



TRIBUNAL ELECTORAL
del Poder Judicial de la Federación

RECURSO DE REVISIÓN DEL PROCEDIMIENTO ESPECIAL SANCIONADOR

EXPEDIENTE: SUP-REP-284/2024

RECURRENTE: PARTIDO ACCIÓN
NACIONAL¹

RESPONSABLE: UNIDAD TÉCNICA DE LO
CONTENCIOSO ELECTORAL² DE LA
SECRETARÍA EJECUTIVA DEL INSTITUTO
NACIONAL ELECTORAL³

MAGISTRADA: JANINE M. OTÁLORA
MALASSIS

SECRETARIA: ROXANA MARTÍNEZ AQUINO

COLABORÓ: MOISÉS MESTAS FELIPE

Ciudad de México, diecisiete de abril de dos mil veinticuatro.⁴

La Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación⁵, emite sentencia por la que **confirma, por razones distintas**, el acuerdo de la unidad técnica que **desechó la queja** presentada por el recurrente, por no advertir, de un análisis preliminar, elementos que condujeran a estimar que el spot denunciado pueda actualizar violación en materia de propaganda político-electoral.

ANTECEDENTES

1. Queja. El diecinueve de marzo, el PAN, por conducto de su representante propietario ante el Consejo General del INE, presentó escrito de queja, ante el INE, en **contra de Movimiento Ciudadano⁶ por la presunta indebida difusión de propaganda electoral con motivo de la proyección de marcas comerciales en un spot identificado como “CLAUDIA ES CLAUDIA CANDIDATAS Y CANDIDATOS”⁷**, en específico, los

¹ En adelante el PAN, recurrente, actor o inconforme.

² En lo ulterior, unidad técnica, autoridad responsable o responsable.

³ En lo siguiente, INE.

⁴ En adelante, todas las fechas a las que se haga referencia corresponderán a dos mil veinticuatro, salvo precisión en contrario.

⁵ En lo subsecuente, Sala Superior o esta Sala.

⁶ En adelante, denunciado o MC.

⁷ Con folio RV00796-24.

SUP-REP-284/2024

referentes a los medios de comunicación *Forbes, El Financiero, El País, Animal Político y Por Esto!*

2. Acuerdo impugnado. El veinte de marzo, la responsable registró la queja,⁸ y la **desechó de plano al no advertir**, de un análisis preliminar, **elementos que permitieran concluir que el material estuviera dirigido a promocionar las marcas de los medios de comunicación.**

3. Demanda. El veintitrés de marzo, el recurrente presentó escrito de demanda, ante la oficialía de partes común del INE, en contra del acuerdo de desechamiento referido.

4. Trámite. Recibidas las constancias, la presidencia de esta Sala Superior integró el expediente **SUP-REP-284/2024** y ordenó turnarlo a la Ponencia de la Magistrada Janine M. Otálora Malassis, donde se radicó.

5. Admisión y cierre de instrucción. En su momento, la Magistrada instructora admitió a trámite la demanda y cerró instrucción.

RAZONES Y FUNDAMENTOS

Primera. Competencia. La Sala Superior es competente para conocer y resolver el medio de impugnación, porque se trata de un recurso de revisión del procedimiento especial sancionador en contra de una determinación dictada por la unidad técnica, cuya resolución corresponde, de manera exclusiva, a este órgano jurisdiccional.⁹

Segunda. Requisitos de procedencia. El medio de impugnación los reúne,¹⁰ de conformidad con lo siguiente:

⁸ Con el número de expediente UT/SCG/PE/PAN/CG/409/PEF/800/2024.

⁹ Con fundamento en lo establecido en los artículos 41, párrafo tercero, base VI; y 99, párrafo cuarto, fracción IX, de la Constitución general; 166, fracción III, inciso h), y 169, fracción XVIII, de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación, así como 3, párrafo 2, inciso f); 4, párrafo 1, y 109, párrafo 1, inciso c) y párrafo 2, de la Ley General de Medios de Impugnación en Materia Electoral (en adelante Ley de Medios).

¹⁰ Previstos en los artículos 8, 9, párrafo 1 y 110, de la Ley de Medios.



1. Forma. La demanda precisa el acto impugnado, los hechos, los motivos de controversia y cuenta con firma autógrafa del representante del partido recurrente.

2. Oportunidad. La demanda se presentó dentro del plazo de cuatro días,¹¹ toda vez que el acuerdo controvertido le fue notificado a la parte recurrente el veinte de marzo,¹² por tanto, el plazo para la presentación del medio de impugnación transcurrió del veintiuno al veinticuatro de marzo posterior,¹³ por lo que, si la demanda se presentó el veintitrés de marzo,¹⁴ resulta evidente su oportunidad.

3. Legitimación, interés jurídico. El recurrente está legitimado para interponer el medio de impugnación, porque fue la parte denunciante en el procedimiento especial sancionador que dio origen al acuerdo impugnado y cuenta con interés jurídico, toda vez que aduce un perjuicio en su esfera jurídica, causado por el acuerdo de desechamiento de la queja que presentó.

4. Definitividad. Se cumple este requisito, toda vez que se controvierte una determinación emitida por la unidad técnica, respecto del cual no se establece algún medio de impugnación que deba agotarse previamente.

Tercera. Cuestión previa

3.1. Contexto del caso. El origen de la controversia deriva de la queja que el ahora recurrente presentó en contra de MC por la presunta transgresión a las normas sobre propaganda político-electoral, derivado de la difusión del spot de televisión identificado como "*CLAUDIA ES CLAUDIA CANDIDATAS Y CANDIDATOS*", con folio RV00796-24, pautado por el denunciado durante el periodo de campaña en el proceso electoral federal en curso.

¹¹ Con base en la Jurisprudencia 11/2016, de rubro: RECURSO DE REVISIÓN DEL PROCEDIMIENTO ESPECIAL SANCIONADOR. EL PLAZO PARA IMPUGNAR LOS ACUERDOS DE DESECHAMIENTO O INCOMPETENCIA PARA CONOCER DE UNA DENUNCIA, ES DE CUATRO DÍAS. Las jurisprudencias y tesis de este TEPJF pueden ser consultadas en la página de internet <https://www.te.gob.mx/IUSEapp/>.

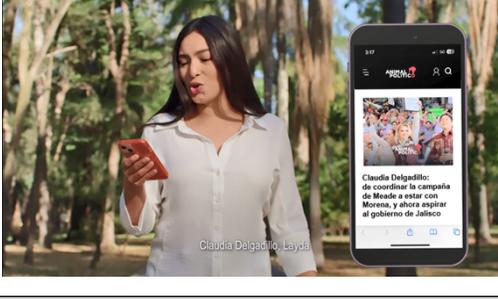
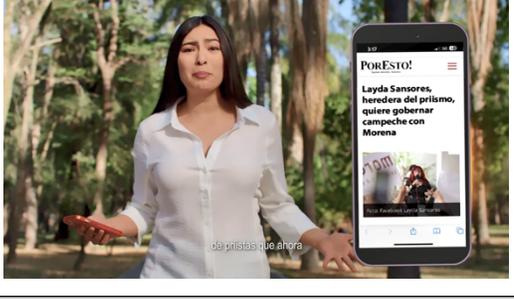
¹² Visible a foja 30 del expediente electrónico F. 01 a 32 PE 409 2024.

¹³ En términos del artículo 7, párrafo 1 de la Ley de Medios, que establece que durante los procesos electorales todos los días y horas son hábiles.

¹⁴ Según se advierte del sello de recepción.

RV00796-24
“CLAUDIA ES CLAUDIA CANDIDATAS Y CANDIDATOS”

Contenido visual (imágenes representativas)

Contenido auditivo

Voz femenina: *Detrás de Claudia está el PRI. Morena le ha dado cargos e impunidad, si no me crees investigalo. Esta Pavlovich, Cónsul en Barcelona, Fayad embajador en Noruega, Alejandro Murat, Eruviel Ávila, Claudia Delgadillo, Layda Sansores y otro montón de priistas que ahora están en Morena; hoy tienes 3 opciones; 2 de la vieja política. Y lo nuevo, va en serio.*

Voz en off: *Movimiento Ciudadano.*

El PAN señaló que en el promocional se incluyeron las marcas comerciales correspondientes a los medios de comunicación “Forbes, El Financiero, El País, Animal Político y Por Esto!”, lo que, en su parecer, se traducía en un uso indebido de la pauta porque dicha acción constituía una infracción, de conformidad con lo sostenido por la Sala Superior al resolver el SUP-REC-887/2018, a pesar de que tuvo la posibilidad de difuminarlas, aunado a que



no se trató de una marca aislada. Sustentó la queja en la jurisprudencia 30/2012.¹⁵

Por lo anterior, solicitó la emisión de las medidas cautelares, consistentes en ordenar suspender o cancelar de manera inmediata las transmisiones de radio y televisión relacionados y, en específico, el spot denunciado, así como la emisión de tutela preventiva.

3.2. Síntesis del acuerdo impugnado. La responsable verificó la vigencia del promocional denunciado y ordenó su certificación y, en su oportunidad, emitió el acuerdo que en esta vía se controvierte, en el que determinó el **desechamiento** de plano de la queja.

Lo anterior, toda vez que si bien era posible advertir que el spot de televisión mostraba en varias de sus escenas las marcas comerciales de los medios de comunicación *Forbes*, *El Financiero*, *El País*, *Animal Político* y *Por Esto!*, ello no podría configurar infracción alguna en materia de propaganda electoral, toda vez que, de manera preliminar, se advertía que dichos elementos aparecían para sustentar la crítica que MC realizaba respecto de la designación de embajadores y/o cónsules respecto de ex gobernadores priistas, así como la postulación por parte de Morena de personas que, en el pasado, militaron en el Partido Revolucionario Institucional, para luego presentar a MC como una alternativa a lo que llama *la vieja política*.

Consideró que, atendiendo a la jurisprudencia 30/2012, no existía elemento alguno que condujera a la autoridad electoral a concluir que el material cuestionado estuviera dirigido a promocionar las marcas *Forbes*, *El Financiero*, *El País*, *Animal Político* y *Por Esto!*

Además, destacó que, mediante la jurisprudencia referida, la Sala Superior razonó que al ser prerrogativas de acceso a radio y televisión exclusiva de los partidos políticos, estos no pueden utilizarla para promocionar a terceros, como asociaciones civiles, atento a que se trata de un derecho con objetivo específico; sin embargo, de manera preliminar, tomando en

¹⁵ De rubro: RADIO Y TELEVISIÓN. LOS PARTIDOS POLÍTICOS NO PUEDEN UTILIZAR EL TIEMPO QUE LES ASIGNA EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL, PARA LA PROMOCIÓN DE ASOCIACIONES CIVILES.

SUP-REP-284/2024

cuenta el contenido del promocional, se observaba que se encontraba dirigido a formular una crítica a Claudia Sheinbaum Pardo, sustentada, entre otros elementos, en notas de los medios de comunicación señalados.

Por otra parte, destacó que el criterio sustentado en el SUP-REC-887/2018, contrario a lo alegado por el recurrente, no se refirió a la legalidad o ilegalidad en el uso de marcas en elementos de propaganda electoral, sino a la omisión de incluir en la revisión de topes de gastos de campaña de senaduría por el estado de Nuevo León, la presunta aportación en especie derivada de la inclusión de marcas comerciales en propaganda electoral a través de redes sociales.

Por tanto, concluyó que, sin prejuzgar sobre el fondo del asunto, el uso de marcas comerciales en las condiciones denunciadas no podría encuadrar en alguno de los supuestos de violación a la normativa electoral en materia de propaganda electoral, que justificara la prosecución de un procedimiento especial sancionador, por lo cual desechó la queja.

En consecuencia, determinó no realizar pronunciamiento alguno respecto de la solicitud de medidas cautelares, ni aquellas en su vertiente de tutela preventiva.

3.3. Síntesis de agravios. El partido actor sustenta la defensa en la presunta incorrecta valoración sobre el alcance de la utilización de marcas en la difusión de propaganda a través de spots y en la falta de exhaustividad, al dejar de valorar los criterios de la Sala Superior y la Sala Regional Especializada, conforme a los cuales la sola inclusión de cualquier marca comercial en la propaganda electoral —con independencia de que la finalidad sea alentar o desalentar al electorado— implica, en automático, la actualización de una infracción.

Retoma lo sostenido en el SRE-PSC-143/2017, señalando que en aquél precedente se determinó que el uso de marcas como lo son “Walmart, Imagen Televisión y banco MULTIVA”, actualizaron, en automático, infracciones, toda vez que constituye la difusión de terceros ajenos a la propaganda política que los partidos deben difundir en periodo ordinario,



desnaturalizando la finalidad constitucional de los tiempos estatales, así como la jurisprudencia 30/2012.¹⁶

Aduce que la responsable omitió considerar la referida jurisprudencia y otro precedente que fueron incluidos en el escrito de queja, lo cual, a su consideración, se traduce en una vulneración al principio de exhaustividad.

Cuarta. Estudio de fondo

4.1. Planteamiento del caso. La **pretensión** del recurrente es que se revoque el acuerdo controvertido y se asuma jurisdicción a fin de evitar la continuidad de la difusión de la propaganda denunciada.

Como se ha evidenciado, la **causa de pedir** la sustenta, esencialmente, en que la responsable no fue exhaustiva en la valoración de los hechos denunciados, así como de los criterios sustentados por este Tribunal Electoral.

La **cuestión por resolver** consiste en determinar si fue o no correcta la emisión del acuerdo controvertido.

4.2. Decisión. Esta Sala Superior considera que los agravios hechos valer por la parte recurrente son **inoperantes**, toda vez que los procedimientos sancionadores por la difusión de marcas en la propaganda de los partidos políticos solo podrán iniciarse a instancia de la parte afectada, sin que se pueda concluir que los partidos políticos estén legitimados para acudir en defensa de terceros y, por tanto, se debe **confirmar** el acuerdo impugnado, pero a partir de las consideraciones que se desarrollan en esta ejecutoria.

4.3. Explicación jurídica

4.3.1 Procedimiento Especial Sancionador. Conforme a los criterios emitidos por esta Sala Superior, la autoridad investigadora tiene la facultad de desechar una denuncia en un procedimiento especial sancionador cuando, entre otras hipótesis, los hechos denunciados no constituyan una

¹⁶ De rubro: RADIO Y TELEVISIÓN. LOS PARTIDOS POLÍTICOS NO PUEDEN UTILIZAR EL TIEMPO QUE LES ASIGNA EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL, PARA LA PROMOCIÓN DE ASOCIACIONES CIVILES.

SUP-REP-284/2024

violación en materia de propaganda político-electoral,¹⁷ en concreto lo previsto en la base III del artículo 41 y en el párrafo octavo del artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.¹⁸

La autoridad investigadora no puede desechar la denuncia cuando se requiera realizar juicios de valor respecto de la legalidad de los hechos controvertidos, a partir de la consideración de los hechos denunciados y de la interpretación de la normativa supuestamente violada. Por lo tanto, para fines de procedencia de la denuncia, es suficiente con que existan elementos que permitan evaluar objetivamente que los hechos denunciados tienen, razonablemente, la posibilidad de constituir una infracción a la normatividad electoral.

Ante ello, la autoridad administrativa competente está facultada para realizar un examen preliminar que le permita advertir si existen **elementos indiciarios** que revelen la **probable actualización de una infracción** y que justifiquen el inicio del procedimiento especial sancionador.¹⁹

La denuncia será desechada de plano por la unidad técnica, sin prevención alguna, cuando, entre otras causas, los hechos denunciados no constituyan, **de manera evidente**, una violación en materia de propaganda político-electoral dentro de un proceso electivo,²⁰ en caso contrario, si existen elementos que permitan considerar objetivamente que los hechos objeto de la denuncia **tienen racionalmente la posibilidad** de constituir una infracción a la ley electoral, **se debe instruir el procedimiento**.

La facultad para decretar el desechamiento implica únicamente la realización de un análisis preliminar de los hechos denunciados, sin que ello le autorice a la autoridad responsable a desechar la queja cuando se requiera realizar juicios de valor acerca de la legalidad de los hechos,²¹ a

¹⁷ Artículos 470, párrafo 1, y 471 de la LGIPE y 60 del Reglamento de Quejas y Denuncias del INE.

¹⁸ En adelante, Constitución general.

¹⁹ Véase la Jurisprudencia 45/2016, de la Sala Superior, de rubro: QUEJA. PARA DETERMINAR SU IMPROCEDENCIA SE DEBE REALIZAR UN ANÁLISIS PRELIMINAR DE LOS HECHOS PARA ADVERTIR LA INEXISTENCIA DE UNA VIOLACIÓN EN MATERIA DE PROPAGANDA POLÍTICO-ELECTORAL.

²⁰ Artículo 471, párrafo 5, inciso b), de la LGIPE.

²¹ Jurisprudencia 18/2019, con rubro: PROCEDIMIENTO ESPECIAL SANCIONADOR. LA AUTORIDAD ELECTORAL ADMINISTRATIVA CARECE DE COMPETENCIA PARA SOBRESEERLO CON BASE EN CONSIDERACIONES DE FONDO.



partir de la ponderación de los elementos que rodean esas conductas y de la interpretación de la ley supuestamente conculcada.²²

Frente a lo anterior, un aspecto relevante para analizar la posible configuración de la causal de improcedencia referida consiste en establecer cuándo, **de manera evidente**, debe entenderse que los hechos denunciados no actualizan una violación en materia de propaganda político-electoral.

Lo anterior, con independencia de sí, desde su perspectiva, los elementos que ofrece el denunciante y las circunstancias que giran en torno a los hechos denunciados resultan o no suficientes para demostrar la infracción alegada, porque ello corresponde exclusivamente al estudio de fondo de la cuestión planteada, el cual, es competencia de la Sala Regional Especializada y no de la autoridad instructora del procedimiento especial sancionador.

4.3.2. El uso de la pauta. Los partidos políticos nacionales, así como los candidatos independientes, tienen derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación social.²³

El INE es la autoridad única para la administración del tiempo que corresponde al Estado en radio y televisión, destinado a sus propios fines y al ejercicio del derecho de los partidos políticos, tanto para las elecciones a nivel federal como local.

Dicha prerrogativa está sujeta a parámetros convencionales, constitucionales y legales, los cuales establecen diversos límites a los contenidos de los mensajes que los partidos políticos decidan transmitir.

Esta Sala Superior ha precisado en diversos precedentes²⁴ que la propaganda difundida por los partidos políticos en radio y televisión, dentro o fuera de un proceso electoral, se debe sujetar a los principios, valores e

²² Artículos 470 y 471, párrafo 5, inciso b), de la LGIPE, así como 60, párrafo 1, fracción II, del Reglamento de Quejas.

²³ Conforme a los artículos 41 de la Constitución, Apartado A, y B, y artículos 160, 167, 169, 170, 171, 172, 173 y 174 de la Ley Electoral.

²⁴ Véase las sentencias dictadas en los expedientes SUP-RAP-25/2011 Y SUP-RAP-31/2011 ACUMULADOS; SUP-REP-55/2015; SUP-REP-226/2015, y SUP-REP-579/2015.

SUP-REP-284/2024

ideología política postulada, siempre y cuando estén dentro de los márgenes de la libertad de expresión.

Por lo tanto, los partidos políticos se deberán abstener de difundir mensajes que ataquen a la moral, la vida privada, **los derechos de terceros**, la imputación de algún delito o la afectación al orden público.

Por otra parte, esta Sala Superior ha sostenido que los partidos políticos en su propaganda electoral deben informar a través de sus mensajes y/o propuestas electorales con al menos algún grado de verosimilitud, es decir, bajo parámetros mínimos de información.²⁵

4.4 Caso concreto. En concepto de este órgano jurisdiccional devienen **inoperantes** los planteamientos.

Del análisis integral a las constancias del expediente se advierte que el problema jurídico a resolver está directamente relacionado con la inclusión o identificación de **marcas**, emblemas, referencias o imagen de empresas de noticias, medios informativos o persona moral que ejerce el periodismo, en la propaganda de los partidos políticos.

Lo anterior, porque desde la presentación de la queja primigenia el ahora actor alegó la indebida utilización de marcas en la difusión de propaganda en spots, frente a lo cual la responsable se limitó a concluir que la identificación gráfica de los medios de comunicación aparecía en el promocional para sustentar la crítica que MC realizaba respecto de la designación de embajadores y/o cónsules, de exgobernadores priistas, así como la postulación por parte de Morena de personas que, en el pasado, militaron en el Partido Revolucionario Institucional, y a Claudia Sheinbaum Pardo.

No obstante, la responsable pasó por alto que la controversia planteada por el quejoso se relaciona directamente con el uso de emblemas de medios noticiosos en la propaganda emitida por un partido político y que, en consecuencia, se está utilizando en un contexto distinto a la noticia, lo que,

²⁵ Criterio contenido en el expediente SUP-REP-292/2018.



en su caso, podría impactar en la percepción que se genera en la ciudadanía respecto a la actividad de la persona moral que ejerce el periodismo y, en consecuencia, podría generarse una afectación a dicha labor.

Al respecto, existen criterios de este órgano jurisdiccional en cuanto a que usar la información referida en la propaganda partidista podría dar a entender a la ciudadanía que la persona moral que produjo el noticiero participó en el promocional o coincide con la postura de un partido político sobre el tema tratado o en general con éste, afectando la independencia y libertad del medio de comunicación.²⁶

Ha sostenido la necesidad de que los periodistas y, en general, todos aquellos que se dedican a la comunicación social, como las personas morales dedicadas a producir contenido noticioso, puedan trabajar con protección suficiente para la libertad que requiere este oficio, lo cual encuentra fundamento en un interés legítimo de los periodistas y de la colectividad.

En el mismo sentido, esta Sala Superior ha privilegiado un debate político de carácter liberal, y ha precisado que los partidos políticos pueden hacer uso de su pauta a efecto de tratar temas de interés general, por ejemplo, aquéllos que se refieren a investigaciones periodísticas.

En consecuencia, toda vez que en el caso concreto se denunció la inclusión de “marcas” de medios noticiosos en la propaganda de un partido político, inclusión que no es propiciada por las propias personas morales, la responsable debió advertir que la legitimación para denunciar solo corresponde a las personas morales que ejercen el periodismo, toda vez que son a las únicas a las que se puede generar una afectación y, en consecuencia, el PAN no está legitimado para tal efecto.

Es decir, solo las personas morales que ejercen el periodismo, involucradas en la propaganda —*Forbes, El Financiero, El País, Animal Político y Por*

²⁶ Sostenido al resolver el SUP-REP-256/2018; criterio que originó la Tesis XIV/2019 de rubro PROTECCIÓN AL PERIODISMO. ES INDEBIDO EL USO DE LOGOTIPOS DE PROGRAMAS NOTICIOSOS EN PROMOCIONALES EN UN CONTEXTO DISTINTO AL DE LA NOTICIA.

SUP-REP-284/2024

Esto!—, pueden concurrir ante la autoridad administrativa electoral a presentar una queja por la inclusión de su imagen, emblema o logo en la propaganda partidista, sin que sea dable concluir que pueda ejercer esa acción de denuncia una persona diversa.

Lo anterior, toda vez que solo corresponde al propio medio periodístico identificarse o no con una línea de pensamiento o expresión de ideas, por ello, sólo éste se encuentra legitimado para denunciar los hechos.

A partir de lo desarrollado en esta ejecutoria, se concluye que el PAN no está legitimado para denunciar la indebida difusión de propaganda electoral con motivo de la proyección de marcas comerciales en un spot identificado como “CLAUDIA ES CLAUDIA CANDIDATAS Y CANDIDATOS” y, en consecuencia, la unidad técnica debió desechar la queja pero a partir de esas consideraciones, razón por la cual, los agravios expuestos ante esta instancia devienen **inoperantes** y lo procedente es **confirmar** el acuerdo controvertido, pero a partir de las consideraciones desarrolladas en esta ejecutoria.

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

RESOLUTIVO

ÚNICO. Se **confirma** el acuerdo controvertido en términos de la ejecutoria.

Notifíquese como corresponda.

En su oportunidad, devuélvase los documentos correspondientes y archívese el expediente como asunto total y definitivamente concluido.

Así, por **unanimidad** de votos, lo resolvieron y firmaron electrónicamente las magistradas y los magistrados que integran la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. El Magistrado Reyes Rodríguez Mondragón emite voto concurrente. El secretario general de acuerdos autoriza y da fe que se firma de manera electrónica.

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



VOTO CONCURRENTENTE QUE FORMULA EL MAGISTRADO REYES RODRÍGUEZ MONDRAGÓN RESPECTO DEL RECURSO DE REVISIÓN DEL PROCEDIMIENTO ESPECIAL SANCIONADOR SUP-REP-284/2024

27

1. Emito el presente voto concurrente porque, si bien, coincido con la decisión de **confirmar**, el acuerdo de la unidad técnica que **desechó la queja** presentada por el recurrente, estimo que debió hacerse por otras razones, ya que desde mi perspectiva el PAN si está legitimado para denunciar la indebida difusión de propaganda electoral con motivo de la proyección de marcas comerciales en un spot.

Denuncia

2. El PAN denunció que la propaganda del partido Movimiento Ciudadano se apartó del deber de no incluir ningún tipo de marcas comerciales en la difusión de propaganda electoral en el contexto de tiempos y pautas autorizadas en radio y televisión. Ello porque el spot denunciado contiene marcas comerciales de diversos medios de comunicación, lo que implica que a través de las prerrogativas de televisión exclusivamente para contenido político y/o electoral, el partido denunciado incluyó marcas de medios de comunicación.
3. Refiere el PAN que el partido denunciado se apoyó en las marcas comerciales de los medios de comunicación, a pesar de que tuvo la posibilidad de difuminar dichas marcas, aunado a que su inclusión en el spot no fue de manera contextual o de segundo plano, sino que se distinguen en primer plano. Concluye en la denuncia que Movimiento Ciudadano no tenía necesidad de apoyarse de las marcas de los medios de comunicación en la reproducción de un spot con observancia general en todo el territorio mexicano.

Sentencia aprobada

²⁷ Con fundamento en los artículos 167, último párrafo, de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación, así como 11 del Reglamento Interno del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Participó en la elaboración de este documento Adán Jerónimo Navarrete García.

SUP-REP-284/2024

4. La sentencia aprobada por el pleno de esta Sala Superior confirma el acuerdo impugnado, pero por razones distintas a las que hace valer la responsable; ya que la mayoría sostiene que los procedimientos sancionadores por la difusión de marcas en la propaganda de los partidos políticos solo podrán iniciarse a instancia de la parte afectada, sin que se pueda concluir que los partidos políticos estén legitimados para acudir en defensa de terceros.
5. Sostiene la mayoría que la responsable pasó por alto que la controversia planteada por el quejoso se relaciona directamente con el uso de emblemas de medios noticiosos en la propaganda emitida por un partido político y que, en consecuencia, se está utilizando en un contexto distinto a la noticia, lo que, en su caso, podría impactar en la percepción que se genera en la ciudadanía respecto a la actividad de la persona moral que ejerce el periodismo y, en consecuencia, podría generarse una afectación a dicha labor.
6. Entonces, como se denunció la inclusión de “marcas” de medios noticiosos en la propaganda de un partido político, que no fue propiciada por las propias personas morales, la responsable debió advertir que la legitimación para denunciar solo corresponde a las personas morales que ejercen el periodismo, toda vez que son a las únicas a las que se puede generar una afectación y, en consecuencia, el PAN no está legitimado para tal efecto.
7. En consecuencia, la unidad técnica debió desechar la queja, pero a partir de que el PAN no está legitimado para denunciar la indebida difusión de propaganda electoral con motivo de la proyección de marcas comerciales en el spot denunciado.

Razones del voto concurrente

8. En esencia, si bien coincido en que el acuerdo de desechamiento debe confirmarse, considero que la razón no es la falta de legitimación del PAN para presentar la denuncia, sino la inoperancia de los agravios para controvertir el acuerdo impugnado.



9. En primer término, estimo que el PAN tiene legitimación para denunciar la indebida difusión de propaganda electoral por la inclusión de la identificación gráfica de medios de comunicación en el promocional denunciado en el contexto de pautas autorizadas en radio y televisión.
10. Contrario a lo que sostiene la ejecutoria, en mi opinión, el PAN si tiene legitimación para presentar la denuncia por el posible uso indebido de la pauta de campaña federal por la difusión de marcas comerciales de Movimiento Ciudadano en el spot denunciado, lo cual podría actualizar la hipótesis prevista en el artículo 470, párrafo 1, incisos a) y b) de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales²⁸.
11. Ello es así, en primer término, porque conforme al artículo 465 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, cualquier persona puede presentar quejas o denuncias por presuntas violaciones a la normatividad electoral ante los órganos centrales o desconcentrados del Instituto o ante el Organismo Público Local, a través de sus legítimos representantes tratándose de las personas morales o por propio derecho, si se trata de personas físicas, por escrito, en forma oral o por medios de comunicación electrónicos cumpliendo diversos requisitos.
12. En segundo término, porque la denuncia del PAN reside totalmente en que Movimiento Ciudadano a través de las prerrogativas de televisión exclusivas para contenido político y/o electoral, incluyó marcas de medios de comunicación²⁹; sin que se advierta en los motivos de inconformidad de la

²⁸ "Artículo 470.

1. Dentro de los procesos electorales, la Secretaría Ejecutiva del Instituto, por conducto de la Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral, instruirá el procedimiento especial establecido por el presente Capítulo, cuando se denuncie la comisión de conductas que:

a) **Violen lo establecido en la Base III del artículo 41 o en el octavo párrafo del artículo 134 de la Constitución;**

b) **Contravengan las normas sobre propaganda política o electoral, o**

c) Constituyan actos anticipados de precampaña o campaña.

(...).

²⁹ El recurso de apelación **SUP-RAP-139/2013**, inició con la denuncia que el PRI presentó en contra del PAN, por el posible uso indebido de su prerrogativa constitucional de acceso a tiempos en radio y televisión, derivado de la transmisión de un promocional televisivo y un spot en sus versiones de radio y

SUP-REP-284/2024

denuncia, que el PAN sostenga que los emblemas de medios noticiosos en la propaganda emitida por el partido político se están utilizando en un contexto distinto a la noticia, sin autorización de la persona moral o de manera descontextualizada.

13. En todo caso, las personas morales que ejercen el periodismo involucradas en la propaganda —*Forbes, El Financiero, El País, Animal Político y Por Esto!*—, pueden concurrir ante la autoridad administrativa electoral a presentar una queja por la inclusión de su imagen, emblema o logo en la propaganda partidista, si consideran que fue empleado en un contexto distinto a la noticia; pues lo resuelto en la denuncia presentada por el PAN no agota su derecho de acción o de impugnación.
14. Salvado el tema de la legitimación del partido denunciante, considero que el acto controvertido debe confirmarse, por la inoperancia de los agravios, al no controvertir frontalmente las consideraciones de la responsable para sostener que, de un análisis preliminar, no hay elementos que conduzcan a estimar que el spot denunciado pueda actualizar violación en materia de propaganda político-electoral.
15. En efecto, los agravios del recurrente dejan de controvertir que las marcas se presentaron en el spot como apoyo para sustentar la crítica que MC realizaba respecto de la designación de embajadores y/o cónsules respecto de exgobernadores priistas, así como la postulación por parte de Morena de personas que, en el pasado, militaron en el Partido Revolucionario Institucional, para luego presentar a MC como una alternativa a lo que llama *la vieja política*.

televisión, en los cuales, **en su concepto, ilegalmente se promocionaba a las empresas automotrices Audi y Volkswagen.**

En ese mismo sentido, en la sentencia dictada en el diverso recurso de revisión del procedimiento especial sancionador **SUP-REP-447/2015**, se confirmó la resolución dictada por la Sala Especializada que determinó inexistente la indebida utilización de la pauta de televisión, derivado de una denuncia presentada por el PRI en contra de Movimiento Ciudadano y de quien fuera su candidato a presidente municipal de Guadalajara, Jalisco, por utilizar de manera indebida la pauta de televisión, al aludir en el promocional denunciado a los logros durante su gestión como Presidente Municipal del diverso Ayuntamiento de Tlajomulco y **hacer publicidad a la empresa privada *Volaris*.**



16. En ese sentido, para mí, el recurrente no acredita que exista algún elemento que condujera a la autoridad electoral a concluir que el material cuestionado estuviera dirigido a promocionar las marcas, o que el contenido del promocional, no se encontraba dirigido a formular una crítica a Claudia Sheinbaum Pardo, sustentada, entre otros elementos, en notas de los medios de comunicación señalados; de ahí la inoperancia de los agravios.

Conclusión

17. Con base en las razones expuestas, estimo que lo procedente si es **confirmar** el acuerdo impugnado, sin embargo, como se establece en el presente voto, la razón es la inoperancia de los agravios para controvertirlo, y no la falta de legitimación del PAN para presentar la denuncia.

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