*.

Lo anterior, como se advierte de la propia resolución, que obra en el cuaderno accesorio único del expediente en que se actúa, la cual tiene valor probatorio pleno, conforme a lo establecido en el artículo 14, párrafos 1, inciso a), y 4, inciso c), relacionado con el numeral 16, párrafo 2, de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral, dado que su contenido no es controvertido por las partes en cuanto a su autenticidad o veracidad, y que además, fue transcrita en el considerando tercero de la presente ejecutoria.

En efecto, de dicho documento no se aprecia que la autoridad haya establecido que el momento en que debe verificarse el cumplimiento de los porcentajes que prevé el referido artículo 60, sea al culminar las campañas, partiendo de determinar la cantidad de mensajes.

Incluso, de la versión estenográfica de la sesión extraordinaria del Consejo General del Instituto Federal Electoral celebrada el dieciséis de mayo de dos mil doce, que en copia certificada obra en autos del presente recurso de apelación, se advierte que la consideración referida por el recurrente, fue excluida de la resolución aprobada por esa autoridad federal.

Lo anterior, como se advierte de la parte conducente de la versión estenográfica a la discusión y aprobación de la resolución CG314/2012, materia de este recurso de apelación, que es la siguiente:

“...
”

El C. Presidente: Gracias, Secretario del Consejo.

Señoras y señores Consejeros y representantes, ahora procede el análisis y en su caso la votación del Proyecto de Resolución identificado con el apartado 10.13 del orden del día, el cual fue reservado por el Consejero Electoral Alfredo Figueroa Fernández, quien tiene el uso de la palabra.

El C. Maestro Alfredo Figueroa: Gracias, Consejero Presidente. Trataré de ser breve.

Este es uno de los primeros casos que la autoridad ha conocido en relación a la distribución de los tiempos del Estado mexicano vinculados a lo establecido por el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales en relación a que no se podrá utilizar más del 70 por ciento o al menos el 30 por ciento en una de las elecciones que están en juego en este momento. Es decir, la Legislativa y la que tiene que ver con la del Poder Ejecutivo.

Dicho lo anterior, quiero señalar que estoy de acuerdo con el Proyecto de Resolución que se nos presenta en cuanto se establece un conjunto de posicionamientos en torno a la libertad del uso de la prerrogativa.

No obstante, considero que se tendría que engrosar el Proyecto de Resolución para matizar la afirmación relativa a que mientras exista una mención a una campaña específica, ya sea presidencial o legislativa, se puede cumplir con el 30 por ciento mínimo que establece el artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

En este sentido, si bien los promocionales bajo estudio hacen una crítica a la gestión gubernamental del

SUP-RAP-254/2012

ciudadano Enrique Peña Nieto y a los compromisos que éste no cumplió como Gobernador del Estado de México, según la consideración del Partido Acción Nacional, del mismo no se desprende un llamamiento al voto para la Elección del Partido Acción Nacional.

Es decir, a favor de la Licenciada Josefina Vázquez Mota, por lo que válidamente se considera que los mismos, al contener la leyenda “Vota por Diputados y Senadores del Partido Acción Nacional”, pueden considerarse como parte de su campaña legislativa, máxime que partiendo de las críticas a las gestiones gubernamentales pueden ser apreciables a las distintas campañas legislativa y presidencial, independientemente del ámbito de aquello que es objeto de la crítica, precisamente por la relación existente entre el ámbito Ejecutivo y el Legislativo.

No obstante un promocional que durante todo su contenido aludiera a la campaña presidencial del propio partido político pero que acarrearla la leyenda “Vota por Diputados y Senadores del Partido” no podría, ser considerada...

Segue 123ª. Parte

Inicia 123ª. Parte

... No obstante un promocional que durante todo su contenido aludiera a la campaña presidencial del propio partido político pero que acarrearla la leyenda “Vota por Diputados y Senadores del partido”, no podría ser considerada como parte de la campaña legislativa y viceversa, puesto que la naturaleza de la distribución establecida en el artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales es establecer una difusión mínima del 30 por ciento, respecto de la campaña de uno de los poderes.

Por lo anterior, considero que el Proyecto de Resolución se tendría que limitar a un análisis de los promocionales denunciados y no establecer una regla general aplicable a todos los promocionales, puesto que cada uno de éstos se debe analizar en lo particular, en sus términos y en sus méritos.

Considero que debiéramos desaparecer del Proyecto de Resolución que aquí se presenta, la afirmación que desde la óptica de esta autoridad los porcentajes mínimos establecidos en la legislación electoral para la distribución de los tiempos en la especie, lo referente al Proceso Electoral Federal en el cual se renueva el Poder Ejecutivo y Legislativo, sólo puede determinarse al final de las campañas.

Pienso que no debe hacerse esa afirmación en este momento, no ha lugar a establecerla, ya se valorará, en su momento, no tendría que ver con el caso que aquí nos ocupa.

En virtud de esto, pienso que, acompañando desde luego el sentido del Proyecto de Resolución que aquí se nos plantea, debiéramos circunscribirnos y establecer un considerando, toda vez que desde la Comisión de Prerrogativas y Partidos Políticos y del Comité de Radio y Televisión se ha establecido, a través de un oficio, una solicitud a los partidos políticos para que identifiquen los materiales que están y han entregado al Instituto Federal Electoral como parte de los considerandos y antecedentes que debe contener este Proyecto de Resolución en los días previos.

Creo que es susceptible y correcto incluirsele, así como toda mención a lo que constituye la propaganda mixta.

En principio, creo que hay aspectos que debe valorar esta autoridad, que debe valorar el Comité de Radio y Televisión, que deben estar estableciéndose y en este caso debiéramos simplemente circunscribirnos a la solución de este caso, en tanto acompañando plenamente el criterio pero matizando parte de las cosas que aquí se precisan, toda vez que hay acciones que otras autoridades de la institución están emprendiendo justo para clarificar todos estos aspectos, entre otros y creo que señaladamente el propio Comité de Radio y Televisión. Esta es mi propuesta, Consejero Presidente, en relación al Proyecto de Resolución que he reservado y estas son las razones de su reserva.

El C. Presidente: Gracias, Consejero Electoral.

Tiene el uso de la palabra el Consejero Electoral Marco Antonio Baños Martínez.

El C. Maestro Marco Antonio Baños: Gracias. Algo muy breve.

Primero. Estando digamos de acuerdo casi en todo, diría que debería resaltarse que la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos el día 16 de marzo pasado hizo una solicitud expresa a los partidos políticos para que se indicara qué spot, más bien a qué pertenecía cada uno de los spots pautados, si para la elección presidencial o para las elecciones legislativas.

Esa parte la cumplió desde mi punto de vista en atención a lo que establece el artículo 60, con suficiencia de tiempo, la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos.

Insisto, la primera comunicación oficial solicitando a los partidos políticos que hicieran este señalamiento fue el día 16 de marzo, 14 días antes del inicio de las campañas electorales.

En atención a una deliberación que hubo en la Comisión de Quejas y Denuncias, la propia Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, a mi modo de ver, de manera correcta, giró una segunda comunicación a los propios partidos políticos para que se complementara una

SUP-RAP-254/2012

parte de la información que está pendiente con relación a este asunto.

Esta semana se giró un segundo oficio y creo que los partidos políticos, en breve, subsanarán algunos detalles de información que requiere la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, simple y llanamente para revisar si se ha aplicado correctamente el artículo 60 del Código Electoral.

Pero me parece que en general, así a primera vista, a reserva de checar algunos datos, que los partidos políticos han venido cumpliendo con puntualidad lo previsto en el artículo 60 del Código Electoral.

Así que, acompañando la propuesta del Consejero Electoral Alfredo Figueroa...

Sigue 124ª. Parte

inicia 124ª. Parte

... a reserva de checar algunos datos, que los partidos políticos han venido cumpliendo con puntualidad lo previsto en el artículo 60 del Código Electoral.

Así que acompañando la propuesta del Consejero Electoral Alfredo Figueroa, sí quería nada más hacer esta consideración.

El C. Presidente: Gracias, señor Consejero Electoral.

Tiene el uso de la palabra el Consejero Electoral Benito Nacif Hernández.

El C. Doctor Benito Nacif: Gracias, Consejero Presidente.

Creo que desde que la Comisión de Quejas y Denuncias se pronunció sobre este asunto novedoso, un asunto inédito, es la primera vez en que estamos ante la aplicación del artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales. Hemos ido consiguiendo más, haciendo acopio de más información y de más implicaciones de carácter técnico-jurídico.

La pregunta es: ¿Cómo garantizar la observación del artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales? Queda claro a la luz de la información que hemos venido recogiendo, que el artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales no podemos saber su cumplimiento, si bien no hasta el final, hasta que tengamos un número suficiente, una muestra suficiente de información de cómo han venido asignando los partidos políticos sus tiempos en radio y televisión, porque es una regla, por un lado, muy flexible porque la única restricción es que no puedes dar más del 70 por ciento de tus tiempos a algunas de las campañas por el Poder Ejecutivo o el Poder Legislativo Federal en elecciones coincidentes.

Me parece que el Proyecto de Resolución correctamente declara infundada la queja y nos recuerda el Consejero

Electoral Marco Antonio Baños que ya la estrategia para garantizar la observancia del artículo 60, la inicia la propia Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos con el oficio mencionado.

Sería conveniente, me parece en este Proyecto de Resolución, hacer mención al oficio y ciertamente ha ameritado un segundo oficio, porque no todos los partidos políticos han cumplido con ese requisito, eso que pidió la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, que es señalar y distinguir claramente para qué tipo de campañas están asignando sus promocionales.

Me parece que a la luz de los resultados que se obtengan de este segundo oficio que ha enviado la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos sería conveniente preparar un Informe y tener en el seno del Comité de Radio y Televisión una discusión acerca de cómo vamos en el cumplimiento del artículo 60 del Código Electoral e ir ahí en esa discusión afinando los criterios que se van a seguir para contabilizar los promocionales, asignarlos a una bolsa u otra y de esta manera al final de las campañas estar en condiciones de determinar el cumplimiento con esta obligación establecida en el artículo 60 del Código Electoral.

Hasta ahora los criterios que se han seguido son criterios que protegen en el mayor grado posible la libertad de los partidos políticos en la definición de contenidos en la articulación de sus campañas para un poder u otro y, desde mi punto de vista debe mantenerse este mayor grado de libertad posible que al mismo tiempo nos permita garantizar la observancia del artículo 60 del Código Electoral.

Consejero Presidente, muchas gracias.

El C. Presidente: Gracias, Consejero Electoral.

Tiene el uso de la palabra el Consejero Electoral Sergio García Ramírez.

El C. Doctor Sergio García Ramírez: Gracias, Consejero Presidente.

Como acaba de manifestar el Consejero Electoral Benito Nacif, el tema que ahora nos ocupa se planteó también en la Comisión de Quejas y Denuncias, veo que se ha encausado ya su solución al través de la fijación de ciertos Lineamientos, estoy seguro de que éstos que serán elaborados por el Comité de Radio y Televisión obedecerán a la perspicacia y pertinencia que caracteriza...

Sigue 125ª. Parte

Inicia 125ª. Parte

... Lineamientos, estoy seguro que estos que serán elaborados por el Comité de Radio y Televisión obedecerán a la perspicacia y pertinencia que caracteriza

SUP-RAP-254/2012

al Comité de Radio y Televisión y por lo tanto, estaremos atentos a esto.

Simplemente quiero destacar, para la reflexión del Comité correspondiente, que no es nítido el sentido, no de primera intención, del artículo 60 del Código Electoral que nos ocupa. El artículo 60 habla de tipos de campaña y habla de la asignación de tiempos según tipos de campaña.

La pregunta que haría, pero no espero una respuesta ahora ni de mi parte ni de parte de nadie, es qué se quiere decir con tipos de campaña. Basta simplemente con decir, cada quien asigna como quiere el 70-30 y esto ya atiende esta denominación de tipos de campaña. ¿O se requiere de algo más?

Simplemente quiero recordar que en la exposición de motivos en la iniciativa del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales se aborda de una manera no suficiente quizá, pero se aborda el tema y se dice que con esta norma del artículo 60 en su segunda parte, que es la parte que ahora nos ocupa, se busca asegurar que el electorado cuente con información sobre las propuestas y candidatos de todos los partidos políticos, sin que se produzca una indeseable concentración de mensajes a favor de una sola de las campañas o de un solo candidato. Se satisfaría esta intención, si es que la intención del Legislador tiene algún significado, se satisfaría esta intención con el simple dicho de que esta parte de la campaña corresponde a la elección de legisladores y esta parte a la elección del Ejecutivo. Es una pregunta que hago y aquí parece inferirse, de lo que acabo de leer en la exposición de motivos parece inferirse que no se trata exactamente de eso, de cómo se rotula o subtitula cada campaña, sino de que cada tipo de campaña procure la exposición de propuestas y candidatos en las dos elecciones de que se trata.

No pido respuestas, no provoqué intervenciones, simplemente suscité el tema a la reflexión de mis colegas.

El C. Presidente: Gracias, Consejero Electoral.

Tiene el uso de la palabra el Licenciado Rogelio Carvajal Tejada, representante del Partido Acción Nacional.

El C. Licenciado Rogelio Carbajal: Gracias, Consejero Presidente.

Celebro el sentido de este Proyecto de Resolución, porque al final está reconociendo primero, la libertad de los partidos políticos para determinar cómo se distribuyen los contenidos de sus spots hacia una campaña u otra. Tenemos claridad de los límites que establece, o los pisos mejor dicho, establece un piso de al menos el 30 por ciento a alguna de las campañas, ya sea la presidencial o la que está dirigida a Diputados y a Senadores tomada como una misma.

Porque hay que decirlo en esta mesa. Este spot originó una medida cautelar en contra del Partido Acción Nacional. Por eso celebro que se modifique ese criterio que nos pareció, en primer lugar, excesivo, porque de alguna u otra manera el Instituto Federal Electoral empezaba a calificar, por los contenidos, a qué tipo de campaña debería dirigirse uno u otro spot de los partidos políticos.

Claramente en este spot se hace referencia a que es parte de la campaña de los candidatos a Diputados y a Senadores del Partido Acción Nacional y así lo establece la parte final del mismo spot, y se pide el voto por los candidatos a Diputados y a Senadores del Partido Acción Nacional.

Ya pasó la medida cautelar. Ya se decidió, se impugnó ante el Tribunal Electoral, entiendo que el Tribunal Electoral iba a desechar la impugnación, porque ya el spot había incluso dejado de tener vigencia.

Pero no quise dejar de intervenir para llamar...

Sigue 126ª. Parte

Inicia 126ª. Parte

... porque ya el spot había dejado de tener vigencia.

Pero no quise dejar de intervenir para llamar la atención de lo que me pareció un exceso en la medida cautelar que otorgó la Comisión de Quejas y Denuncias respecto de este spot.

Ya pasó, insisto, hoy se está declarado infundado, pero creo que el Instituto Federal Electoral debiera ser más cuidadoso en este tipo de Resoluciones para evitar alguna circunstancia que deje al final en estado de indefensión a los partidos políticos.

Es cierto, será al final de la campaña cuando se contabilice, porque no podrá ser de otra manera, si los partidos políticos cumplieron con la disposición del artículo 60 del Código Electoral.

Desde luego también celebro, primero, la comunicación que nos hizo llegar el Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos en el mes de marzo de este año y que fue reiterada hace apenas un par de días, el 14 de mayo, en donde se solicita a todos los partidos políticos que expliciten en cada uno de sus spots a qué campaña se debe de contabilizar ese spot para ir llevando la contabilidad debida y que, insisto, una vez concluido el Proceso Electoral Federal se pueda hacer la revisión de lo que establece el artículo 60 del Código Electoral, prescripción que nosotros cumpliremos a cabalidad.

Es un mandato de ley que habrá que cumplir en la totalidad de los spots y a eso nos atenderemos, a que en la totalidad de los spots la autoridad electoral pueda revisar claramente que el Partido Acción Nacional y las

SUP-RAP-254/2012

campañas del Partido Acción Nacional han cumplido con el piso que establece el propio artículo 60 del Código Electoral.

El C. Presidente: Gracias, señor representante.

Tiene el uso de la palabra el Consejero Electoral Benito Nacif Hernández.

El C. Doctor Benito Nacif: Gracias, Consejero Presidente.

A propósito de las medidas cautelares me parece que sería pertinente añadir un Resolutivo a este Proyecto de Acuerdo, dejando claro que las medidas cautelares ordenadas por la Comisión de Quejas y Denuncias quedan sin efecto.

Propondría que se sometiera eso a consideración en el momento de votar este Proyecto de Resolución, Consejero Presidente. Gracias.

El C. Presidente: Gracias, Consejero Electoral.

Tiene el uso de la palabra, el Consejero Electoral Marco Antonio Baños Martínez.

El C. Maestro Marco Antonio Baños: Muy breve, Consejero Presidente.

No es un tema menor, quiero decir, y me parece que sí habrá que esperar a que se concluya con las campañas para poder saber cómo se cumplió con el artículo 60 del Código Electoral.

Sin embargo, el artículo 60, independientemente de que dice que los partidos políticos lo deciden libremente, es un hecho que tienen que dedicar al menos el 30 por ciento para promocionar las elecciones, en este caso, del Poder Legislativo, que es en esencia el sentido de la norma.

Quiero insistir en que la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos ha sido proactiva primero en enviar una comunicación del día 16 de marzo, antes de los arranques formales de las campañas electorales, pidiéndole a los partidos políticos una primera información.

Esa primera información consiste en la clasificación que el propio partido político realiza respecto a si ese spot está o no dirigido a una determinada elección o a la otra.

Pero también es un hecho que no hay criterios establecidos por la institución respecto a cómo deben contabilizarse los spots.

No es un tema menor, me parece que eso se tendrá que revisar particularmente en el Comité de Radio y Televisión. Me parece que la reflexión que ha formulado el Consejero Electoral Sergio García Ramírez, tiene toda la pertinencia en el contexto de esta discusión, pero también estoy de acuerdo con él en el sentido de que...

Sigue 127ª. Parte

Inicia 127ª. Parte

... la reflexión que ha formulado el Consejero Electoral Sergio García Ramírez, tiene toda la pertinencia en el contexto de esta discusión, pero también estoy de acuerdo con él en el sentido de que no es en esta sesión donde tendremos una respuesta precisa sobre el particular y habrá que construir colegiadamente los criterios para saber cuál es la mejor forma de darle cumplimiento al artículo 60 del Código Electoral.

Es todo, Consejero Presidente.

El C. Presidente: Gracias Consejero Electoral.

¿Alguna otra intervención?

No siendo así, Secretario del Consejo, vamos a proceder a la votación de este Proyecto de Resolución en lo general, incluyendo la modificación al Considerando Octavo, propuesta por el Consejero Electoral Alfredo Figueroa y la propuesta de incluir un nuevo Considerando y un nuevo Resolutivo en los términos planteados por el Consejero Electoral Benito Nacif.

Proceda Secretario del Consejo, por favor.

El C. Secretario: Señoras y señores Consejeros Electorales, se consulta si se aprueba el Proyecto de Resolución de Consejo General del Instituto Federal Electoral, identificado en el orden del día como el apartado 10.13, tomando en consideración la fe de erratas circulada previamente, el engrose propuesto por el Consejero Electoral Alfredo Figueroa, en los términos por él expuestos y la propuesta formulada por el Consejero Electoral Benito Nacif, a fin de incorporar un nuevo Resolutivo y un nuevo Considerando en relación a los argumentos que él mismo presentó.

Los que estén por la afirmativa, sírvanse levantar la mano, por favor.

Aprobado por unanimidad, Consejero Presidente.

...”

Del documento transcrito, el cual tiene de valor probatorio pleno, acorde al artículo 14, párrafos 1, inciso a), y 4, inciso c), relacionado con el numeral 16, párrafo 2, de la ley aludida, ya que su contenido no ha sido refutado en cuanto su autenticidad o veracidad, se llega a la convicción de que en el momento en el cual se aprobó la resolución recurrida, se suprimió la consideración contenida en el proyecto de resolución, atinente a que el momento en el cual debe verificarse el cumplimiento de los porcentajes mínimos establecidos en la legislación electoral

SUP-RAP-254/2012

para la distribución de los tiempos electorales, es al final de las campañas.

Por tanto, como el tema aludido, relativo a que es al final de las campañas cuando se verificará el total de mensajes de propaganda electoral, no formó parte de las consideraciones sostenidas por la responsable en la determinación recurrida, sino que, por el contrario, expresamente se determinó excluir de la resolución aprobada, no pueden ser analizados los argumentos del inconforme que formuló en relación a esa cuestión.

De ahí, la inoperancia anunciada, toda vez que no puede analizarse la legalidad del actuar de la responsable bajo argumentos que no formuló en su resolución y, que por el contrario, expresamente consideró no incluir.

Resulta ilustrativa, la jurisprudencia identificada con la clave 16/91, publicada en la página 24 del Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, correspondiente a abril de mil novecientos noventa y uno, de la entonces Tercera Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, de rubro: ***“AGRAVIOS EN LA REVISIÓN. SON INOPERANTES CUANDO SE DIRIGEN A COMBATIR CONSIDERACIONES LEGALES QUE NO SE FORMULARON EN LA SENTENCIA RECURRIDA”***, así como la jurisprudencia 26/2000, emitida por la Primera Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, consultable en la página 69, Tomo XII, Octubre de 2000, Novena Época del Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, de rubro con

el rubro: **“AGRAVIO INOPERANTE DE LA AUTORIDAD, SI ATRIBUYE A LA SENTENCIA RECURRIDA ARGUMENTO AJENO Y SE LIMITA A COMBATIR ÉSTE.”**

Además, en todo caso, cabe precisar que acorde a la correcta interpretación del artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, que ha sido referida en esta ejecutoria, se tiene que la exigencia que prevé dicha norma se refiere a que los partidos políticos deben destinar, al menos, el treinta por ciento de los mensajes de propaganda electoral a una de las campañas federales (legislativa o presidencial), pero tienen libertad para determinar la forma de distribución.

De lo anterior se desprende que, contrario a lo que pretende el recurrente, la obligación de la autoridad responsable relativa a verificar el cumplimiento de la norma en mención, se centra en determinar que los partidos políticos efectivamente hayan cumplido con respetar el porcentaje mínimo referido.

Por tanto, no se puede considerar que la autoridad administrativa federal esté obligada a realizar un estudio cualitativo de los mensajes de propaganda electoral, a efecto de estimar cumplido el porcentaje previsto en el citado artículo 60, porque ello no está previsto en la norma, la cual, por el contrario, sólo exige una asignación numérica.

II. Congruencia de la resolución recurrida.

SUP-RAP-254/2012

Es **infundado** el argumento del partido recurrente relativo a que la autoridad responsable por una parte, reconoció que el artículo 60 del código electoral federal garantiza un espacio mínimo y equitativo en medios de comunicación, y por otra, considera que, en el caso, los spots denunciados sólo contienen una referencia marginal a la campaña legislativa, sin estimar ilegalidad en ello.

En efecto, contrario a lo que aduce el recurrente, la responsable no incurrió en incongruencia interna al emitir su resolución, toda vez que, como se analizó, acorde al artículo 60 del código federal, cada partido político tiene plena libertad para determinar la asignación de los mensajes de propaganda electoral entre las campañas legislativa y presidencial, con la salvedad de destinar un mínimo de treinta por ciento a una de las campañas federales (legislativa o presidencial).

Además, en dicha norma no se prevé lineamiento alguno en cuanto al contenido de los promocionales, por lo que sólo están sujetos a las restricciones que prevé la propia normativa electoral, relativas a: no contener expresiones que denigren a las instituciones y a los partidos o calumnien a las personas; no utilizar símbolos religiosos, así como expresiones, alusiones o fundamentaciones de carácter religioso; respetar la vida privada de los candidatos, autoridades y terceros, así como a las instituciones y valores democráticos, y ajustar la propaganda y mensajes a lo dispuesto en el artículo 6 de la Constitución federal.

Por tanto, en el caso, el partido político denunciado estaba en completa libertad de determinar el contenido de los spots materia del procedimiento sancionador, siempre que no incurrieran en alguna de las restricciones aludidas.

De ahí que sea correcto que la responsable haya considerado que la forma en que el partido político hizo referencia a la campaña legislativa en los spots denunciados no contraviene el artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, ya que ello es acorde al ejercicio de su derecho al uso de los espacios en radio y televisión, sin más limitación que las ya referidas.

Por tanto, la resolución recurrida no contiene la incongruencia interna que refiere el recurrente, toda vez que, como lo estimó la autoridad responsable, el partido político denunciado ejerció su derecho a utilizar los mensajes de propaganda electoral, sin infringir los principios de libertad y equidad en la contienda, puesto que no existe norma que le exija atender a un tipo de contenido, lógica o exposición en los promocionales.

Luego, si los candidatos a diputados y senadores partido político denunciado, determinaron utilizar los promocionales, para efectuar una crítica o contraste respecto al abanderado de otro partido, no puede considerarse contrario a establecido en el artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, pues lo cierto es que atendió a la estrategia política que estimó procedente el partido político, al

SUP-RAP-254/2012

hacer uso de su derecho a determinar libremente la asignación de mensajes en radio y televisión entre las campañas federales.

Por ende, el Consejo General no incurrió en incongruencia en su resolución, pues por una parte, analizó debidamente el contenido del artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales y, por otra, correctamente estimó que la leyenda inserta en los promocionales denunciados, para promocionar a la campaña legislativa, no infringen la libertad y equidad en la contienda, porque, por el contrario, el partido decidió la forma y contenido de sus mensajes de propaganda electoral y cumplió con la identificación de la campaña a la que destinó los spots.

Finalmente, son **infundados** los argumentos del recurrente, que fueron resumidos en los numerales 1 y 2 del apartado B del punto II.

En efecto, es infundada la afirmación relativa a que el Consejo General justificó la introducción marginal de la leyenda "*Vota por Diputados y Senadores del Partido Acción Nacional*", diciendo que fue una campaña de contraste, lo cual no fue puesto a su consideración.

Es así, porque la introducción de dicha consideración a la resolución recurrida derivó del análisis que efectuó la autoridad responsable respecto de los promocionales materia del procedimiento especial sancionador.

Lo anterior, porque el Consejo General, una vez que realizó la interpretación del artículo 60 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, de la que concluyó que los partidos políticos no están sujetos a lineamientos específicos respecto al contenido y lógica de sus promocionales en radio y televisión, analizó los mensajes denunciados por el Partido Revolucionario Institucional.

Para dicho examen, la responsable tuvo presente que, conforme a la normativa electoral, las únicas restricciones a la propaganda electoral son las relativas a no utilizar expresiones que denigren a las instituciones y a los partidos o calumnien a las personas; no utilizar símbolos religiosos, así como expresiones, alusiones o fundamentaciones de carácter religioso; respetar la vida privada de los candidatos, autoridades y terceros, así como a las instituciones y valores democráticos, y ajustar la propaganda y mensajes a lo dispuesto en el artículo 6 de la Constitución federal.

Ante ello, la responsable consideró que el Partido Acción Nacional ejerció su derecho a promocionar a sus candidatos, sin que fuera ilegal la forma en que difundió la campaña legislativa y, además, advirtió que se trató de una campaña de contraste, al formular una crítica al desempeño del cargo público de Enrique Peña Nieto.

Por tanto, no es indebido que la autoridad responsable haya formulado esas consideraciones, pues ello atendió al análisis que efectuó de los promocionales, cuyo contenido fue

SUP-RAP-254/2012

precisamente el objeto de la denuncia del partido aquí recurrente.

En consecuencia, es incorrecto que el Consejo General responsable haya incurrido en incongruencia externa al incorporar a sus resolución un argumento que no fue puesto a su consideración, habida cuenta que lo cierto es que el partido político denunciante se inconformó con los promocionales del Partido Acción Nacional, porque en su concepto, indebidamente se hizo promoción a la campaña presidencial mediante el uso de mensajes destinados a la campaña legislativa.

Ante ello, lo procedente era que la autoridad, una vez determinado el marco legal aplicable, analizara los spots denunciados, para advertir si se actualizó o no la irregularidad denunciada; de ahí que haya concluido que el contenido de los mensajes correspondía a una campaña de crítica o contraste, cuyo contenido no fue contrario a las restricciones mencionadas.

Inclusive, cabe precisar que, contrario a lo que plantea el recurrente, no se advierte ilegalidad en el hecho consistente en que en los promocionales denunciados no se haga referencia concreta a alguno de los candidatos a diputados federales o senadores del Partido Acción Nacional, a un distrito electoral o a sus propuestas, ya que, acorde a lo analizado, el partido político tiene plena libertad para determinar el contenido de sus mensajes en radio y televisión, salvo que no incurra en alguna de las restricciones que han sido precisadas.

Ante ello, si el instituto político determinó hacer una referencia general a la campaña legislativa, sin especificar nombres, distritos o propuestas de los candidatos a diputados federales y senadores, fue en pleno ejercicio de su derecho a determinar su contenido, mediante una campaña de crítica, tendente a disminuir votos al Partido Revolucionario Institucional y a su candidato Enrique Peña Nieto, lo cual, en forma directa e indirecta, podría repercutir en beneficio del Partido Acción Nacional y sus candidatos.

En ese contexto, es incorrecta la afirmación del recurrente en el sentido de que fue indebido que la responsable comparara las actividades como gobernador de un candidato a presidente de la república con las actividades que realizarán los candidatos a diputados y senadores.

Es así, porque la autoridad no consideró lo que manifiesta la recurrente, toda vez que en cuanto a la campaña de contraste que advirtió en los promocionales denunciados, estimó que del contenido de los mensajes advertía una crítica a las acciones de gobierno realizadas por Enrique Peña Nieto, lo cual estimó que encuadró en el concepto de propaganda electoral.

Empero, la autoridad sólo refirió que se trató de una campaña de contraste, pero no expuso que se tratara de una comparación entre la función como gobernador del candidato a presidente del partido denunciado y las funciones que, en su

SUP-RAP-254/2012

caso, desempeñarán los legisladores federales del partido actor.

Ante ello, no se actualiza la incongruencia que cita el recurrente, pues la presunta comparación que refiere no fue efectuada por la autoridad responsable.

Aunado a lo anterior, cabe precisar que, como lo ha sostenido esta Sala Superior, la propaganda electoral que realizan los partidos políticos también puede constituir un elemento para criticar o contrastar las ofertas de los demás contendientes o de las administraciones que ocupan u ocuparon en el poder y, eventualmente, reducir el número de sufragios a favor de los demás abanderados y partidos participantes en la contienda electoral.

Luego, los referidos promocionales sí pueden criticar o contrastar las acciones de un candidato a un cargo diverso al de la campaña que corresponden, ya que la finalidad de los mensajes es restar votos a un partido político, evidentemente, en beneficio del instituto político que realiza la difusión.

En esa tesitura, en el caso, como se precisó, el partido denunciado utilizó su derecho a difundir propaganda electoral en espacios en radio y televisión, sin mayores restricciones en su contenido que las ya mencionadas, relativas a no utilizar expresiones que denigren a las instituciones y a los partidos o calumnien a las personas; no utilizar símbolos religiosos, así como expresiones, alusiones o fundamentaciones de carácter

religioso; respetar la vida privada de los candidatos, autoridades y terceros, así como a las instituciones y valores democráticos, y ajustar la propaganda y mensajes a lo dispuesto en el artículo 6 de la Constitución federal.

Por otra parte, es inatendible la afirmación del inconforme, respecto a que la autoridad administrativa federal indebidamente consideró que los porcentajes establecidos en el artículo 60 del código electoral federal no tienen que ver con la duración de la promoción dentro de la propaganda electoral, sino que se refiere a la cantidad de mensajes.

Lo anterior, porque si bien, en la denuncia que dio origen al procedimiento especial sancionador, el partido político hizo referencia, como la propia autoridad lo resume en la página 27 de la resolución, a que de los 30 segundos que duran cada uno de los promocionales denunciados, 26 ó 27 de ellos están destinados a hacer referencia a Enrique Peña Nieto y 2 ó 3 segundos hacen referencia a las campañas de diputados o senadores; ante lo cual el partido denunciante estimó que el Partido Acción Nacional pretendió posicionar ilícitamente la campaña presidencial mediante los espacios en radio y televisión correspondientes a las campañas de diputados federales y senadores.

Ante lo cual, la materia de la denuncia no se centró en si un determinado porcentaje de cada uno los mensajes en radio y televisión debían destinarse a alguna de las campañas, pues el partido denunciante hizo referencia a la distribución de

SUP-RAP-254/2012

segundos de los promocionales para evidenciar que, en realidad, los spots denunciados no están referidos a la campaña a la cual se destinaron, con lo que el partido denunciado incumplió la norma mencionada.

Sin embargo, conforme a lo analizado, lo relevante es que no es indebida la forma en que el partido denunciado utilizó los mensajes de propaganda electoral; ya que, contrario a lo que adujo el recurrente, el artículo 60 del código electoral federal no impone lineamientos respecto al contenido o lógica que deben seguir los spots.

De ahí que, en plena libertad legal y bajo la estrategia política que estimó adecuada, el partido denunciado determinó la forma y contenido de los mensajes para promocionar la campaña legislativa.

En mérito de las consideraciones anteriores, ante lo infundado e inoperante de los agravios formulados por el Partido Revolucionario Institucional, lo procedente es confirmar la determinación recurrida.

Por lo expuesto y fundado, se

RESUELVE:

ÚNICO. Se confirma la resolución CG314/2012, emitida por el Consejo General del Instituto Federal Electoral, el dieciséis de mayo de dos mil doce.

Notifíquese; personalmente al Partido Revolucionario Institucional, así como al Partido Acción Nacional en los domicilios señalados en autos; por **correo electrónico** a la autoridad responsable acompañando copia certificada de la presente sentencia; y por **estrados** a los demás interesados, de conformidad con lo dispuesto en los artículo 26, párrafo 3, 28 y 48, párrafo 1, incisos a), b) y c) de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral, así como a lo establecido en el Acuerdo General de la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación número 3/2010, de seis de septiembre de dos mil diez, relativo a la implementación de las notificaciones por correo electrónico.

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

Así lo resolvieron, por **unanimidad** de votos, los Magistrados que integran la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, ante el Secretario General de Acuerdos que autoriza y da fe.

MAGISTRADO PRESIDENTE

SUP-RAP-254/2012

JOSÉ ALEJANDRO LUNA RAMOS

MAGISTRADA

MAGISTRADO

**MARÍA DEL CARMEN ALANÍS
FIGUEROA**

**CONSTANCIO CARRASCO
DAZA**

MAGISTRADO

MAGISTRADO

FLAVIO GALVÁN RIVERA

**MANUEL GONZÁLEZ
OROPEZA**

MAGISTRADO

MAGISTRADO

**SALVADOR OLIMPO NAVA
GOMAR**

**PEDRO ESTEBAN PENAGOS
LÓPEZ**