

RECURSOS DE APELACIÓN

EXPEDIENTES: SCM-RAP-131/2024
Y SCM-RAP-133/2024
ACUMULADOS

RECURRENTES:
MORENA Y JAVIER JOAQUÍN
LÓPEZ CASARÍN

AUTORIDAD RESPONSABLE:
CONSEJO GENERAL DEL
INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL

MAGISTRADO:
JOSÉ LUIS CEBALLOS DAZA

SECRETARIO:
OMAR ENRIQUE ALBERTO
HINOJOSA OCHOA

Ciudad de México, a treinta de enero de dos mil veinticinco.

La Sala Regional Ciudad de México del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, en sesión pública **revoca parcialmente**, en lo que fue materia de impugnación, el Acuerdo INE/CG2276/2024, emitido en cumplimiento a la sentencia de esta Sala Regional, recaída a los recursos de apelación SCM-RAP-110/2024, SCM-RAP-112/2024, SCM-RAP-117/2024 y SCM-RAP-119/2024 acumulados, conforme a lo siguiente.

ÍNDICE

GLOSARIO.....	2
ANTECEDENTES	3
RAZONES Y FUNDAMENTOS.....	5
PRIMERA. Jurisdicción y competencia	5
SEGUNDA. Acumulación.	6
TERCERA. Requisitos de procedencia.....	7
CUARTA. Controversia y metodología de estudio.	9

QUINTA. Estudio de fondo.....10

PRIMER TEMA.....10

SEGUNDO TEMA20

TERCER TEMA.....26

CUARTO TEMA52

RESUELVE54

VOTO PARTICULAR QUE FORMULA EL MAGISTRADO EN
FUNCIONES LUIS ENRIQUE RIVERO CARRERA, RESPECTO DE
LA SENTENCIA DICTADA LOS RECURSOS DE APELACIÓN SCM-
RAP-131/2024 Y ACUMULADO55

GLOSARIO

Acto impugnado o nueva resolución	ACUERDO INE/CG2276/2024 DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL POR EL QUE SE DA CUMPLIMIENTO A LA SENTENCIA DE LA SALA REGIONAL CIUDAD DE MÉXICO DEL TRIBUNAL ELECTORAL DEL PODER JUDICIAL DE LA FEDERACIÓN, RECAÍDA AL RECURSO DE APELACIÓN IDENTIFICADO CON EL NÚMERO DE EXPEDIENTE SCM-RAP-110/2024 Y ACUMULADOS.
Alcaldía	Alcaldía Álvaro Obregón, en la Ciudad de México
Autoridad responsable, autoridad fiscalizadora o Consejo General	Consejo General del Instituto Nacional Electoral
Coalición	Coalición integrada por los partidos políticos MORENA, del Trabajo y Verde Ecologista de México.
Constitución	Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
INE	Instituto Nacional Electoral
Ley de Medios	Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral
Ley de Partidos	Ley General de Partidos Políticos
Ley Electoral	Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales
MORENA	Partido político nacional MORENA
PAN	Partido Acción Nacional
Recurrentes	MORENA y Javier Joaquín López Casarín.

Reglamento de Fiscalización	Reglamento de Fiscalización del Instituto Nacional Electoral
Resolución revocada o primera resolución	Resolución INE/CG2205/2024 del Consejo General del Instituto Nacional Electoral, respecto del procedimiento administrativo sancionador de queja en materia de fiscalización, INE/Q-COF-UTF/1555/2024/CDMX, integrado contra los partidos políticos del Trabajo, Verde Ecologista de México y MORENA, integrantes de la otrora candidatura común "Seguiremos Haciendo Historia en la Ciudad de México", así como su entonces candidato a la alcaldía Álvaro Obregón, Javier Joaquín López Casarín, en el marco del proceso electoral local 2023-2024
SIF / Sistema	Sistema Integral de Fiscalización
Sentencia RAP 110	Sentencia dictada el veinticinco de septiembre de dos mil veinticuatro, por la Sala Regional Ciudad de México, en los recursos de apelación SCM-RAP-110/2024 y acumulados, que revocó parcialmente la resolución INE/CG2205/2024, emitida por el Consejo General del Instituto Nacional Electoral

ANTECEDENTES

1. Resolución INE/CG2205/2024. El cinco de septiembre de dos mil veinticuatro¹, el Consejo General emitió una resolución relacionada con el procedimiento administrativo sancionador en materia de fiscalización INE/Q-COF-UTF/1555/2024/CDMX, en la que, por una parte, estimó infundados diversos planteamientos y, por otra parte, sancionó a los partidos que integraban la Coalición.

2. Primera cadena impugnativa.

2.1. Demandas. En su oportunidad, el PAN y los recurrentes promovieron recursos de apelación a fin de inconformarse de la resolución INE/CG2205/2024, demandas que motivaron la

¹ En lo sucesivo, todas las fechas se entenderán del año dos mil veinticuatro, salvo precisión expresa de otro año.

formación de los expedientes SCM-RAP-110/2024, SCM-RAP-112/2024, SCM-RAP-117/2024 y SCM-RAP-119/2024.

2.2. Sentencia. El veinticinco de septiembre, esta Sala Regional emitió la sentencia RAP 110, en la que, entre otras cosas, **revocó parcialmente** la resolución INE/CG2205/2024.

2.3. Nueva resolución. El veintinueve de septiembre, el Consejo General -en cumplimiento a la sentencia RAP 110, emitió el acto impugnado.

3. Segunda cadena impugnativa.

3.1. Demanda del SCM-RAP-131/2024. Inconforme con el acto impugnado, el treinta de septiembre, MORENA interpuso recurso de apelación ante la autoridad responsable, el cual fue remitido a la Sala Superior integrándose el expediente SUP-RAP-497/2024.

3.2. Acuerdo Plenario. Por acuerdo plenario de cinco de octubre, la Sala Superior determinó fijar la competencia de esta Sala Regional para conocer y resolver el recurso de apelación aludido.

3.3. Recepción y turno. Recibidas las constancias por esta Sala Regional, se formó el expediente **SCM-RAP-131/2024**, el cual fue turnado a la ponencia a cargo del magistrado José Luis Ceballos Daza.

3.4. Demanda del SCM-RAP-133/2024. El cuatro de octubre, Javier Joaquín López Casarín interpuso recurso de apelación en contra del acto impugnado, el cual fue remitido a esta Sala Regional integrándose el expediente **SCM-RAP-133/2024**,



mismo que fue turnado a la ponencia a cargo del magistrado José Luis Ceballos Daza.

3.5. Instrucción. En su oportunidad, el magistrado instructor radicó los medios de impugnación, realizó diversos requerimientos, admitió las demandas y cerró instrucción en ambos recursos.

RAZONES Y FUNDAMENTOS

PRIMERA. Jurisdicción y competencia

Esta Sala Regional es competente para conocer y resolver los presentes recursos ya que fueron interpuestos por un partido político nacional y una persona con el carácter de entonces candidato a la Alcaldía y denunciado, para controvertir una resolución en materia de fiscalización emitida por el Consejo General del INE, en el marco del proceso electoral ordinario 2023-2024 en la Ciudad de México; supuesto de competencia de esta Sala Regional y entidad federativa en la que ejerce jurisdicción de conformidad con:

- **Constitución:** Artículos 41, base VI, y 99, párrafo cuarto, fracciones III y VIII.
- **Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación:** Artículos 164, 165, 166, fracción III, inciso a) y g), 173, párrafo primero, y 176, fracción I².

² Esto, en el entendido de que este juicio se rige por Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación vigente al momento de la presentación de la demanda en términos del criterio orientador establecido en las tesis **VI.2o. J/140, I.8o.C. J/1 y XVI.2o.1 K** -todas de Tribunales Colegiados de Circuito- de rubros **RETROACTIVIDAD DE LAS LEYES PROCESALES. NO EXISTE POR REGLA GENERAL, RETROACTIVIDAD DE LAS NORMAS PROCESALES y RETROACTIVIDAD DE LAS LEYES DE PROCEDIMIENTOS**, consultables en el Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta -respectivamente- en el tomo VIII, julio de 1998 (mil novecientos noventa y ocho), página 308; tomo V, abril de 1997 (mil novecientos noventa y siete), página 178; y tomo II, agosto de 1995 (mil

- **Ley de Medios:** Artículos 3, párrafo segundo, inciso b); 40, párrafo primero, inciso b) y 44, párrafo primero, inciso b).
- **Ley General de Partidos Políticos:** Artículo 82.1
- **Acuerdo General 1/2017** emitido por la Sala Superior³, que ordena la delegación de asuntos de su competencia, para su resolución a las salas regionales, cuando se interpongan contra actos o resoluciones de los órganos centrales del INE, en materia de fiscalización, relacionados con informes presentados por los partidos políticos nacionales con registro estatal.
- **Acuerdo INE/CG130/2023** aprobado por el Consejo General que establece el ámbito territorial de cada una de las cinco circunscripciones plurinominales y su ciudad cabecera.
- **Acuerdo SUP-RAP-497/2024** emitido por la Sala Superior el cinco de octubre, en el que determinó la competencia de esta Sala Regional para conocer y resolver el recurso de apelación interpuesto por MORENA.

SEGUNDA. Acumulación.

Del análisis de las demandas, esta Sala Regional advierte que existe conexidad en la causa, pues el partido y persona ciudadana actora controvierten, en esencia, el mismo acto impugnado y señalan a la misma autoridad responsable.

En esas condiciones, con la finalidad de no dividir la continencia de la causa, evitar la emisión de sentencias contradictorias y en atención a los principios de economía y celeridad procesal, lo procedente es acumular el expediente **SCM-RAP-133/2024** al

novecientos noventa y cinco), página 614. Con los siguientes registros digitales: 195906, 198940 y 204646.

³ Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 16 (dieciséis) de marzo de 2017 (dos mil diecisiete).



TRIBUNAL ELECTORAL
del Poder Judicial de la Federación

SALA REGIONAL
CIUDAD DE MÉXICO

SCM-RAP-131/2024
Y ACUMULADO

diverso **SCM-RAP-131/2024**, por ser éste el primero en recibirse en esta Sala Regional.

Lo anterior, con fundamento en lo dispuesto en los artículos 180, fracción XI, de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación⁴; 31, de la Ley de Medios; y, 79 y 80, párrafo 3, del Reglamento Interno del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.

En consecuencia, deberá agregarse copia certificada de esta resolución al expediente acumulado.

Asimismo, es necesario precisar que la acumulación de estos medios de impugnación no genera la adquisición procesal de las pretensiones en favor de las partes de uno u otro expediente, por lo que a cada parte le corresponde expresar los argumentos que justifiquen y demuestren sus afirmaciones de conformidad con el artículo 15, párrafo 2, de la Ley de Medios.

Ello con base en la jurisprudencia 2/2004 de la Sala Superior de rubro **ACUMULACIÓN. NO CONFIGURA LA ADQUISICIÓN PROCESAL DE LAS PRETENSIONES**⁵.

TERCERA. Requisitos de procedencia.

⁴ Esto, en el entendido de que este juicio se rige por Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación vigente al momento de la presentación de la demanda en términos del criterio orientador establecido en las tesis **VI.2o. J/140, I.8o.C. J/1 y XVI.2o.1 K** -todas de Tribunales Colegiados de Circuito- de rubros **RETROACTIVIDAD DE LAS LEYES PROCESALES. NO EXISTE POR REGLA GENERAL, RETROACTIVIDAD DE LAS NORMAS PROCESALES y RETROACTIVIDAD DE LAS LEYES DE PROCEDIMIENTOS**, consultables en el Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta -respectivamente- en el tomo VIII, julio de 1998 (mil novecientos noventa y ocho), página 308; tomo V, abril de 1997 (mil novecientos noventa y siete), página 178; y tomo II, agosto de 1995 (mil novecientos noventa y cinco), página 614. Con los siguientes registros digitales: 195906, 198940 y 204646.

⁵ Consultable en Jurisprudencia y Tesis Relevantes 1997-2005. Compilación Oficial, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, páginas 20 y 21.

Los recursos reúnen los requisitos previstos en los artículos 7, 8 párrafo 1; 9, párrafo 1; 40, párrafo 1, inciso b) y 45, párrafo 1, inciso b), de la Ley de Medios, conforme a lo siguiente:

1. Forma. La parte recurrente presentó sus escritos de impugnación ante la autoridad responsable, hicieron constar sus nombres y firmas autógrafas -por cuanto hace a MORENA a través de su representante-, señalaron domicilio para recibir notificaciones, identificaron el acto impugnado, expusieron hechos, agravios y ofrecieron pruebas.

2. Oportunidad. Los recursos fueron presentados en el plazo de cuatro días que refiere el artículo 8, párrafo 1, de la Ley de Medios.

Lo anterior, al advertirse que el acto impugnado fue aprobado en sesión extraordinaria del Consejo General el veintinueve de septiembre y MORENA presentó el escrito de interposición el treinta de septiembre siguiente, por lo que es evidente su oportunidad.

Ahora bien, por cuanto hace a Javier Joaquín López Casarín, el Acuerdo impugnado le fue notificado el treinta de septiembre y presentó el escrito de interposición el cuatro de octubre siguiente, por lo que fue oportuna la presentación de su recurso de apelación.

3. Legitimación y personería. Los recurrentes tienen legitimación, pues quienes actúan es un partido político nacional, así como una persona ciudadana otrora candidata a la Alcaldía, que cuentan con la facultad para interponerlos de conformidad con los artículos 13 párrafo 1 inciso a) fracción I y 45 párrafo 1 inciso b) fracciones I y II de la Ley de Medios.



Por su parte, quien suscribe la demanda en nombre de MORENA es su representante propietario ante el Consejo General quien tiene personería suficiente para comparecer en su nombre, lo que fue reconocido por la propia autoridad responsable al rendir su informe circunstanciado⁶.

4. Interés jurídico. Los recurrentes tienen interés jurídico para interponer estos recursos, porque controvierten la nueva resolución -emitida en cumplimiento a la sentencia RAP 110, en la que fueron parte- al considerar que el nuevo análisis es contrario a derecho debido a que, entre otras cosas, carece de una debida fundamentación y motivación.

5. Definitividad. El requisito está satisfecho, pues la norma electoral no prevé algún recurso o medio de impugnación que deba ser agotado antes de acudir a esta instancia para controvertir el Acuerdo impugnado.

CUARTA. Controversia y metodología de estudio.

Controversia

La controversia en los presentes recursos consiste en determinar si el acto impugnado se encuentra fundado y motivado y con base en ello, si debe ser confirmado o si procede su modificación o revocación.

Metodología

Esta Sala Regional analizará los agravios expuestos por los recurrentes atendiendo a los siguientes temas:

⁶ Como se advierte en el expediente del recurso de apelación SCM-RAP-131/2024.

1. Se valoraron más videos que los ordenados mediante la sentencia RAP 110.
2. Fue indebida la determinación del costo del pautaado de videos (SCM-RAP-133/2024).
3. Deficiente motivación en el análisis de videos, por arribar a la conclusión de que contenían edición o producción profesionales.
4. Solicitud de *Non reformatio in peius* (prohibición de modificación en perjuicio).

QUINTA. Estudio de fondo.

PRIMER TEMA. Valoración de más videos que los ordenados mediante la sentencia RAP 110 (agravio contenido en la demanda del recurso de apelación SCM-RAP-133/2024).

Javier Joaquín López Casarín (parte recurrente del medio de impugnación SCM-RAP-133/2024) considera que en el apartado tres de la resolución, denominado “Alcances del cumplimiento”, la autoridad fiscalizadora, *indebidamente señaló* que solamente procedería a determinar el valor del pautaado de 219 (doscientas diecinueve) publicaciones realizadas en la red social Facebook y los promocionales de los que se advirtió edición y/o producción, así como la sanción impuesta.

Sin embargo, en lugar de solamente determinar el valor de las aludidas publicaciones, realizó la determinación del costo de 239 (doscientos treinta y nueve) casos, cuyo valor se basó en el más alto que se obtuvo de la biblioteca de anuncios, excediéndose respecto de veinte pautas que no fueron materia de revocación en la sentencia RAP 110.

Desde su punto de vista, tanto la cantidad determinada como el costo de las 239 (doscientos treinta y nueve) pautas es indebido,



ya que solamente debió determinar el valor de 219 (doscientas diecinueve).

Por tanto, estima que se debe ordenar al Consejo General corregir la cantidad y descontar la correspondiente a las 20 (veinte) pautas adicionales calculadas indebidamente, así como reindividualizar la sanción, reduciéndola a fin de que se calcule a partir del costo de 219 (doscientos diecinueve) promocionales.

A fin de dar respuesta a los agravios expuestos, conviene realizar un contraste entre lo determinado en la resolución revocada y la nueva resolución, lo anterior, a fin de dilucidar si en la nueva resolución se llevaron a cabo actos que superaron a lo ordenado en la sentencia RAP 110.

Al respecto, en la resolución revocada, se analizaron los argumentos por los que el PAN, mediante un escrito de queja y su respectiva ampliación, denunció a, entre otros, los recurrentes, por concepto de la omisión de reportar el pautaado de diversos anuncios.

Así, tanto en la resolución revocada como en la nueva resolución se estableció, en lo que interesa, lo siguiente:

“(…)

Ahora bien, se tienen como conceptos denunciados tanto la publicidad en redes sociales (pautado) como la edición-producción de los materiales audiovisuales difundidos mediante la pauta, en este sentido se tiene que, de los **241** conceptos denunciados que constituyen propaganda susceptible de ser gasto de campaña:

- a. Se acreditó el gasto por concepto de **pautado y edición**, respecto de **149** conceptos que no fueron registrados en el SIF.
- b. Se acreditó el gasto por concepto de **pautado** de **90** conceptos que no fueron registrados en el SIF.

**SCM-RAP-131/2024
Y ACUMULADO**

c. Se acreditó el gasto por concepto de **diseño y edición de publicaciones** de **2** conceptos que no fueron registrados en el SIF.

Se precisa que, si bien se acreditó el gasto por la edición y producción de publicaciones y videos, existen réplicas en diversos sitios, por lo que no es dable considerar un gasto por cada publicación o video.

(...)

Así, adminiculando los indicios con los que cuenta esta autoridad, en especial la información y documentación proporcionada por la Dirección del Secretariado, la Dirección de Auditoría, así como la obtenida en el Sistema Integral de Fiscalización y la aportada por los sujetos incoados, por lo que hace a las rutas electrónicas materia de análisis del presente apartado, se advierte lo siguiente:

- Que el partido Morena y Javier Joaquín López Casarín reconocieron gastos por concepto de publicidad en la cuenta o perfil Unidos por la Transformación.
- Que la cuenta o perfil Unidos por la Transformación comparte administradores con las otras cuentas o perfiles denunciados.
- Que existió difusión de mensajes que no se encuentran amparados en la libertad de expresión y que por sus características constituyen propaganda, mismos que generaron un pago por concepto de pauta.
- Que la difusión de mensajes cuando existe un llamado al voto y trae aparejado pago por concepto de pauta excluye cualquier elemento orgánico y espontáneo.
- Que el arte de la propaganda denunciada permite a esta autoridad advertir que se trata de propaganda de campaña en el marco del Proceso Electoral Local Ordinario 2023-2024 en la Ciudad de México, en beneficio del otrora candidato común a Titular de la Alcaldía Álvaro Obregón, Javier Joaquín López Casarín.

Por lo anterior, esta autoridad concluye que los sujetos incoados **fueron omisos en reportar ante la autoridad fiscalizadora 149 rutas electrónicas pautadas con diseño, edición o producción de imagen o video; 90 rutas electrónicas solo con pauta y 2 rutas electrónicas únicamente por la edición o producción**; lo que se traduce en una omisión en materia de fiscalización por parte de los sujetos en el marco de los informes de ingresos y gastos de campaña durante el Proceso Electoral Local Ordinario 2023-2024, en la Ciudad de México.

En consecuencia, derivado de las consideraciones fácticas y normativas expuestas, este Consejo General advierte que se vulneró lo dispuesto en los artículos 79, numeral 1, inciso a), fracción I de la Ley General de Partidos Políticos; y 127 del Reglamento de Fiscalización, derivado de lo cual el procedimiento de mérito se declara fundado, respecto a los hechos objeto de análisis en el presente apartado.



(...)"

En ese sentido, tanto en la resolución revocada como en la nueva resolución, en un primer momento, se determinó que los sujetos denunciados, incluidos los recurrentes, fueron omisos en reportar ante la autoridad fiscalizadora lo siguiente:

- 149 (ciento cuarenta y nueve) rutas electrónicas pautadas con diseño, edición o producción de imagen o video y
- 90 (noventa) rutas electrónicas solo con pautado

Ahora, **en la resolución revocada** se estableció que para determinar o cuantificar el monto que representa el beneficio generado a la campaña por concepto de pautas pagadas mediante Facebook y por diseño, edición y producción de publicaciones o videos, se seguiría el procedimiento siguiente:

“Para efectos de cuantificar el costo de los ingresos y gastos no reportados por el sujeto obligado relacionados con publicidad pautada o pagada en la red social de Facebook se utilizó la información presentada por el proveedor de plataforma digital en respuesta a las solicitudes de información, proporcionada de forma directa o bien, a través de la información disponible en la página de transparencia (biblioteca de anuncios de Facebook) sólo en dos casos en los que Facebook no proporcionó información.

(...)

A. Pautado.

En virtud de la omisión de reportar egresos por conceptos de publicidad pautada en la red social Facebook por parte del sujeto obligado, esta autoridad electoral llevó a cabo un análisis exhaustivo y detallado con el fin de determinar los costos asociados a dichos egresos no reportados. Para ello, se empleó la siguiente metodología:

1. Solicitud de Información a Facebook:

Inicialmente, se solicitó información directa al proveedor de la plataforma digital Facebook, quien remitió datos precisos sobre los pagos realizados por el sujeto obligado para cada anuncio pautado en dicha plataforma. Esta información se recibió de manera directa y contenía el monto exacto pagado por cada pauta publicitaria.

**SCM-RAP-131/2024
Y ACUMULADO**

2. Información obtenida de la Biblioteca de Anuncios de Facebook de acuerdo con cada una de las URL en cuestión:

En aquellos casos donde Facebook no proporcionó información específica, se recurrió a la consulta de la URL la cual remite a la biblioteca de anuncios de Facebook. A partir de esta fuente, se obtuvo el intervalo de precios, es decir, el monto mínimo y el monto máximo pagado por cada anuncio. Para efectos de esta determinación, se tomó como referencia el precio más alto de dicho intervalo.

3. Con base en la información recabada de ambas fuentes, se realizó la determinación del costo, de la siguiente manera:

a) De 239 casos (obtenidos de los 149 cuya omisión fue total y 90 cuya omisión solo fue por cuanto al pagado):

- a. La cuantificación de 219 se basó en el monto exacto informado por Facebook (mismo que ascendió a \$277,185.39 (doscientos setenta y siete mil ciento ochenta y cinco pesos 39/100 M.N.);
- b. La cuantificación de 20 se basó en el monto más alto que se obtuvo de la biblioteca de anuncios, debido a que Facebook no proporcionó información (mismo que ascendió a \$32,592.00 (treinta y dos mil quinientos noventa y dos pesos 00/100 M.N.).

4. Cuantificación del Costo Total: Se sumaron los montos exactos proporcionados por Facebook y, en el segundo caso, los montos máximos obtenidos de la biblioteca de anuncios. Este procedimiento permitió obtener una cuantificación precisa del costo total de los gastos no reportados por el sujeto obligado.

Lo anterior da como monto total, la cantidad de: \$309,777.39 (trescientos nueve mil setecientos setenta y siete pesos 39/100 M.N.).”

Como se observa, en la resolución revocada se estableció que se debía cuantificar el beneficio obtenido de 239 (doscientos treinta y nueve) promocionales, en los que, por lo que hace a 149 (ciento cuarenta y nueve), los sujetos obligados omitieron reportar tanto su pagado con diseño, edición o producción de imagen o video, mientras que en 90 (noventa) de ellos solo su pagado.

Asimismo, en esa resolución se determinó que la cuantificación de 219 (doscientos diecinueve) promocionales se basó en el monto exacto informado por Facebook, mientras que de los 20



(veinte) restantes se basó en el monto más alto que se obtuvo de la biblioteca de anuncios, plataforma pública de información proporcionada por la propia red social Facebook.

Lo anterior, en virtud que dicha empresa no proporcionó información específica del costo del pautado.

Al respecto, en la sentencia RAP 110, se determinó, con base en el monto exacto informado por Facebook y concretamente respecto de 219 (doscientos diecinueve) promocionales, lo siguiente:

X. Matriz de precios y determinación de costos sobre el pautado

(...)

A. Análisis sobre determinación de costo de 219 promocionales

(...)

En el caso, si bien se ha aceptado válido que el Consejo General del INE determine los costos de promocionales a partir de la información que le es proporcionada directamente por Facebook, en la especie, como lo refiere el PAN en su demanda, no puede dejarse de señalar que, en el presente asunto, la documentación remitida por la referida plataforma digital no fue acompañada de los elementos o soportes probatorios suficientes para acreditar, con exactitud, el monto pagado por cada pauta publicitaria.

Ello es así, pues de las constancias de los expedientes se puede observar que la información brindada por Facebook únicamente se limitó a proporcionar informes que indicaban detalles como el ID de los anuncios, las fechas de inicio y fin, los costos totales, la forma de pago y los datos de la persona cuenta-habiente; pero de ninguna manera se incluyeron los soportes documentales que permitieran a la autoridad fiscalizadora corroborar con total certeza los precios de cada promocional (tales como contratos o comprobantes que explicaran el razonamiento detrás de cada precio) o que indicaran las condiciones particulares que pudieron influir en la fijación de los costos publicitarios (como el alcance geográfico, el público al que se dirigieron o las métricas de rendimiento de los anuncios).

A consideración de esta Sala Regional, tal situación generó que la resolución impugnada se basara en información insuficiente para respaldar con solidez la determinación sobre los costos de

cada uno de los mencionados promocionales, lo que implica que la determinación emitida al respecto por la autoridad responsable **carezca de una correcta fundamentación y motivación.**

Por ende, lo procedente será **revocar parcialmente** la resolución impugnada en lo relativo a los costos de los 219 (doscientas diecinueve) promocionales mencionados.”

(...)

SÉPTIMA. Efectos de la sentencia

Al resultar parcialmente fundado el agravio del PAN, relacionado con la determinación del valor del pautaado de 219 (doscientas diecinueve) publicaciones en redes sociales, esta Sala Regional determina **revocar parcialmente** la resolución impugnada para los siguientes efectos:

1. La revocación solo tiene efecto sobre el valor que se determinó respecto de 219 (doscientas diecinueve) publicaciones en redes sociales, que fue informado por Facebook;
2. Se ordena a la autoridad responsable que emita una nueva resolución fundada y motivada por la que, mediante reportes, elementos o soportes adecuados, contenidos en la plataforma de Facebook denominada “Biblioteca de anuncios”, determine el valor del pautaado de las 219 (doscientas diecinueve) publicaciones en redes sociales, sin que sea válido que tome en cuenta solamente la información que en su momento le otorgó Facebook.
3. A partir de dichos elementos, deberá hacer una nueva valoración del costo del pautaado en redes sociales.

(...)”

Como se advierte, en la sentencia RAP 110, se determinó que fue indebido que el Consejo General determinara el valor del pautaado de 219 (doscientos diecinueve) promocionales a partir de información remitida por Facebook; por tanto, se estableció que la cuantificación de dichos conceptos debían obtenerse mediante reportes, elementos o soportes adecuados, contenidos en la plataforma de Facebook denominada “Biblioteca de anuncios”.

Por otro lado, en la sentencia RAP 110, se determinó, en lo tocante a la cuantificación de 20 (veinte) promocionales basada



TRIBUNAL ELECTORAL
del Poder Judicial de la Federación

SALA REGIONAL
CIUDAD DE MÉXICO

SCM-RAP-131/2024
Y ACUMULADO

en información contenida en la biblioteca de anuncios de Facebook, lo siguiente:

“B. Determinación del costo de 20 promocionales.

En consideración de esta Sala Regional, **fue correcto que la autoridad responsable utilizara como parámetro el rango de precios** que se hizo constar de la Biblioteca de anuncios.

Por tanto, se estima **infundado** el agravio del PAN relativo a que debió acudirse de manera automática a lo establecido en el artículo 27 del Reglamento de Fiscalización.

(...)”

Como se ha evidenciado, en la sentencia RAP 110, se determinó lo siguiente en relación con la cuantificación del valor en el pautado de 239 (doscientos treinta y nueve) promocionales alojados en Facebook:

- Respecto de 219 (dos mil diecinueve), se estableció que la autoridad responsable debió utilizar como parámetro para obtener su valor, la información contenida en la plataforma de la biblioteca de anuncios de la propia red social.
- En lo tocante a 20 (veinte), se resolvió establecer que fue correcto que el CG se basara en la biblioteca de anuncios de Facebook para determinar su valor.

Ahora, en la nueva resolución, se determinó lo siguiente:

5. Determinación del monto que representa el beneficio generado a la campaña.

(...)

Así, en materia de origen, monto, destino y aplicación de los recursos de los partidos políticos, se tienen elementos que generan certeza en esta autoridad de que existieron egresos no registrados que generaron un beneficio a la campaña, por concepto de **pautas pagadas mediante Facebook y por diseño, edición y producción de publicaciones o videos.**

SCM-RAP-131/2024 Y ACUMULADO

Para efectos de cuantificar el costo de los ingresos y gastos no reportados por el sujeto obligado relacionados con publicidad pautaada o pagada en la red social Facebook se utilizó la información disponible en la página de transparencia (Biblioteca de anuncios) con sus valores más altos.

A. Pautado.

En virtud de la omisión de reportar egresos por conceptos de publicidad pautaada en la red social Facebook por parte del sujeto obligado, esta autoridad electoral llevó a cabo un análisis exhaustivo y detallado con el fin de determinar los costos asociados a dichos egresos no reportados. Para ello, se empleó la siguiente metodología:

1. Solicitud de Información a Facebook:

Inicialmente, se solicitó información directa al proveedor de la plataforma digital Facebook, quien remitió datos precisos sobre los pagos realizados por el sujeto obligado para cada anuncio pautaado en dicha plataforma. Esta información se recibió de manera directa y contenía el monto exacto pagado por cada pauta publicitaria, no obstante, resultó insuficiente para tener por acreditado el importe pagado, toda vez que se acompañó de la documentación soporte que acreditara los montos de los costos correspondientes.

2. Información obtenida de la Biblioteca de Anuncios de Facebook de acuerdo con cada una de las URL en cuestión:

Por lo anterior, se recurrió a la consulta de la URL la cual remite a la biblioteca de anuncios de Facebook. A partir de esta fuente, se obtuvo el intervalo de precios, es decir, el monto mínimo y el monto máximo pagado por cada anuncio. Para efectos de esta determinación, se tomó como referencia el precio más alto de dicho intervalo.

3. Con base en lo anterior, se realizó la determinación del costo, de los **239** casos se basó en el monto más alto que se obtuvo de la Biblioteca de anuncios, se precisa que respecto de 20 anuncios la Sala Ciudad de México dejó intocado anuncios por pauta mismo que se encuentran identificados en el anexo 1 de la presente resolución, sin embargo para claridad en la presente resolución, únicamente se hace referencia a los mismos de forma enunciativa, sin que respecto a esos 20 se haga modificación alguna.

Lo anterior, debido a que Facebook no proporcionó información o se careció de soporte documental para acreditar los montos correspondientes, conforme a lo siguiente:

La **columna M** del Anexo 1 de la presente Resolución contiene los montos máximos localizados en la Biblioteca de anuncios de Facebook, respecto de los **219** casos en que la Sala Ciudad de México mandató considerar los soportes contenidos en dicha plataforma para determinar el costo del pautaado por cada uno de los URL referenciados en su **columna C**.



TRIBUNAL ELECTORAL
del Poder Judicial de la Federación

SALA REGIONAL
CIUDAD DE MÉXICO

SCM-RAP-131/2024
Y ACUMULADO

Por otra parte, la **columna N** del Anexo en comento, refiere los **20** casos en los que la Sala Ciudad de México consideró correcta la determinación del costo, a partir de la información que se reportó en la Biblioteca de anuncios para cada elemento publicitario, mismos que quedaron intocados en la determinación de la Sala Ciudad de México, **no obstante toda vez que desde la resolución primigenia se señaló un monto general por pautado y con la finalidad de tener certeza del monto a sancionar y cuantificar, se precisa el monto que corresponde a la pauta de 20 anuncios que se encuentran firmes.**

4. Cuantificación del Costo Total: Se sumaron los montos máximos obtenidos de la biblioteca de anuncios. Este procedimiento permitió obtener una cuantificación precisa del costo total de los gastos no reportados por el sujeto obligado.

Lo anterior da como monto total, la cantidad de **\$361,481.00 (trescientos sesenta y un mil cuatrocientos ochenta y un pesos 00/100 M.N.).**

(...)"

En razón de lo precisado con anterioridad, esta Sala Regional considera que el agravio en estudio deviene **infundado**.

Lo anterior, en razón de que Javier Joaquín López Casarín (parte recurrente del medio de impugnación SCM-RAP-133/2024), parte de la premisa errónea de que en la nueva resolución, el CG analizó 239 (doscientos treinta y nueve) pautas, en lugar de solamente las 219 (doscientas diecinueve) ordenadas mediante la sentencia RAP 110.

Esto, ya que si bien en el acto impugnado se cuantificaron 239 (doscientos treinta y nueve) pautas, lo cierto es que 20 (veinte) de estas permanecieron en similares términos a los analizados en la resolución revocada, y confirmadas mediante la sentencia RAP 110.

Lo anterior se advierte claramente cuando en la nueva resolución se indica que *"respecto de 20 anuncios la Sala Ciudad de México dejó intocado anuncios por pauta mismo que se encuentran identificados en el anexo 1 de la presente resolución,*

sin embargo para claridad en la presente resolución, únicamente se hace referencia a los mismos de forma enunciativa, sin que respecto a esos 20 se haga modificación alguna”.

Así, contrario a lo señalado por el recurrente, por lo que hace a la cuantificación del pautaado en la red social Facebook, la nueva resolución solamente se abocó a modificar el valor de 219 (doscientas diecinueve) pautas, de conformidad con lo ordenado en la sentencia RAP 110.

De ahí que el agravio sea **infundado**.

SEGUNDO TEMA. Indebida determinación del costo del pautaado de los videos (SCM-RAP-133/2024)

Javier Joaquín López Casarín (SCM-RAP-133/2024) refiere que el Consejo General omitió precisar el número de pautas en redes sociales analizadas y contabilizadas, la temporalidad de su difusión con relación a los periodos de precampaña o campaña, el área geográfica en donde se difundió cada pauta, su relevancia para la campaña en cuestión, el importe en que ascendió su valor, así como los criterios utilizados para determinar la cantidad en la que se fijó el costo por pauta, lo que trasgredió los principios de transparencia y equidad.

Asimismo, se duele de que, para la determinación del costo de las 239 (doscientas treinta y nueve) pautas, se haya tomado en cuenta el monto más alto advertido de la biblioteca de anuncios de Facebook, sin desglosar claramente cada pauta ni el monto exacto al que ascendió cada una.

En adición a lo anterior, el recurrente afirma que para determinar el valor de las pautas, el Consejo General debía basarse en



reportes, elementos o soportes adecuados contenidos en la plataforma de Facebook denominada “Biblioteca de Anuncios”, sin que fuera válido que tomara en cuenta solamente la información que en su momento le otorgó dicha red social.

Por tanto, señala que resultó indebido que la autoridad fiscalizadora, al cuantificar el costo de los *gastos no reportados*, haya sumado los montos exactos que proporcionó Facebook respecto al pautado de 219 (doscientas diecinueve) publicaciones, así como los máximos obtenidos de la biblioteca de anuncios de 20 (veinte) publicaciones; lo anterior, ya que, acorde al artículo 27, del Reglamento de Fiscalización, debió tomar en cuenta únicamente los costos más altos proporcionados por el mismo proveedor en lugar de concluir gastos sin un desarrollo argumentativo suficiente y adecuado.

En ese sentido, fue incorrecto que en veinte pautas se haya tomado en cuenta el valor más alto indicado en la Biblioteca de Anuncios de Facebook, pues dicho procedimiento no es el regulado en el artículo 27, del Reglamento de Fiscalización.

Así, indica que si en el caso, no era posible realizar una matriz de precios para determinar el costo de 20 (veinte) promocionales, debió adoptarse una medida o criterio más flexible, tomándose el menor o la media de los costos del rango que apareció en la biblioteca de anuncios.

Finalmente, el recurrente indica que la autoridad fiscalizadora no realizó las diligencias necesarias para llegarse de elementos suficientes para motivar sus decisiones.

Esta Sala Regional estima **inoperantes** los argumentos que se analizan, pues no resulta dable que la emisión del acto

impugnado sea considerada como una nueva oportunidad para combatir aspectos que, en su momento: **a)** fueron abordados y ratificados mediante la sentencia RAP 110; o en su defecto, **b)** que constituyen aspectos que fueron considerados por el CG desde la primer resolución y no fueron controvertidos dentro del plazo legal.

En el agravio en cuestión, el recurrente se duele de que el CG, al emitir el acto impugnado, omitiera o realizara lo siguiente:

- Omisión de precisar el número de pautas analizadas y contabilizadas.
- Omisión de señalar la temporalidad de la difusión de las pautas, el área geográfica en donde se difundieron y su relevancia para la campaña electoral.
- Omisión de señalar el importe al que ascendió el valor de cada pauta, así como los criterios utilizados en la fijación del costo de cada pauta.
- Tomara en cuenta el valor más alto de la biblioteca de anuncios de Facebook para determinar el costo de 239 (doscientos treinta y nueve) pautas, sin desglosar cada pauta ni el monto al que ascendió cada una, ni basarse en elementos o soportes adecuados, de conformidad con el artículo 27, del Reglamento de Fiscalización.
- Omisión de flexibilizar el procedimiento seguido para cuantificar el valor de las pautas, debiendo tomar en cuenta el valor menor o medio de los costos establecidos en el rango de precios que apareció en la biblioteca de anuncios.

Como se señaló en el análisis de la primer temática de agravios, esta Sala Regional, al emitir la sentencia RAP 110, ratificó que el CG, para la cuantificación del valor del pauta de los videos,



tomara en cuenta **el valor más alto señalado en la biblioteca de anuncios de Facebook**; por tanto, no resulta válido que los recurrentes se duelan de tal aspecto, pues se trata de una cuestión que ya ha sido convalidada por esta Sala Regional.

De ahí lo **inoperante** del disenso en cuestión.

Por otro lado, desde la resolución revocada se señaló claramente el número pautas cuya omisión de reporte se actualizó:

“(…)

Por lo anterior, esta autoridad concluye que los sujetos incoados **fueron omisos en reportar ante la autoridad fiscalizadora 149 rutas electrónicas pautadas con diseño, edición o producción de imagen o video; 90 rutas electrónicas solo con pautado y 2 rutas electrónicas únicamente por la edición o producción.**”

De ahí que también sea **inoperante** el argumento por el que los recurrentes señalan que el CG fue omiso en precisar el número de pautas analizadas y contabilizadas, pues, como se advierte, desde la primera resolución se precisó tal cuestión, aspecto que no fue controvertido oportunamente.

Finalmente, en lo tocante a que el CG dejó de precisar la temporalidad de la difusión de las pautas, así como el área geográfica en donde se difundieron y su relevancia para la campaña electoral, se advierte que desde la primera resolución, la autoridad responsable señaló lo siguiente⁷:

“(…)

Al respecto, se realizó un análisis pormenorizado del universo de direcciones electrónicas denunciadas a fin de advertir si se acreditaba la existencia de propaganda, por lo que en el Anexo

⁷ Lo que a continuación se transcribe también forma parte de la nueva resolución.

**SCM-RAP-131/2024
Y ACUMULADO**

3 de la presente Resolución se analizó si cumplían con todos y cada uno de los elementos siguientes:

a. Elemento personal: Que en el contexto del mensaje se adviertan voces, imágenes o símbolos que hagan plenamente identificable al sujeto o sujetos de que se trate; ello, puesto que la conducta reprochada es atribuible a la persona que busca la postulación y sus partidos postulantes, porque el bien jurídico que tutela la norma es la equidad en la contienda.

b. Temporalidad. Si fue difundido durante el periodo de campaña correspondiente, esto es entre el treinta y uno de marzo al veintinueve de mayo de dos mil veinticuatro.

c. Territorialidad. Si se acredita o no su difusión en Ciudad de México³³.

Adicionalmente se consideró el elemento subjetivo, para cuya actualización se requiere de manifestaciones explícitas; o bien, unívocas e inequívocas de apoyo o rechazo a una opción electoral; además, estas manifestaciones deben de trascender al conocimiento de la ciudadanía y que, al valorarse en su contexto, puedan afectar la equidad en la contienda electoral. Así con el análisis de los elementos poder dilucidar su finalidad esto es, si genera un beneficio a un partido político, coalición o candidato para obtener el voto ciudadano.

(...)

Así, del análisis realizado por la autoridad detallado en el **Anexo 1, Referencias 1 y 2**, se determinó que **241** elementos denunciados, constituyen propaganda susceptible de ser considerada gasto de campaña, toda vez que cumplen con las características anteriormente descritas, mismas que beneficiaron al candidato incoado.”

Al respecto, en las demandas promovidas por los recurrentes, que motivaron la emisión de la sentencia RAP 110, esgrimieron un agravio en donde manifestaron que las 241 (doscientas cuarenta y un) pautas difundidas en Facebook no debieron ser consideradas como propaganda electoral, ya que su finalidad, lejos de tener características de proselitismo, solamente presentaban información relativa a encuestas, noticias o reportajes.

Al respecto, en la sentencia RAP 110, se declararon inoperantes lo indicados motivos de disenso, bajo la consideración de que se plantearon de manera genérica; es decir, sin identificar de



TRIBUNAL ELECTORAL
del Poder Judicial de la Federación

SALA REGIONAL
CIUDAD DE MÉXICO

SCM-RAP-131/2024
Y ACUMULADO

manera particular los promocionales ni los elementos por los cuales consideraron que no cumplían con las características para estimarse como propaganda electoral.

Asimismo, en dicha sentencia se señaló que los 241 (doscientos cuarenta y un) promocionales fueron analizados por el CG y que dicha autoridad administrativa explicó las razones por las que consideró que debía ser estimados como proselitistas, lo anterior, de conformidad con la siguiente transcripción de la sentencia RAP 110:

“(...) el INE realizó un análisis de la propaganda denunciada y en cada promocional estudió los elementos subjetivo, personal y temporal, estableciendo las razones por las cuales se concluyó que sí eran propaganda de campaña.

De esta forma, en el ANEXO 3 de la resolución impugnada se observa el análisis de los 246 (doscientos cuarenta y seis) promocionales que fueron objeto del procedimiento sancionador; y en 241 (doscientos cuarenta y uno) concluyó que sí se cumplían los elementos para ser considerados propaganda electoral.

(...) el INE realizó un análisis de cada uno de los promocionales y explicó las razones por las cuales se concluyó que sí era propaganda electoral.

Ahora bien, el partido tenía la carga de explicar por qué razón en cada promocional no se cumplía alguno de los elementos y cuáles eran las razones específicas por las que debió considerarse que la propaganda estaba amparada en la libertad de expresión.

Por tanto, no resulta válido que con un argumento genérico esta Sala Regional realice un análisis de los 241 promocionales, sin atender las consideraciones que el INE plasmó en la resolución impugnada.

De ahí la inoperancia de los agravios.”

En ese sentido, esta Sala Regional estima que devienen **inoperantes** los agravios en los que los recurrentes señalan que en la nueva resolución se omitió señalar la temporalidad de la difusión de las pautas, el área geográfica en donde se difundieron y su relevancia para la campaña electoral.

Lo anterior, en razón de que tales aspectos debieron controvertirse debidamente desde la primera cadena impugnativa, y no hasta la que actualmente se analiza, puesto que se trata de argumentos que se establecieron desde la resolución revocada.

De ahí que actualmente los aspectos señalados no pueden ser materia de análisis, ya que no son aspectos que se hayan actualizado con la emisión de la nueva resolución, sino que, si bien se señalan en el acto impugnado, solamente se trata de una repetición de lo que estableció desde la primera resolución y que, como se ha indicado, no fue impugnado de manera adecuada.

De ahí lo inoperante de los disensos relativos a la segunda temática de agravios.

TERCER TEMA. Deficiente motivación en el análisis de videos al determinarse que contenían edición o producción profesionales.

En este tema, en esencia, ambas partes refieren que el CG incumplió lo ordenado en la sentencia RAP 110, dado que no valoró adecuadamente los videos cuyos gastos no reportaron, ya que de manera dogmática se determinó que tienen contenido cuya edición y producción fue profesional y, en consecuencia, su confección debió ser reportada y contabilizada en la fiscalización del entonces candidato a la Alcaldía.

Así los recurrentes indican que la autoridad fiscalizadora, lejos de realizar un estudio pormenorizado y especializado sobre las razones o elementos que contiene cada video, basó su decisión



en aspectos genéricos y no exhaustivos, lo que les impidió ejercer derecho de defensa de manera adecuada.

Asimismo, ambas partes consideran que no se actualizaron las características que la responsable pretendió tener como acreditadas para considerar que los videos contaban con producción profesional, ya que fueron confeccionados con aplicaciones gratuitas, sumado a que acusan que solamente realizó un ejercicio de transcripción de manera literal de una serie de cuadros con la información proporcionada por la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos que no contienen explicación que permita conocer si el contenido de los videos actualizaba o no cada supuesto o característica evaluada.

Al respecto, MORENA (SCM-RAP-131/2024), indica que uno de los videos deficientemente señalados por el Consejo General, no acredita criterios de imagen y gráficos, pues son simples imágenes sobrepuestas del candidato y fotografías que pudieron obtenerse con una simple búsqueda de internet o que pudieron ser tomadas sencillamente con un celular y editadas con aplicaciones gratuitas, lo que no implica que cuenten con los criterios asumidos por la autoridad fiscalizadora.

Por su parte, el recurrente del SCM-RAP-131/2024 señala que la propia autoridad responsable ya ha reconocido en la diversa resolución INE/CG1408/2024, que se pueden utilizar aplicaciones sin costo (como CapCut) para editar videos de forma gratuita, aspecto que debió considerarse en el caso.

Asimismo, MORENA acusa que se acreditó una falta de congruencia interna en la evaluación contenida en el anexo 4 (cuatro) de la resolución impugnada, ya que en al menos 31

(treinta y un) ocasiones⁸, la autoridad fiscalizadora mencionó que no se cumplía con ninguno de los elementos que estipuló como criterios para configurar una edición profesional de imágenes y videos, dejando claro que estos se realizaron mediante ediciones sencillas que no conllevaron ningún gasto.

Finalmente, MORENA señala enlaces de 8 (ocho) videos y respecto de ellos precisa que son videos que tienen textos simples, transiciones, imágenes sencillas, distintas locaciones, voz en off o música de stock de aplicación gratita, que no implicaron un trabajo profesional o que implicara algún gasto.

Por su parte, Javier Joaquín López Casarín (SCM-RAP-133/2024) señala que en la valoración de la calidad o del carácter profesional de los videos no reportados, el Consejo General utilizó frases como *a simple vista, de la apreciación o de la reproducción de los videos*, aspectos que no implican un análisis técnico objetivo y adecuado.

A fin de dar respuesta a los disensos, esta Sala Regional considera conveniente señalar qué fue lo que se ordenó en la sentencia RAP 110, y que cómo fue acatado en el acto impugnado.

Sentencia RAP 110.

En la sentencia RAP 110, esta Sala Regional se dio a la tarea de analizar el motivo de disenso esgrimido por MORENA, en donde señaló que los videos promocionales cuyo reporte omitió realizar no eran profesionales ni generaron gastos al partido

⁸ Al respecto, señala los videos valorados con el número de identificación 3, 4, 30, 36, 50, 60, 63, 64, 80, 81, 99, 101, 104, 106, 107, 110, 114, 115, 118, 127, 128, 144, 146, 147, 200, 201, 204, 207, 217, 219 y 246.



político, ya que fueron confeccionados mediante aplicaciones gratuitas.

Por tanto, en dicho momento, MORENA señaló que el CG omitió fundar y motivar las razones por las que consideró que dichos videos eran profesionales, aspecto que le dejó en estado de indefensión.

Al respecto, en la sentencia de esta Sala Regional que motivó la emisión del acto impugnado, se determinó declarar fundado el agravio, en razón de que, tal y como lo señaló MORENA, adolecía de lo siguiente:

- Ni en la primera resolución, ni en sus anexos, se advertían razonamientos, sino solo referencias, de los promocionales en los que se consideró que se tenía algún elemento de edición o producción.
- En ninguna parte de la resolución revocada ni de sus anexos se motivó por qué debía establecerse que los videos fueron confeccionados de manera profesional.
- En la primer resolución no se establecieron las razones por las que se podría desestimar que los videos implicaron la necesidad de una contratación de servicios profesionales para su elaboración.
- Al determinarse el costo de los promocionales, se señaló sin justificarlo que debían cuantificarse mediante los conceptos de “Diseño y edición de publicaciones”, así como “Edición y producción de video”.

En ese sentido, se determinó fundado el agravio para el efecto de ordenar al CG emitir una nueva resolución en la que explicara mediante parámetros técnicos si los videos contaban con características como: calidad de video, producción, manejo de

imagen, audio, gráficos postproducción, creatividad o aquellos que estimara técnicamente adecuados; así como cuáles generarían un costo por producción y/o edición, y de qué forma estos aspectos (o aquellos que se consideraran) llevan a calificar tal cuestión.

Acto impugnado.

A fin de acatar la resolución impugnada, en relación con la determinación relativa a la edición o producción de los videos, el CG expuso lo siguiente:

“(…) este Consejo General se abocará únicamente a determinar, de manera fundada y motivada, el valor del pautado de doscientas diecinueve publicaciones en Facebook y los promocionales de los que se advierte edición y/o producción, así como la sanción impuesta de la respectiva Resolución, , en cumplimiento a lo expresamente ordenado por la Sala Ciudad de México, materia del presente Acuerdo.

(…)

En este sentido, por lo que hace la edición-producción de materiales audiovisuales, esta autoridad determinó la existencia de elementos de producción y edición susceptibles de ser cuantificados, cuyo detalle y parte conducente se muestra en el Anexo 4, donde se efectuó el análisis de los materiales objeto de estudio conforme a la existencia de las siguientes características:

- Calidad de video para transmisión broadcast. Manejo de resolución, códecs, tasa de bit rate y tipo de compresión para poder ser radiodifundidos.
- Producción. Probable uso de alguno de los siguientes equipos semiprofesionales o profesionales de producción, tales como: cámaras de foto o video semiprofesionales a profesionales, iluminación, microfonía semiprofesional a profesional, grúas, dolly cam, steady cam, dron, entre otros.
- Manejo de imagen. Calidad de imagen, encuadres, movimiento de cámaras, definición, uso de imágenes de stock o locaciones.
- Audio. Calidad de grabación, locutores, jingles o mezcla de audios.
- Gráficos. Diseño, animaciones y calidad de estos.
- Post-producción. Edición, efectos, mezcla de efectos y animaciones con imágenes, probable uso de equipo de edición de audio y video semiprofesional a profesional.
- Creatividad. Uso de guion y contenidos.



TRIBUNAL ELECTORAL
del Poder Judicial de la Federación

SALA REGIONAL
CIUDAD DE MÉXICO

SCM-RAP-131/2024
Y ACUMULADO

Así, la Dirección de Administración de Tiempos del Estado en Radio y Televisión determinó la existencia de características de producción y edición en los materiales referidos y precisados en el Anexo 1, columna Q de la presente Resolución, por lo que corresponde su cuantificación.

Al respecto, vale la pena destacar que la Dirección de Administración de Tiempos del Estado en Radio y Televisión, es el área técnica de este Instituto encargada, entre otras cosas, de controlar que los materiales entregados por los partidos políticos y autoridades electorales tengan la duración correcta y cumplan las especificaciones técnicas, así como la coordinación de entrega por parte de los partidos al Instituto de materiales genéricos, así como dirigir la elaboración y entrega de dictámenes sobre las características técnicas de los materiales recibidos, por lo que dicha área cuenta con la expertis necesaria para determinar las características técnicas de los videos objeto de investigación.

Sumado a lo anterior, de la simple reproducción de los videos en comento este Consejo General aprecia que éstos contienen grabaciones de alta calidad, es decir, son claras, nítidas y libres de distorsión; además se aprecian cintillos, inserción de texto en los mismos tanto descriptivos como relativos a narración o diálogos de los participantes en las grabaciones, inserción de logotipos de la candidatura denunciada y de los partidos políticos integrantes de la coalición que la postuló, audio y musicalización; incluso son similares a diversos videos que sí fueron debidamente reportados por los sujetos incoados.

Por otra parte, respecto de las “Publicaciones” localizadas en el Anexo 1, columna P, se encuentra la publicación de imágenes cuyo origen necesariamente requiere el uso y manipulación de programas de diseño y modificación de gráficos para arrojar la representación final, pues se advierte la combinación de fotografías de personas con texto incluido en diferentes tamaños, colores y fuentes con la finalidad de hacer llamativo el mensaje, es decir, la publicación.

Dicho de otra forma, de la simple observación se desprenden imágenes que no fueron creadas o capturadas en un solo instante, sino que implicó el manejo de herramientas mecánicas o digitales necesarias para la obtención del producto entregable mediante la ejecución de operaciones diversas en momentos secuenciales.

A manera de ejemplo se muestran algunas de las publicaciones objeto de estudio y localizables en el anexo y columna de referencia:

Unidos por la Transformación

Publicidad • Pagado por Unidos por la Transformación

Llega López Casarín para transformar Álvaro Obregón. Un hombre de valores que se preocupa por la alcaldía que lo vio crecer.

Unidos por la Transformación

Publicidad • Pagado por Unidos por la Transformación

López Casarín lidera con fuerza las encuestas. El próximo 2 de junio sin duda #CasarínGana

López Casarín Transformando el Futuro

Publicidad • Pagado por López Casarín Transformando el Futuro

identificador de la biblioteca: 2060267651023560

López Casarín ya ganó y todos lo sabemos. ❤️

#Elecciones2024 López Casarín alza la voz y denuncia actos violentos hacia ciudadanos. En conferencia de prensa, el próximo Alcalde mostró un video, en el que vecinos documentaron cómo sujetos detonaron armas de fuego, mientras amarraban publicidad electoral de postes y domicilios de la colonia. #ConCasarín

López Casarín Transformando el Futuro

Publicidad • Pagado por López Casarín Transformando el Futuro

Con López Casarín y Claudia Sheinbaum vamos a rescatar Álvaro Obregón.



Ahora bien, se tienen como conceptos denunciados tanto la publicidad en redes sociales (pautado) como la edición-producción de los materiales audiovisuales difundidos mediante la pauta, en este sentido se tiene que, de los **241** conceptos denunciados que constituyen propaganda susceptible de ser gasto de campaña:

- a) Se acreditó el gasto por concepto de pautado y edición, respecto de 149 conceptos que no fueron registrados en el SIF.
- b) Se acreditó el gasto por concepto de pautado de 90 conceptos que no fueron registrados en el SIF.
- c) Se acreditó el gasto por concepto de diseño y edición de publicaciones de 2 conceptos que no fueron registrados en el SIF.

Se precisa que, si bien se acreditó el gasto por la edición y producción de publicaciones y videos, existen réplicas en diversos sitios, por lo que no es dable considerar un gasto por cada publicación o video.

(...)

Por lo anterior, esta autoridad concluye que los sujetos incoados fueron omisos en reportar ante la autoridad fiscalizadora 149 rutas electrónicas pautadas con diseño, edición o producción de imagen o video; 90 rutas electrónicas solo con pautado y 2 rutas electrónicas únicamente por la edición o producción; lo que se traduce en una omisión en materia de fiscalización por parte de los sujetos en el marco de los informes de ingresos y gastos de campaña durante el Proceso Electoral Local Ordinario 2023-2024, en la Ciudad de México.

(...)

5. Determinación del monto que representa el beneficio generado a la campaña.

Derivado de los argumentos de hecho y derecho, esgrimidos en el considerando 4.4 de la presente Resolución, se tuvo por acreditados gastos que beneficiaron a los partidos del Trabajo, Verde Ecologista de México y Morena, integrantes de la entonces candidatura común "Seguiremos Haciendo Historia en la Ciudad de México", así como de su otrora candidato común a Titular de la Alcaldía Álvaro Obregón, Javier Joaquín López Casarín.

Así, en materia de origen, monto, destino y aplicación de los recursos de los partidos políticos, se tienen elementos que generan certeza en esta autoridad de que existieron egresos no registrados que generaron un beneficio a la campaña, por concepto de pautas pagadas mediante Facebook y por diseño, edición y producción de publicaciones o videos.

(...)

B. Diseño, edición y producción.

SCM-RAP-131/2024
Y ACUMULADO

Al respecto será utilizada la información proporcionada por la Dirección de Auditoría la cual utilizó la metodología en términos del artículo 27 del Reglamento de Fiscalización, como se describe a continuación:

- Se consideró información relacionada en los registros contables presentados a través del Sistema Integral de Fiscalización por los sujetos obligados.
- En los registros contables de los sujetos obligados se buscaron aquellos con características similares, identificando los atributos con el fin de que pudieran ser comparables con los gastos no reportados.
- Una vez identificados aquellos registros similares, se procedió a identificar el valor más alto, con el fin de realizar el cálculo del costo de la propaganda o gastos no reportados por el sujeto obligado.
- En los casos en los cuales la matriz de precios de la información de los sujetos obligados no contenía un registro similar, se procedió a recabar información reportada por los proveedores en el RNP.
- De la matriz de precios que se presenta en la Matriz de Precios de Campaña 2024, se determinó que las facturas presentadas por diversos proveedores eran las que más se ajustaban en términos de unidad de medida, ubicación y demás características, por lo que se tomó como base para la determinación del costo siguiente:

(...)

Derivado del análisis y la metodología descrita, se determinó que el sujeto obligado incurrió en omisiones al no reportar egresos por concepto de edición y producción del material audiovisual difundido, afectando la transparencia y rendición de cuentas en el proceso electoral.

Y toda vez que ha quedado acreditado que los sujetos incoados omitieron reportar los gastos concernientes a la edición y producción de 151 conceptos consistentes en 70 publicaciones y 81 videos.

La determinación es la siguiente:

ID Concepto	Unidades	Costo unitario	Importe del gasto no reportado
Diseño y edición de publicaciones	70	\$740.74	\$51,851.80
Edición y producción de video	81	\$1,160.00	\$93,960.00
		Total	\$145,811.80

Lo anterior, dando un total de \$145,811.80 (ciento cuarenta y cinco mil ochocientos once pesos 80/100 M.N.), por concepto de diseño, edición y producción de publicaciones y video.

(...)"



De lo transcrito se observa que en el acto impugnado el CG señala que se analizaron los promocionales cuyo reporte se omitió, acreditándose la existencia de elementos de producción y edición susceptibles de ser cuantificados, derivado de lo siguiente:

- La Dirección de Administración de Tiempos del Estado en Radio y Televisión del INE, determinó la existencia de características de producción y edición precitados en el Anexo 1, Columna “Q”.
- Las publicaciones señaladas en el Anexo 1, columna “P”, contienen imágenes cuyo origen requiere el uso y manipulación de programas de diseño y modificación de gráficos, pues implican la combinación de fotografías de personas con texto en diferentes tamaños, colores y fuentes.
- El detalle que motiva la producción y edición de los videos se señala en el Anexo 4 de la resolución, donde se señaló si cada video contaba con alguna de las siguientes características: **a)** Calidad de video para transmisión broadcast; **b)** Producción; **c)** Manejo de imagen; **d)** Audio; **e)** Gráficos; **f)** Post-producción; **g)** Creatividad.
- De la simple reproducción de los videos, se aprecia que son grabaciones de alta calidad, con inserción de cintillos de texto, logotipos de candidatura y partidos políticos, audio y musicalización.
- Los videos son similares a otros que sí fueron debidamente reportados por los sujetos denunciados.

- Las imágenes publicadas se generaron a través de herramientas mecánicas o digitales que exigen la ejecución de diversas operaciones que no se realizan en un solo instante.

Ahora, en los anexos que forman parte de la nueva resolución, se advierte lo siguiente:

Anexo 1

Del anexo 1 se advierte que es un archivo en formato .xlsx, correspondiente a una hoja de cálculo del software Microsoft Excel, con las siguientes características:

- 23 (veintitrés) columnas tituladas como: ID [A], Origen [B], Concepto denunciado [C], Fue objeto de monitoreo (Sí/No) [D], Monitoreo pautado [E], Monitoreo edición/producción [F], Oficio de EyO / Observación [G], Constituye propaganda (Sí/No) [H], Razón por la que NO constituyen propaganda (DA) [I], Se reportó el pautado (Sí/No) [J], Facebook proporcionó importe por pautado (Sí/No) [K], Monto exacto FB [L], Monto máximo (Biblioteca de anuncios, 219 casos) [M], Monto máximo intocado por SCM (Biblioteca de anuncios, 20 casos) [N], Se reportó la edición o producción (Sí/No) [O], Se advierte edición / producción (DEPPP) [P], Elemento de producción o edición advertido por la Dirección Administración de Tiempos del Estado en Radio y Televisión [Q], Conceptos duplicados [R], Duplicados en ID Origen [S], Dónde se realizó el reporte (Señalar póliza) [T], Tratamiento 1 [U], Tratamiento 2 [V] y Referencia [W].
- Al respecto, el archivo señala 347 (trescientos cuarenta y siete) publicaciones, donde se indican las supuestas



TRIBUNAL ELECTORAL
del Poder Judicial de la Federación

SALA REGIONAL
CIUDAD DE MÉXICO

SCM-RAP-131/2024
Y ACUMULADO

características de cada una, de conformidad con la denominación de las columnas precisadas.

- En la columna correspondiente a la letra “Q”, denominada como “Elemento de producción o edición advertido por la Dirección Administración de Tiempos del Estado en Radio y Televisión”, se señala por cada publicación las características que, en principio, implican o no una producción o edición profesionales, a modo de ejemplo, se insertan las columnas A (denominada “ID”) a la Q, de algunos conceptos analizados.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q
	ID	Origen	Concepto denunciado	Fue objeto de monitoreo (Sí/No)	Monitoreo o pautaado	Monitoreo o edición/producción	Oficio de EGO / Observación	Constituye propaganda (Sí/No)	Razón por la que NO constituyen propaganda (DA)	Se reportó el pautaado (Sí/No)	Facebook proporcionó el importe por pautaado (Sí/No)	Monto exacto FB	Monto máximo (Biblioteca de anuncios, 219 casos)	Monto máximo intocado por SCM (Biblioteca de anuncios, 20 casos)	Se reportó la edición o producción (Sí/No)	Se advierte edición / producción (DEPPP)	Elemento de producción o edición advertido por la Dirección Administración de Tiempos del Estado en Radio y Televisión
1																	
5	4	Unidos por la Transformación	https://www.facebook.com/adslfb/brang/?id=611231817712514	No	N/A	N/A	No aplica	Sí	No aplica	No	Sí	\$4,491.45	\$4,500.00	N/A	No	Sí	Imagen, gráficos
17	16	Unidos por la Transformación	https://www.facebook.com/adslfb/brang/?id=321259464308773	No	N/A	N/A	No aplica	Sí	No aplica	No	Sí	\$285.27	\$299.00	N/A	No	Sí	Producción, imagen, audio, gráficos, post-producción, creatividad
25	24	Unidos por la Transformación	https://www.facebook.com/adslfb/brang/?id=44582495437561	No	N/A	N/A	No aplica	Sí	No aplica	No	Sí	\$1170.27	\$1500.00	N/A	No	Sí	Imagen, audio, gráficos, post-producción, creatividad
26	25	Unidos por la Transformación	https://www.facebook.com/adslfb/brang/?id=649549024683038	No	N/A	N/A	No aplica	Sí	No aplica	No	Sí	\$1602.57	\$2,000.00	N/A	No	Sí	Imagen, audio, gráficos, post-producción, creatividad
28	27	Unidos por la Transformación	https://www.facebook.com/adslfb/brang/?id=1933007743799099	No	N/A	N/A	No aplica	Sí	No aplica	No	Sí	\$786.15	\$799.00	N/A	No	Sí	Imagen, audio, gráficos, post-producción, creatividad
31	30	Unidos por la Transformación	https://www.facebook.com/adslfb/brang/?id=448581319172784	Sí	Sí	Sí	24 Dictamen Consolidado ID 47 Conclusión	Sí	No aplica	No aplica	No	No aplica	\$399.00	\$399.00	No aplica	No aplica	Imagen, gráficos
35	34	Unidos por la Transformación	https://www.facebook.com/adslfb/brang/?id=940991684249258	Sí	Sí	Sí	24 Dictamen Consolidado ID 47 Conclusión	Sí	No aplica	No aplica	No	No aplica	\$499.00	\$499.00	No aplica	Sí	Imagen, audio, gráficos, post-producción, creatividad
36	35	Unidos por la Transformación	https://www.facebook.com/adslfb/brang/?id=337838782642987	Sí	Sí	Sí	24 Dictamen Consolidado ID 47 Conclusión	Sí	No aplica	No aplica	No	No aplica	\$499.00	\$499.00	No aplica	No aplica	Imagen, audio, gráficos, post-producción, creatividad

- Así, en la columna “Q” del Anexo 1, se señalan las características que la Dirección de Administración de Tiempos del Estado en Radio y Televisión del INE consideró que tenían los videos no reportados ante el SIF, entre ellas:
 - Calidad de video para transmisión broadcast,
 - Producción,
 - Manejo de imagen,
 - Audio,
 - Gráficos,
 - Post-producción y
 - Creatividad

- Por su parte, en la columna “P”, denominada “Se advierte edición/producción (DEPPP), se señala si cada publicación o video cuenta con edición o producción de corte profesional.

Anexo 4

En el anexo 4, se advierte un archivo de texto en formato .pdf, correspondiente al oficio INE/DATE/248/2024, el cual obraba en autos de los recursos de apelación que motivaron la sentencia RAP 110, en donde la Dirección de Administración de Tiempos del Estado en Radio y Televisión del INE explica:

- I. Los alcances y definiciones que tiene cada uno de los elementos que la indicada dirección consideró que tenían el alcance de demostrar la edición y producción de un video o publicación profesional: i) calidad de video para transmisión broadcast, ii) producción, iii) manejo de imagen, iv) audio), v) audio, vi) gráficos, vii) post-producción y viii) creatividad.
- II. 248 (doscientos cuarenta y ocho) tablas relativas a cada uno de los videos analizados por la indicada dirección, en donde se señala el vínculo en donde se aloja cada una de las publicaciones, su duración y si cuenta, o no, con las características señaladas en el numeral anterior; asimismo, hay tablas que contienen la leyenda “este enlacen pertenece a una imagen/fotografía de propaganda política por tanto no es susceptible de análisis de producción y postproducción por parte del área (sic):

A modo de ejemplo, se insertan diversas tablas del Anexo 4:



TRIBUNAL ELECTORAL
del Poder Judicial de la Federación

SALA REGIONAL
CIUDAD DE MÉXICO

SCM-RAP-131/2024
Y ACUMULADO

Video 1: https://www.facebook.com/ads/library/?id=402419369067328 Este enlace pertenece a una imagen/fotografía de propaganda política por tanto no es susceptible de análisis de producción y post producción por parte del área.	
--	--

Video 4: https://www.facebook.com/ads/library/?id=416284481098310 Duración: 00:19 seg.	
Calidad de video para transmisión Broadcast	No
Producción	No
Imagen	No
Audio	No
Gráficos	No
Post-producción	No
Creatividad	No

* Mismo contenido que el video anterior.

Video 16: https://www.facebook.com/ads/library/?id=337838792642987 Duración: 00:21 seg.	
Calidad de video para transmisión Broadcast	No
Producción	No
Imagen	Sí
Audio	Sí
Gráficos	Sí
Post-producción	Sí
Creatividad	Sí

* Mismo contenido que el video anterior.

Video 24: https://www.facebook.com/ads/library/?id=1482417488977665 Duración: 00:19 seg.	
Calidad de video para transmisión Broadcast	No
Producción	No
Imagen	Sí
Audio	No
Gráficos	No
Post-producción	No
Creatividad	Sí

Video 25: https://www.facebook.com/ads/library/?id=810377304339528 Duración: 00:28 seg.	
Calidad de video para transmisión Broadcast	No
Producción	No
Imagen	Sí
Audio	Sí
Gráficos	Sí
Post-producción	Sí
Creatividad	No

Video 27: https://www.facebook.com/ads/library/?id=1596845314434649 Duración: 00:21 seg.	
Calidad de video para transmisión Broadcast	No
Producción	No
Imagen	Sí
Audio	Sí
Gráficos	No
Post-producción	No
Creatividad	No

Video 30: https://www.facebook.com/ads/library/?id=1353102148708524 Duración: 00:24 seg.	
Calidad de video para transmisión Broadcast	No
Producción	No
Imagen	No
Audio	No
Gráficos	No
Post-producción	No
Creatividad	No



Video 34: https://www.facebook.com/ads/library/?id=441118261699325 Duración: 00:30 seg.	
Calidad de video para transmisión Broadcast	No
Producción	Sí
Imagen	Sí
Audio	Sí
Gráficos	No
Post-producción	No
Creatividad	No

Video 35: https://www.facebook.com/ads/library/?id=393566696759479 Este enlace pertenece a una imagen/fotografía de propaganda política por tanto no es susceptible de análisis de producción y post producción por parte del área.
--

Decisión.

Una vez precisadas las consideraciones de la resolución impugnada, así como sus anexos, esta Sala Regional estima **fundado** el agravio de los recurrentes, ya que, como lo señalan, la autoridad responsable dejó de fundar y motivar adecuadamente por qué consideraban que diversos de los promocionales contaban con producción y edición de corte profesional que, en consecuencia, implicaban un gasto fiscalizable y cuantificable.

Además, el CG dejó de valorar la posibilidad de que los sujetos denunciados hayan utilizado aplicaciones o programas computacionales gratuitos para la edición y producción de las imágenes y videos cuyo pautaado no fue reportado.

Los artículos 14 y 16, de la Constitución, establecen que todo acto de autoridad debe estar debidamente fundado y motivado,

con el fin de otorgar seguridad jurídica a las personas en el goce y ejercicio de sus derechos.

Mediante dicha exigencia se persigue que toda autoridad refiera de manera clara y detallada las razones de hecho y de derecho que está tomando en consideración para apoyar sus determinaciones, a fin de evitar que se adopten decisiones arbitrarias.

En este sentido, siguiendo los criterios de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, para satisfacer este requisito debe expresarse con precisión el precepto legal aplicable al caso (fundamentación) y deben señalarse, con precisión, las circunstancias especiales, razones particulares o causas inmediatas que se hayan tenido en consideración para la emisión del acto (motivación).

En ese sentido, la fundamentación y motivación como parte del debido proceso constituye un límite a la actividad estatal, como el conjunto de requisitos que deben cumplir las autoridades para que las personas estén en condiciones de defender adecuadamente sus derechos ante cualquier acto de autoridad que pueda afectarlos.

Ahora bien, en la resolución impugnada, al pronunciarse sobre la edición y producción de videos, la autoridad responsable, si bien pretendió dar cumplimiento a la sentencia RAP 110 mediante un supuesto análisis de todos los promocionales, a fin de acreditar si contaban o no con producción y edición profesionales que implicaran un gasto para los sujetos denunciados, lo cierto es que dicha determinación exigía una adecuada fundamentación y motivación.



Lo anterior, en virtud que la autoridad responsable y la Dirección de Administración de Tiempos del Estado en Radio y Televisión del INE concluyeron que 70 (setenta) publicaciones y 81 (ochenta y un) de los videos difundidos, contaban con elementos suficientes como para que se considerara que su edición y producción se realizó de manera profesional.

Ello, sin dar una descripción detallada de cada uno de los videos e imágenes que pudiera actualizar que contaran con elementos como i) calidad de video para transmisión broadcast, ii) producción, iii) manejo de imagen, iv) audio), v) audio, vi) gráficos, vii) post-producción y viii) creatividad; sumado a que no se tomaron en cuenta los avances tecnológicos y los servicios digitales gratuitos y públicos, que permiten procesar imágenes y videos con calidad.

Por el contrario, el CG determinó que las publicaciones y videos se realizaron mediante expertos profesionales de la edición y producción, señalando únicamente:

- El concepto de cada una de las características que revisaría;
- Si cada video contaba, o no, con dichas características.
- Que de la simple reproducción y observación de los promocionales se aprecia su alta calidad, así como que fueron editados y producidos por un profesional mediante programas de diseño.
- Asimismo, la autoridad responsable insertó capturas de 5 (cinco) imágenes correspondientes a promocionales denunciados, sin señalar especificidades de cada uno.
- Finalmente, utilizando información proporcionada por la Dirección de Auditoría del INE, se estableció cuantificar el valor de los promocionales de la siguiente manera:

SCM-RAP-131/2024
Y ACUMULADO

ID Concepto	Unidades	Costo unitario	Importe del gasto no reportado
Diseño y edición de publicaciones	70	\$740.74	\$51,851.80
Edición y producción de video	81	\$1,160.00	\$93,960.00
Total			\$145,811.80

Como se advierte, la autoridad responsable, mediante argumentos sin sustento, concluyó que los promocionales contaban con características especiales que generaban la certeza de que su producción y edición fueron profesionales y, por tanto, exigían un costo.

Asimismo, el CG valuó la edición y producción de los videos como si tratara de trabajos profesionales idénticos; lo anterior, como se ha indicado, sin motivar de manera reforzada dicha conclusión, puesto que únicamente basó su decisión mediante la utilización de un oficio que obraba en autos desde la emisión de la sentencia RAP 110, en donde de manera dogmática y sin sustento, la Dirección de Administración de Tiempos del Estado en Radio y Televisión del INE señalaba si los promocionales contaban o no con características determinadas.

Sobre esa cuestión, esta Sala Regional considera que, independientemente de los conocimientos o experiencia de la Dirección de Administración de Tiempos del Estado en Radio y Televisión del INE, resultaba necesario que se detallara al caso concreto de cada uno de los videos y publicaciones, a fin de motivar reforzadamente si contenían características como:

- Calidad de video para transmisión broadcast,
- Producción,
- Manejo de imagen,
- Audio,
- Gráficos,



- Post-producción y
- Creatividad

Asimismo, se debió valorar con objetividad si los promocionales que fueron materia de revisión se produjeron mediante la utilización de aplicaciones informáticas que, en principio, no generan ningún costo para su producción y edición.

Al respecto, como lo señala la parte actora, actualmente existen aplicaciones y programas accesibles, públicos y gratuitos que permiten procesar y obtener imágenes y videos de gran calidad que pueden ser operados por personas sin ningún tipo de experiencia técnica profesional; por ejemplo, la aplicación CapCut cuenta con la siguientes características:

- **CapCut** – Es un editor integral de fotografías y videos gratuito para crear contenido en cualquier lugar con el que cualquier persona puede crear increíbles anuncios de vídeo sin necesidad de conocimientos o experiencia en la edición de vídeos; disponible para dispositivos móviles, web y PC.

Dicha aplicación permite, entre diversas cuestiones, realizar “Cambiador de voz, Traductor de video, Redimensionador de video, Convertidor de video en línea, Transiciones de video, Recortadora de video en línea, Transferencia de estilo de imagen, Restauración de fotos antiguas, Combinación de colores, Creador de iconos, Creador de videos fotográficos, Video de YouTube a MP4, Estudio de TikTok EN VIVO, Cambiar el color de fondo,

Mejor generador de imágenes de IA, Editar videos MP4”,
etc.⁹

Como se observa, y como lo señaló la parte recurrente, la aplicación informática CapCut otorga diversas herramientas que permiten, entre diversas cuestiones, la edición, producción, inserción de gráficos y audio en imágenes y videos, sin que necesariamente se exija que su control o uso sea únicamente dirigido a personas profesionales cuyas labores encargadas impliquen un gasto.

Por el contrario, ante su gratuidad, la posibilidad de utilizarla en diversas plataformas y su manejo sencillo e intuitivo, resulta razonable considerar que ese programa computacional se encuentra dirigido a personas sin conocimientos previos o profesionales en el área del diseño o creatividad y que esa herramienta permite desarrollar de manera gratuita, generalizada y accesible, la elaboración de promocionales con un sentido comunicacional relevante y con un desarrollo específico resaltable o destacado pero que no exige para su creación un dispendio de naturaleza económica.

A partir de lo expuesto, esta Sala Regional visualiza que en realidad el INE se apartó de una valoración objetiva y razonable al pretender cumplimentar la sentencia RAP 110; lo anterior, ya que, si bien -en apariencia- analizó cada uno de los promocionales para advertir su elaboración y discernir si esta implicó trabajos de edición y producción profesionales, lo cierto

⁹ De conformidad con las páginas de internet <https://www.capcut.com/es-es/> y <https://ads.tiktok.com/help/article/about-capcut?lang=es>; lo que constituye un hecho notorio en términos del artículo 461 de la Ley Electoral y del criterio orientador I.3º.C.35K de rubro **PÁGINAS WEB O ELECTRÓNICAS. SU CONTENIDO ES UN HECHO NOTORIO Y SUSCEPTIBLE DE SER VALORADO EN UNA DECISIÓN JUDICIAL**, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, libro XXVI, tomo 2, noviembre 2013, página 1373.



es que debió exponer o explicar detalladamente las características específicas que actualizaban cada elemento analizado.

Por el contrario, a pesar de que el CG expuso diferenciaciones entre las características de los promocionales (mismas que como se ha señalado son carentes de una adecuada motivación), **determinó evaluarlos de manera idéntica**, sobre un parámetro estable, consideración que deviene deficiente porque se aparta de lo dispuesto en el artículo 27, del Reglamento de Fiscalización.

Al respecto, el artículo 27, señala lo siguiente:

“Artículo 27.

Determinación del valor de gastos no reportados, subvaluados y sobrevaluados

1. Si de la revisión de las operaciones, informes y estados financieros, monitoreo de gasto, así como de la aplicación de cualquier otro procedimiento, las autoridades responsables de la fiscalización determinan gastos no reportados por los sujetos obligados, la determinación del valor de los gastos se sujetará a lo siguiente:

- a) Se deberá identificar el tipo de bien o servicio recibido y sus condiciones de uso y beneficio.
- b) Las condiciones de uso se medirán en relación con la disposición geográfica y el tiempo. El beneficio será considerado conforme a los periodos del ejercicio ordinario y de los procesos electorales.
- c) Se deberá reunir, analizar y evaluar la información relevante relacionada con el tipo de bien o servicio a ser valuado.
- d) La información se podrá obtener de los proveedores autorizados en el Registro Nacional de Proveedores, en relación con los bienes y servicios que ofrecen; cotizaciones con otros proveedores que ofrezcan los bienes o servicios valuados; o las cámaras o asociaciones del ramo de que se trate.
- e) Para su determinación, el procedimiento a utilizar será el de valor razonable.

SCM-RAP-131/2024 Y ACUMULADO

2. Con base en los valores descritos en el numeral anterior, así como con la información recabada durante el proceso de fiscalización, la Unidad Técnica deberá elaborar una matriz de precios, con información homogénea y comparable, para lo cual deberá tomarse en cuenta aquella relativa al municipio, Distrito o entidad federativa de que se trate y, en caso de no existir información suficiente en la entidad federativa involucrada, se podrá considerar aquella de entidades federativas que se cuenten con un Ingreso Per Cápita semejante, de conformidad a la última información publicada por el Instituto Nacional de Geografía y Estadística.

3. Únicamente para la valuación de los gastos no reportados, la Unidad Técnica deberá utilizar el valor más alto de la matriz de precios, correspondiente al gasto específico no reportado.

4. Una vez determinado el valor de los gastos no reportados se procederá a su acumulación, según se corresponda, a los gastos para la obtención del apoyo ciudadano, de las precampañas o campañas beneficiadas.”

Dicho precepto normativo señala que la autoridad fiscalizadora debe seguir el siguiente procedimiento para determinar el valor de gastos no reportados:

- Identificar el tipo de bien o servicio recibido y sus condiciones de uso y beneficio; al respecto, las condiciones de uso se determinarán en relación con la disposición geográfica y el tiempo; mientras que el beneficio se considerará conforme al periodos-electoral que se trate.
- Reunir, analizar y evaluar la información relevante relacionada con el tipo de bien o servicio a ser valuado.
- Obtener información del bien o servicio no reportado de:
 - Los proveedores autorizados en el Registro Nacional de Proveedores;
 - Cotizaciones con otros proveedores
 - Cámaras o asociaciones del ramo de que se trate.
- Se debe utilizar el concepto de valor razonable para determinar el costo.
- Con los valores obtenidos mediante información homogénea y comparable, la UTF debe elaborar una



matriz de precios, para lo cual deberá tomarse en cuenta aquella relativa al municipio, Distrito o entidad federativa de que se trate y, en caso de no existir información suficiente en la entidad federativa involucrada, se podrá considerar aquella de entidades federativas que se cuenten con un Ingreso Per Cápita semejante, de conformidad a la última información publicada por el Instituto Nacional de Geografía y Estadística.

- Para la valuación de los gastos no reportados, la UTF deberá utilizar el valor más alto de la matriz de precios, correspondiente al gasto específico no reportado.

En ese sentido, como se ha iniciado, el CG incumplió tanto lo ordenado mediante la sentencia RAP 110, como con lo dispuesto en el artículo 27, del Reglamento de Fiscalización, ya que al momento de pretender valorar o cotizar la producción y/o edición de los promocionales no reportados, dejó de reunir, analizar y evaluar información relacionada con el tipo específico del servicio; por el contrario, estimó de manera somera que se trataban de imágenes y videos (con características distintas) cuyo valor debía estimarse de manera idéntica.

En ese sentido, al no realizarse un adecuado procedimiento inicial en la valuación del servicio, las subsecuentes etapas procedimentales se encontraron viciadas, de ahí que la matriz de precios que conformó careció de objetividad y, por tanto, no puede considerarse ajustada a derecho, especialmente, cuando existe una válida presunción de que algunos o la totalidad de los videos e imágenes no reportados se hayan generado a partir de aplicaciones que no exigen la contratación de una persona profesional experta en la edición y producción de promocionales.

Por otro lado, se debe resaltar que si bien el artículo 27, del Reglamento de Fiscalización, señala que para la valuación de

gastos no reportados se debe utilizar el valor más alto de la matriz de precios, correspondiente al gasto específico no reportado; lo cierto es que dicha previsión se encuentra dirigida a la valuación de bienes o servicios similares.

Así, en el caso esta Sala Regional estima que no resulta dable considerar *a priori*¹⁰ que el costo de edición y producción de todos y cada uno de los promocionales deben a partir de una misma matriz de precios, sino que dicha cuestión, atendiendo a la naturaleza y elaboración del material analizado, debe necesariamente evaluarse mediante la cuidadosa y exhaustiva revisión y análisis de cada una de las imágenes y videos.

Lo anterior, en virtud que para establecer que la autoridad responsable utiliza un **valor razonable** al momento de estimar costos, resulta válido y posible establecer el agrupamiento de promocionales dependiendo de su calidad y las posibilidades, o no, de que hayan exigido que los sujetos denunciados hayan requerido los servicios onerosos de un profesional para su elaboración.

Finalmente, debe resaltarse que esta Sala Regional considera que, aun cuando el CG acertó al determinar la omisión en el reporte de gasto de los promocionales por parte de los sujetos denunciados, lo cierto es que al evaluarse la cantidad a la que ascienden los respectivos gastos, debió considerar que, de conformidad con las características de los promocionales, debió identificar objetivamente el posible medio y características utilizadas para la generación, edición y/o producción de las imágenes y videos.

Ello, en virtud de que la autoridad responsable, al momento de revalorizar los gastos no reportados, impuso a los sujetos

¹⁰ Antes de examinar el asunto de que se trata.



TRIBUNAL ELECTORAL
del Poder Judicial de la Federación

SALA REGIONAL
CIUDAD DE MÉXICO

SCM-RAP-131/2024
Y ACUMULADO

denunciados una sanción de índole económica equivalente al 100% (cien por ciento) sobre el monto involucrado de la conclusión sancionatoria, la cual ascendió a \$507,292.80 (quinientos siete mil doscientos noventa y dos pesos 80/100 M.N.), cantidad a la que se llegó tomando en cuenta que, supuestamente, la edición y producción de 151 (ciento cincuenta y un) promocionales tenían una valuación por un total de \$145,811.80 (ciento cuarenta y cinco mil ochocientos once pesos 80/100 M.N.).

Así, si bien los sujetos obligados deben ser sancionados al incumplir con su deber de reportar los promocionales - señalando aquellos cuya confección no generó un gasto-, lo cierto es que, como se ha indicado, no resulta apegado a derecho que se les sancionara mediante una valuación carente de objetividad y adecuada motivación.

Lo anterior, ya que actualmente debe hacerse uso de una visión amplia en el desarrollo de las tecnologías de la información, tomando en cuenta que actualmente los medios de comunicacionales modernos ha transitado a un estado en donde personas no profesionales pueden desplegar mensajes como imágenes y videos de calidad, y difundirlos sin costo alguno.

Así, se estima que los motivos de disenso relacionados con la falta de fundamentación y motivación en la decisión de la autoridad responsable son **fundados y suficientes para revocar parcialmente el acto impugnado**, para los efectos que se precisarán en el apartado final de la presente resolución.

CUARTO TEMA. Solicitud de *Non reformatio in peius* (prohibición de modificación en perjuicio).

Finalmente, los recurrentes solicitan que la resolución que la autoridad responsable emita en cumplimiento a la presente

sentencia, se tome en cuenta el principio *Non reformatio in peius* y, por tanto, no se les sancione de manera más gravosa a la contenida en el acto impugnado.

Al respecto, el principio *Non reformatio in peius* es un principio jurídico que pretende hacer prevalecer los diversos de certeza y seguridad jurídica al impedir que se empeore la situación legal de la persona o personas que interponen un medio de impugnación, es decir, que un órgano resolutor no agrave en mayor medida la condición o carga impuesta al recurrente en la determinación impugnada.

Asimismo, el principio *Non reformatio in peius* garantiza que quien interpone un medio impugnativo no sea colocado en una posición más desfavorable que la que tendría en caso de no haberlo interpuesto.

En el caso, si bien la aplicación del principio *Non reformatio in peius* exige la actualización de diversos aspectos de hecho y de derecho, en el caso, se estima dable atender la petición de los recurrentes, por lo que resulta válido ordenar al CG que con la emisión de la nueva resolución que emita en cumplimiento de la presente sentencia no se imponga a los recurrentes obligaciones, cargas o sanciones mayores a las que se establecieron en el acto impugnado.

Efectos.

Al resultar fundado el agravio de los recurrentes, relacionado con una deficiente fundamentación y motivación en el análisis de videos al determinarse que contenían edición o producción profesionales, esta Sala Regional determina **revocar**



parcialmente la resolución impugnada para los siguientes efectos:

1. Se ordena a la autoridad responsable que emita una nueva resolución en donde funde y motive cuáles son los promocionales que tuvieron una producción y/o edición, mediante un análisis detallado e individualizado de cada uno de las imágenes y videos publicados, señalando objetiva y exhaustivamente qué elementos materiales demuestran o no la profesionalidad en su elaboración, tomando en cuenta la posibilidad de que su generación pudo no haber implicado un gasto para los sujetos obligados al confeccionarse mediante aplicaciones públicas, accesibles y gratuitas.
2. A partir de ello, deberá hacer una nueva valoración del costo y de los promocionales, conforme a la determinación sobre el análisis de la producción y/o edición.
3. En caso de que estime que algún o algunos de los promocionales no exigieron gastos de producción o edición, imponga una sanción a los sujetos obligados por el hecho de no reportar en el SIF la generación gratuita de las imágenes y videos de manera oportuna, sanción que no deberá basarse en costos de bienes o servicios, sino que deberá tasarse de conformidad con los principios que rigen la imposición de sanciones en materia de fiscalización de los partidos políticos.

Finalmente, debe resaltarse que la revocación parcial establecida en la presente sentencia solo tiene efecto sobre la determinación de los promocionales sobre los cuales se deberá analizar si su producción y edición implicó un costo, así como la sanción que amerita la omisión de su reporte, quedando

intocadas las demás determinaciones adoptadas en la resolución impugnada.

Por tanto, el resto de las consideraciones y resolutivos adoptados en la Nueva resolución, deben quedar intocados.

Al respecto, la autoridad responsable deberá realizar lo ordenado en un plazo no mayor a **quince días hábiles**, debiendo notificar y remitir a esta Sala Regional, dentro de las veinticuatro horas siguientes a su ejecución, las constancias que acrediten el respectivo cumplimiento.

Con base en lo expuesto es que se **revoca parcialmente** la resolución impugnada.

Por lo expuesto y fundado, esta Sala Regional

R E S U E L V E

PRIMERO. Acumular el recurso de apelación **SCM-RAP-133/2024** al diverso **SCM-RAP-131/2024**, en consecuencia, se ordena integrar copia certificada de esta sentencia al expediente acumulado.

SEGUNDO. Revocar parcialmente el acto impugnado, para los efectos señalados en la presente sentencia.

Notifíquese en términos de ley. Asimismo, infórmese vía correo electrónico a la Sala Superior en atención al Acuerdo General 7/2017.

De ser el caso, devuélvanse los documentos que correspondan y, en su oportunidad, archívense los expedientes como asuntos total y definitivamente concluidos.



Así lo resolvieron, por **mayoría** de votos, la magistrada y los magistrados, con el voto en contra del magistrado Luis Enrique Rivero Carrera, quien emite voto particular y en el entendido que funge como magistrado en funciones y Berenice García Huante actúa también en funciones con motivo de la ausencia justificada de la magistrada María Guadalupe Silva Rojas, actuando como magistrado presidente por ministerio de ley José Luis Ceballos Daza, ante el secretario general de acuerdos en funciones, quien autoriza y da fe.

VOTO PARTICULAR QUE FORMULA EL MAGISTRADO EN FUNCIONES LUIS ENRIQUE RIVERO CARRERA, RESPECTO DE LA SENTENCIA DICTADA LOS RECURSOS DE APELACIÓN SCM-RAP-131/2024 Y ACUMULADO¹¹

Respetuosamente, me aparto del sentido de la sentencia sustentado por la mayoría, en atención a lo siguiente.

No comparto el estudio por el que se considera fundado del agravio relativo a la deficiente motivación en el análisis de videos, por arribar a la conclusión de que contenían edición o producción profesionales.

I. Consideraciones de la sentencia

En la sentencia se concluye lo anterior por dos razones fundamentales:

- La autoridad responsable dejó de fundar y motivar adecuadamente por qué consideraba que algunas

¹¹ Con fundamento en lo dispuesto en los artículos 261 último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación, así como 48 del Reglamento Interno de este Tribunal Electoral. En la elaboración de este voto particular colaboró Javier Ortiz Zulueta. Asimismo, en el presente voto utilizaré los conceptos definidos en el glosario de la sentencia, además de la voz “INE” para hacer referencia al Instituto Nacional Electoral.

publicaciones y videos contaban con producción y edición de corte “profesional” que, en consecuencia, implicaban un gasto fiscalizable y cuantificable.

- La autoridad responsable dejó de valorar la posibilidad de que los sujetos denunciados hayan utilizado aplicaciones o programas computacionales gratuitos para la edición y producción de las imágenes y videos cuyo pauta no fue reportado.

Por cuanto a la primera de esas razones la mayoría consideró que, diversas publicaciones y videos contaban con elementos suficientes para considerar que su edición y producción se realizó de manera profesional, pero que el INE no motivó de manera reforzada dicha conclusión.

Así, en la sentencia se considera que la autoridad responsable debía detallar, en cada uno de los videos y publicaciones contenían características como:

- o Calidad de video para transmisión broadcast,
- o Producción,
- o Manejo de imagen,
- o Audio,
- o Gráficos,
- o Post-producción y
- o Creatividad

De esta manera la mayoría considera que la autoridad responsable no motivó de manera reforzada e individualmente, si las publicaciones y videos tenían diversas características para ser considerados como editados y producidos **profesionalmente**.



Por cuanto hace a la segunda de las razones que se sostienen en la sentencia, mis pares consideraron que la autoridad responsable dejó de valorar con objetividad si los promocionales que fueron materia de revisión se produjeron mediante la utilización de aplicaciones informáticas que, en principio, no generan ningún costo para su producción y edición, programas tales como la aplicación “CapCut”.

II. Razones de mi voto particular

Así, disiento de las razones sostenidas en el proyecto, señaladas anteriormente en atención a lo siguiente:

- a) La sentencia requiere que se realice un análisis que no fue ordenado al resolver el SCM-RAP-110/2024 y acumulados.**

En primer lugar, se debe tener presente que los expedientes SCM-RAP-110/2024 y acumulados, devienen de una queja en materia de fiscalización.

En la referida sentencia del recurso SCM-RAP-110/2024 y acumulados esta sala regional revocó parcialmente la resolución a la queja de fiscalización y ordenó al CG del INE que emitiera una nueva, la cual fue impugnada en los presentes recursos de apelación.

Cabe señalar que, esta Sala Regional al resolver el recurso SCM-RAP-110/2024 y acumulados, en la parte conducente, únicamente consideró que, en la resolución a la queja de fiscalización originalmente emitida por el CG del INE no se explicaron las razones por las que calificó que las publicaciones y videos tenían elementos de producción y edición y, en su caso,

la motivación del por qué se podría considerar que ello involucra un trabajo profesional y no solo una edición de videos que no implica servicios profesionales y como consecuencia un costo.

Así, en la sentencia de los expedientes SCM-RAP-110/2024 y acumulados, revocó la resolución original de fiscalización en esta parte para los siguientes efectos:

Por otro lado, al resultar fundado el motivo de disenso de MORENA, relativo a la falta de fundamentación y motivación respecto de la determinación de los promocionales que contaron con producción y edición, lo procedente es revocar parcialmente la resolución impugnada para los siguientes efectos:

1. La revocación solo tiene efecto sobre la determinación de los promocionales sobre los cuales se deberá cobrar un costo de edición y/o producción, quedando intocado las demás determinaciones adoptadas en la resolución impugnada.
2. Se ordena a la autoridad responsable que emita una nueva resolución en donde funde y motive cuáles son los promocionales que tuvieron una producción y/o edición.
3. A partir de ello, deberá hacer una nueva valoración del costo y de los promocionales, conforme a la determinación sobre el análisis de la producción y/o edición.

Por lo que, puede observarse que en la sentencia del recurso SCM-RAP-110/2024 y acumulados no se ordenó al INE que realizara una motivación de “manera reforzada” respecto a si las publicaciones y videos tenían diversas características para ser considerados como editados y producidos profesionalmente, como se exige en la presente sentencia.

De ahí que, al no haberse requerido esa motivación reforzada en la sentencia que dio origen a la resolución del CG del INE impugnada en los presentes recursos, no puede reprocharse a la autoridad responsable que no la hubiera realizado y, en esta sentencia requerirle que realice una valoración distinta a la que originalmente se le ordenó realizar.



TRIBUNAL ELECTORAL
del Poder Judicial de la Federación

SALA REGIONAL
CIUDAD DE MÉXICO

SCM-RAP-131/2024
Y ACUMULADO

Por ello, considero que la motivación de la sentencia impugnada, en la que se establecieron las razones por las cuales las publicaciones y videos tenían edición y producción, lo cual coincide con lo que se le ordenó originalmente al CG del INE, razón por la cual no existe una deficiente motivación, como se sostiene en la presente sentencia.

b) Los propios recurrentes aceptan que los materiales propagandísticos fueron sujetos a edición y producción.

Por otra parte, considero que la resolución impugnada debe confirmarse porque, en su escritos de demanda, los propios recurrentes reconocen que los materiales propagandísticos sí fueron sujetos a edición y/o producción, (aun cuando ahora argumenten que tales trabajos o servicios pudieron haberse realizado con el uso de aplicaciones informáticas gratuitas), lo cual coincide con lo que esta Sala Regional le ordenó al CG del INE que determinara.

De ahí que dichas manifestaciones de los recurrentes respalden la determinación de la autoridad responsable en el sentido de que los materiales propagandísticos sí fueron sujetos a edición y/o producción.

Sin que sea obstáculo a lo anterior que ahora se pretenda exigir una motivación reforzada para determinar el grado de profesionalismo en su edición y/o producción, ya que esto, como ha quedado establecido anteriormente, excede lo que le fue requerido a la autoridad responsable.

c) Esta Sala Regional ya consideró correctos los parámetros para determinar que existe una grado de

**profesionalismo en la producción de materiales
propagandísticos.**

En los diversos SCM-RAP-108/2024 y acumulados se contravirtió una queja en materia de fiscalización en contra de los recurrentes.

En dicha sentencia, esta Sala Regional consideró que el CG había fundamentado y motivado indebidamente la determinación de los promocionales que habían contado con edición y producción, por lo que revocó parcialmente la resolución de la queja de fiscalización para el efecto de que se emita una nueva resolución en donde funde y motive cuáles son los promocionales que tuvieron una producción y/o edición.

Así, el CG del INE emitió una nueva resolución en cumplimiento a lo ordenado por esta Sala Regional, respecto de la cual, los hoy recurrentes impugnaron en el diverso SCM-RAP-132/2024 y acumulado y, Javier Joaquín López Casarín, también promovió un incidente de incumplimiento de sentencia.

Así, en el SCM-RAP-132/2024 y acumulado, esta Sala Regional confirmó la resolución del CG del INE, emitida en cumplimiento al SCM-RAP-108/2024 y acumulados, en lo que interesa, por lo siguiente:

- Se explicaron adecuadamente las razones técnicas por las que se concluyó que los videos contaban con características que demostraban que su producción contaba con cierto nivel de profesionalismo.
- Si los videos contaban o no con las siguientes características: 1) Calidad de video para transmisión broadcast; 2) Producción; 3) Manejo de imagen; 4) Audio; 5) Gráficos; 6) Post-producción y Creatividad;



- La autoridad fiscalizadora explicó que de los videos se aprecian cintillos, inserción de texto descriptivo y narrativo, logotipos de la candidatura denunciada y de los partidos políticos integrantes de la coalición denunciada, audio y musicalización;
- El Consejo General indicó que en la realización de videos se emplearon cámaras de foto o video semiprofesionales a profesionales de producción, iluminación, microfonía semiprofesional a profesional, grúas, *Dolly cam*, *steady cam*, dron, entre otros; actividad que indubitablemente implicó algún gasto.

Así, en la resolución de fiscalización emitida en cumplimiento del SCM-RAP-108/2024 y acumulados, el CG del INE estableció consideraciones para determinar que diversos materiales propagandísticos tenían características que demostraban que su producción contaba con cierto nivel de profesionalismo.

Así, esas características y parámetros fueron considerados válidos al resolverse el SCM-RAP-132/2024 y acumulado, razón por la cual se confirmó la resolución en materia de fiscalización emitida por el CG del INE emitida en cumplimiento al SCM-RAP-108/2024 y acumulados.

Así, dichas consideraciones son similares a los que el propio CG del INE sostuvo en la resolución que se impugna en los presentes SCM-RAP-131/2024 y acumulado, pero que, en esta ocasión se consideran que constituyen una indebida motivación que debió estar “reforzada”.

Por ello, mi disenso radica en que, en esta sentencia se considera insuficiente la motivación expuesta para establecer un cierto grado de profesionalismo en la producción de materiales

propagandísticos, cuando precisamente en el diverso SCM-RAP-132/2024 y acumulado, que tenía una temática y motivaciones similares fueron consideradas correctas y fueron confirmadas.

d) Los recurrentes no desvirtúan las consideraciones sobre el nivel de profesional de la edición y/o producción de los materiales propagandísticos.

En la resolución impugnada el CG del INE consideró que diversos materiales propagandísticos contaban con características de (i) Calidad de video para transmisión broadcast, (ii) Producción, (iii) Manejo de imagen, (iv) Audio, (v) Gráficos, (vi) Post-producción y (vii) Creatividad, que demostraba un grado edición o producción de corte profesional.

Al respecto, los recurrentes no desvirtúan dichas consideraciones, ni demuestran que, contrario a lo afirmado en la sentencia impugnada algunas publicaciones y videos no implicaban una producción o edición profesionales, sino que se limitan a señalar que dichos materiales pudieron haberse realizado con algunas aplicaciones sencillas y gratuitas, pero no acreditan que, efectivamente, se hubieran realizado de esa manera.

Ello, pues (tal y como también se indicó en el diverso recurso SCM-RAP-132/2024 y acumulado) este argumento de la parte actora debió calificarse como infundado, pues tendría que haber aportado tanto la argumentación, así como los mecanismos probatorios (técnicos), con la finalidad de corroborar que cada uno de los videos se confeccionaron orgánicamente y que no requirieron gastos de índole semi o profesional.



TRIBUNAL ELECTORAL
del Poder Judicial de la Federación

SALA REGIONAL
CIUDAD DE MÉXICO

SCM-RAP-131/2024
Y ACUMULADO

Lo anterior, ya que contrario a lo expuesto por la parte recurrente, se le otorgaron las razones suficientes para que tuviera conocimiento: i) de qué promocionales se consideraron de confección semi o profesional, ii) qué elementos se visualizaron tanto por el área especializada, así como por el INE en el acuerdo impugnado, iii) por qué razón las defensas expuestas durante la queja tanto en la respuesta, como en las alegaciones no derrotaban la existencia de la falta; lo que significa que el INE sí realizó un estudio suficiente del por qué los promocionales respectivos sí debían ser considerados de corte semi o profesional para efectos del registro en los gastos de fiscalización de la campaña de la Alcaldía.

De ahí que, al no haberse desvirtuado dichas consideraciones, se debió confirmar el acuerdo impugnado.

Las razones anteriores son las que sostienen el presente voto particular.

LUIS ENRIQUE RIVERO CARRERA
MAGISTRADO EN FUNCIONES

Este documento es una representación gráfica autorizada mediante firma electrónica certificada, el cual tiene plena validez jurídica de conformidad con el acuerdo general 3/2020 de la Sala Superior, que implementa la firma electrónica certificada del Poder Judicial de la Federación en los acuerdos, resoluciones y sentencias que se emitan con motivo del trámite, turno, sustanciación y resolución de los medios de impugnación en materia electoral; así como el numeral cuatro del Acuerdo General 2/2023 de la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación que regula las sesiones de las salas del tribunal y el uso de herramientas digitales.