



TRIBUNAL ELECTORAL  
del Poder Judicial de la Federación  
SALA REGIONAL ESPECIALIZADA

**EXPEDIENTE:** SRE-PSC-3/2023

**PROMOVENTE:** Ángel Patiño Pérez

**PARTES INVOLUCRADAS:** Alejandro Ismael Murat Hinojosa, entonces gobernador de Oaxaca, y otras

**MAGISTRADO EN FUNCIONES:** Gustavo César Pale Beristain

**PROYECTISTA:** Karen Ivette Torres Hernández

**COLABORÓ:** Gloria Sthefanie Rendón Barragán

Ciudad de México, a doce de enero de dos mil veintitrés.

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

## ANTECEDENTES

### I. Proceso electoral federal 2023-2024

1. De acuerdo con lo dispuesto en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales<sup>1</sup>, en dicha elección se renovará, entre otros cargos, la presidencia de la República.
2. Cabe destacar que el Instituto Nacional Electoral<sup>2</sup> aún no emite el calendario oficial del citado proceso electoral.

### II. Sustanciación del procedimiento especial sancionador.

3. **1. Denuncia.** El 3 de agosto de 2022<sup>3</sup>, Ángel Patiño Pérez, en su calidad de ciudadano, presentó queja contra Alejandro Ismael Murat Hinojosa, entonces gobernador de Oaxaca, por la supuesta realización de actos anticipados de precampaña y campaña, promoción personalizada, uso indebido de recursos públicos y vulneración a los principios de imparcialidad, neutralidad y equidad, derivado de su participación en una entrevista publicada el 4 de julio en la revista *“Líderes Mexicanos. Proyecto de Nación”* en sus versiones

<sup>1</sup> En adelante constitución federal y LEGIPE, respectivamente.

<sup>2</sup> En lo subsecuente INE.

<sup>3</sup> Las fechas que se indiquen en lo subsecuente corresponden al 2022, salvo mención expresa en contrario.



impresa y digital, que fue objeto de una campaña de difusión en *Facebook*, *Twitter*, diversos medios de comunicación y espectaculares en diversos estados.

4. También solicitó medidas cautelares y tutela preventiva para eliminar de las redes sociales y sitio *web* de la revista cualquier contenido vinculado con los hechos denunciados.
5. **2. Radicación, reserva y diligencias de investigación.** El 8 de agosto, la Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral<sup>4</sup> del INE registró la queja<sup>5</sup>, reservó la admisión, ordenó la instrumentación de un acta circunstanciada y diversos requerimientos.
6. **3. Admisión.** El 16 de agosto, la UTCE admitió a trámite el procedimiento y remitió la propuesta de medidas cautelares.
7. **4. ACQyDINE-152/2022.** El 17 de agosto, la Comisión de Quejas y Denuncias<sup>6</sup> del INE declaró la improcedencia de las medidas cautelares<sup>7</sup>, porque desde una óptica preliminar la entrevista está amparada por la libertad de expresión y periodística con la que cuenta la revista "*Líderes Mexicanos*", como medio de comunicación social.
8. La tutela preventiva se determinó improcedente porque se trata de hechos futuros de realización incierta.
9. **5. Emplazamiento y audiencia.** El 30 de noviembre, la UTCE ordenó emplazar a las partes a la audiencia de pruebas y alegatos<sup>8</sup>, la cual se celebró el 13 de diciembre.
10. **6. Remisión del expediente e informe circunstanciado.** En su oportunidad, la UTCE remitió a la Oficialía de Partes de esta Sala Especializada el expediente y el informe circunstanciado.

---

<sup>4</sup> En lo sucesivo UTCE.

<sup>5</sup> UT/SCG/PE/APP/CG/388/2022.

<sup>6</sup> En lo subsecuente CQyD.

<sup>7</sup> Dicha determinación no se impugnó.

<sup>8</sup> Se emplazó a las sociedades anónimas de capital variable conforme a la jurisprudencia 17/2011 de rubro "*PROCEDIMIENTO ESPECIAL SANCIONADOR. SI DURANTE SU TRÁMITE, EL SECRETARIO EJECUTIVO DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL, ADVIERTE LA PARTICIPACIÓN DE OTROS SUJETOS, DEBE EMPLAZAR A TODOS*".



### III. Trámite ante la Sala Especializada.

11. **1. Recepción, turno y radicación del expediente.** Cuando llegó el expediente se revisó su integración y el 10 de enero, el magistrado presidente le dio la clave **SRE-PSC-3/2023** y lo turnó a la ponencia del magistrado en funciones Gustavo César Pale Beristain, quien lo radicó y propuso el proyecto de sentencia.

## CONSIDERACIONES

### PRIMERA. Competencia para conocer el caso.

12. Esta Sala Especializada tiene facultad para resolver este procedimiento especial sancionador, en el que se denunció la supuesta realización de actos anticipados de precampaña y campaña, promoción personalizada, vulneración a los principios de imparcialidad y neutralidad, así como el uso indebido de recursos públicos, por parte de Alejandro Ismael Murat Hinojosa, entonces gobernador de Oaxaca, por una entrevista que se publicó en la revista “Líderes Mexicanos” con difusión en diferentes estados del país, en los que supuestamente se promociona al denunciado y sus logros de gobierno para el próximo proceso electoral de 2024; lo anterior, toda vez que son infracciones de carácter federal, competencia de este órgano jurisdiccional<sup>9</sup>.

### SEGUNDA. Acusaciones y defensas

13. **Ángel Patiño Pérez** denunció<sup>10</sup>:
- El 4 de julio se publicó la entrevista realizada al entonces gobernador de Oaxaca en la revista “*Líderes Mexicanos*”. Dicho medio de comunicación social hizo una campaña de difusión en redes sociales, medios digitales y espectaculares.

---

<sup>9</sup> Artículos 99, segundo y cuarto párrafo, fracción IX, de la constitución federal; 173, primer párrafo, y 176 último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación; 470 párrafo 1, inciso c), 475 y 476 de la LEGIPE; así como las jurisprudencias 8/2016 y 25/2015 de rubros: “*COMPETENCIA. EL CONOCIMIENTO DE ACTOS ANTICIPADOS DE PRECAMPAÑA Y CAMPAÑA, SE DETERMINA POR SU VINCULACIÓN AL PROCESO ELECTORAL QUE SE ADUCE LESIONADO*” y “*COMPETENCIA. SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN PARA CONOCER, SUSTANCIAR Y RESOLVER PROCEDIMIENTOS SANCIONADORES*”.

<sup>10</sup> Páginas 19 a 64 del expediente.



- La supuesta entrevista enaltece la figura del entonces gobernador y logros de su administración y también plantea mensajes con equivalencias funcionales sobre su pretensión de ser candidato futuro a un cargo de elección popular.
  - Como titular del ejecutivo local tiene la posibilidad de influir en la ciudadanía y lograr el apoyo de la militancia priista a través de los recursos humanos, materiales y económicos que tiene a su disposición dada su jerarquía e investidura.
  - El entonces gobernador se posicionó como un “precandidato de facto” para la contienda interna del Partido Revolucionario Institucional por la candidatura presidencial de 2024.
  - Se trata de una estrategia de posicionamiento anticipado e ilegal de cara al proceso electoral federal 2023-2024.
  - Utilizó recursos públicos para asistir y conceder la entrevista.
  - La revista comete un fraude a la ley al señalar que está amparada por la libertad de comercio.
14. Alejandro Ismael Murat Hinojosa, **entonces gobernador de Oaxaca**, se defendió de la siguiente manera<sup>11</sup>:
- La revista “Líderes Mexicanos” le pidió una entrevista vía telefónica sobre su administración y la celebración de la “*Guelaguetza*”.
  - La entrevista fue un ejercicio de libertad periodística auténtico.
  - No empleó recursos públicos.
  - No se acreditan los elementos personal, temporal ni subjetivo de los actos anticipados de campaña, toda vez que carece de la calidad de precandidato, candidato o aspirante a candidato independiente para el ejecutivo federal, faltan varios meses para que inicie el proceso electoral correspondiente y no hay expresiones solicitando el voto a la ciudadanía.
  - Las manifestaciones que hizo están amparadas por la libertad de expresión (jurisprudencia 18/2016) sin ánimo de influir en la ciudadanía.
  - Se debe recordar que dicha libertad debe maximizarse en el contexto del debate público.

<sup>11</sup> Páginas 127 a 132 del expediente, 1157 a 1166 y 1180 a 1189 del cuaderno accesorio único.



- La declaración sobre su aspiración política es sobre un hecho futuro de realización incierta y nunca hizo un llamado al voto de manera explícita o implícita, no indicó por cual partido o elección contendría.
  - No compartió un mensaje electoral sino la situación del estado de Oaxaca.
  - Debe recordarse que la sentencia dictada en el procedimiento SRE-PSC-164/2022 determinó la inexistencia de los actos anticipados de precampaña y campaña, promoción personalizada y la vulneración a los principios de imparcialidad y neutralidad, con base en consideraciones similares a las que expone en su escrito de comparecencia.
15. Susana Sánchez Gasca y Fernando Roberto Zuñiga Tapia, personas apoderadas legales de **Ferraz Comunicación S.A. de C.V.**, señalaron<sup>12</sup>:
- Que es titular de los derechos de uso exclusivo de la revista "*Líderes Mexicanos*".
  - La revista centra su contenido en el relato de historias de éxito de personajes en México en el ámbito político o empresarial. Su línea editorial tiene más de 30 años.
  - Por eso entrevistó al entonces gobernador de Oaxaca y no le pagó.
  - Las ediciones son impresas y digitales. Venden espacios publicitarios a distintas marcas.
  - La revista se distribuye a nivel nacional.
  - Para promocionar el ejemplar contrató diversos espectaculares, en julio, agosto y septiembre, amparado por la libertad comercial, pues la intención fue invitar a la ciudadanía a buscar y leer la revista para ejercer su derecho humano a la información (jurisprudencias 11/2008 y 15/2018).
  - La publicidad la contrató con las sociedades anónimas de capital variable: Mercadotecnia; CTU Comercial; Emailing; Exteriores; Impactos frecuencia y cobertura en medios; Toma 1 publicidad y Super Urbano Publicidad.

<sup>12</sup> Páginas 133 a 138 del expediente; 1204 a 1213 y 1252 a 1256 del cuaderno accesorio único.



- La estrategia comercial es distinta con cada ejemplar, pero esa forma de publicidad es una actividad ordinaria. Sus campañas publicitarias son nacionales y regionales.
- No promocionó a alguna persona candidata o llamada en favor de alguna persona servidora pública.
- La edición no se realizó en tiempos de proceso electoral.
- El entonces gobernador no le otorgó recurso alguno para pagar la publicidad.

16. Edgar Cervantes Ortiz, apoderado legal de **Lacavi Mercadotecnia S.A. de C.V.**, precisó que<sup>13</sup>:

- En las pantallas LED de las bahías L2 y L3 de la terminal 2 del aeropuerto internacional “Benito Juárez”, además de publicitar la revista “*Líderes Mexicanos*” colocó pautas de otras empresas.
- Las pantallas LED de las bahías L2 y L3 difundieron la publicidad de la revista, del 4 de julio al 3 de agosto (31 días)<sup>14</sup>, se reprodujo 660 veces al día (6600 segundos).
- Desconoce si el 4 de julio se publicó un artículo en el que se reseña la entrevista a dicho funcionario público, así como la campaña de difusión.
- No colocó algún anuncio espectacular para promocionar la imagen y aspiraciones del entonces gobernador de Oaxaca.
- Jamás realizó actos anticipados de precampaña ni promoción personalizada, uso indebido de recursos públicos y vulneración a los principios de imparcialidad y neutralidad.
- Lo anterior porque no se ha emitido el inicio del proceso electoral de 2024 ni las fechas de las distintas etapas que lo componen y la publicidad de las pantallas LED de las bahías L2 y L3 no contienen llamados expresos al voto a favor o en contra de una precandidatura del entonces gobernador de Oaxaca.
- Únicamente transmitió la pauta que le proporcionó Ferraez Comunicación S.A. de C.V..

<sup>13</sup> Páginas 388 a 390 del expediente y 1350 a 1360 del cuaderno accesorio único.

<sup>14</sup> Página 416 del expediente.



- Es una persona moral y no servicio público como lo requiere el artículo 134 constitucional.
17. Luis Alberto Guerrero Castro, administrador de **Ecxteriores, S.A. de C.V.**, indicó<sup>15</sup>:
- El 18 de julio contrató con Ferraez Comunicación S.A. de C.V. la renta de 5 espectaculares unipolares con la portada de la revista “*Líderes Mexicanos*” con la imagen del entonces gobernador de Oaxaca, por \$108,000.00.
  - Su intervención sólo fue para cumplir con el contrato sin promover a dicho servidor público.
18. María del Rosario Hidalgo Aguilera, apoderada legal de **Emailing, S.A. de C.V.**, destacó<sup>16</sup>:
- Los espectaculares que se colocaron están amparados por la relación comercial entre particulares, para beneficio de los fines y objetos sociales que persiguen.
  - Las conductas de ambas partes responden a razones contractuales y de orden mercantil.
  - No negoció ni contrató con alguna persona servidora pública o moral que tuviera la intención de promocionar a otra.
19. Erik Grajeda Ramos, representante legal de **Super Urbano Publicidad, S.A. de C.V.**, contestó<sup>17</sup>:
- Que fue la primera ocasión que celebró un contrato con Ferraez Comunicación, S.A. de C.V.; aunque la publicidad es una práctica habitual con otras empresas.
20. Allan González Vega, representante legal de **Toma 1 Publicidad, S.A. de C.V.**, señaló<sup>18</sup> que:

---

<sup>15</sup> Páginas 1230 a 1232 del expediente.

<sup>16</sup> Páginas 1266 a 1269 del cuaderno accesorio único.

<sup>17</sup> Páginas 1320 a 1321 del cuaderno accesorio único.

<sup>18</sup> Páginas 1342 a 1344 del cuaderno accesorio único.



- No realizó promoción personalizada del entonces gobernador de Oaxaca.
- Sólo ejerció sus derechos fundamentales de libertad de expresión y de comercio; el primero incluye la libertad de prensa y de labor periodística, que gozan de un manto protector.
- La libertad comercial de las empresas permite que realicen actos de promoción y/o venta de sus piezas (artículo 5 constitucional).
- Por eso estableció una relación comercial con la persona moral encargada de la edición de la revista “*Líderes Mexicanos*”, como parte de una estrategia publicitaria para vender ejemplares.
- La aparición del entonces gobernador de Oaxaca fue meramente incidental.

21. Ricardo David Torres Barroso, apoderado legal de **Impactos, frecuencia y cobertura en medios S.A. de C.V.**, se defendió<sup>19</sup> de la siguiente manera:

- Sólo transmitió el contenido que le proporcionó Ferraez Comunicación S.A. de C.V., con la aclaración de que no participó en el diseño e información.
- La difusión de una revista no contraviene el orden público y lo contrario sería atentar contra la libertad de comercio.

### **TERCERA. Pruebas y hechos acreditados<sup>20</sup>.**

#### **Calidad de las personas denunciadas.**

22. Es un hecho notorio que Alejandro Ismael Murat Hinojosa fue gobernador de Oaxaca al momento de los acontecimientos denunciados<sup>21</sup>.

<sup>19</sup> Páginas 1388 a 1389 del cuaderno accesorio único.

<sup>20</sup> La valoración probatoria se hace de conformidad con lo establecido en los artículos 461, párrafo 3, inciso a) y b), así como 462, párrafos 1, 2 y 3 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.

<sup>21</sup> <https://www.oaxaca.gob.mx/gubernatura/titular-de-la-dependencia/>, en términos del artículo 461 de la LGIPE. Véase la jurisprudencia P.J.J. 74/2006, de rubro: “*HECHO NOTORIO. CONCEPTO GENERAL Y JURÍDICO*” y el criterio 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*”.





**Titularidad de la revista “*Líderes Mexicanos*”.**

23. Ferraez Comunicación S.A. de C.V. reconoció ser el titular de dicho medio de comunicación social hasta el 5 de septiembre de 2023<sup>22</sup>.

**Ejemplar de la revista.**

24. Ferraez Comunicación S.A. de C.V. proporcionó la liga [https://issuu.com/pdn\\_/docs/proyexionacion-julio-agosto](https://issuu.com/pdn_/docs/proyexionacion-julio-agosto) donde puede ser consultable la versión digital de la revista “*Líderes Mexicanos*” de julio-agosto 2022, así como un ejemplar físico del mismo (año 31; tomo 391; Julio-Agosto 2022)<sup>23</sup>.

**Publicidad de la revista.**

25. Las distintas sociedades de capital variable exhibieron los contratos o convenios pactados con Ferraez Comunicación S.A. de C.V.:
- Convenio comercial con Lacavi Mercadotecnia<sup>24</sup>.
  - Contrato de prestación de servicios con Impactos, Frecuencia y Cobertura en Medios<sup>25</sup>.
  - Convenio de intercambio con Super Urbano Publicidad<sup>26</sup>.
  - Contrato de arrendamiento de espacio publicitario con Toma 1 Publicidad<sup>27</sup>.
  - Contrato de prestación de servicios publicitarios con Ecxteriores<sup>28</sup>.
  - Convenio de intercambio con Emailing<sup>29</sup>.
  - Contrato de colocación y exhibición de anuncios publicitarios con CTU Comercial<sup>30</sup>.

<sup>22</sup> Lo acredita con la renovación de la reserva de derechos al uso exclusivo con número 04-2014-090513591700-102 expedida por el Instituto Nacional de Derechos de Autor, visible en la página 1264 del cuaderno accesorio único.

<sup>23</sup> Páginas 134 y 139 del expediente.

<sup>24</sup> Páginas 140 a 150, 405-413 del expediente.

<sup>25</sup> Páginas a 151 a 156 del expediente.

<sup>26</sup> Páginas 157 a 163 y 473 a 479 del expediente y 1330 a 1336 del cuaderno accesorio único.

<sup>27</sup> Páginas 164 a 168 del expediente.

<sup>28</sup> Páginas 169 a 170 y 848 a 857 del expediente y 1250 del cuaderno accesorio único.

<sup>29</sup> Páginas 171 a 176 del expediente.

<sup>30</sup> Páginas 177 a 182 del expediente.



### **Espectaculares.**

26. Lacavi Mercadotecnia S.A. de C.V. remitió testigos fotográficos de las pantallas LED en las bahías L2 y L3 con publicidad de la revista Líderes Mexicanos julio-agosto 2022 con la imagen del entonces gobernador de Oaxaca<sup>31</sup>.
27. Toma 1 Publicidad S.A. de C.V. envió fotografías de los espectaculares colocados en los municipios de Lerma, Metepec, Ocoyoacac y Toluca, en el Estado de México<sup>32</sup>.
28. Emailing S.A. de C.V. mandó testigos fotográficos de la campaña de la revista Líderes Mexicanos en Veracruz Centro, Sur, Norte y Boca del Río, de esa entidad federativa<sup>33</sup>.
29. Ecteriores S.A. de C.V. remitió un informe fotográfico de los espectaculares colocados en Ensenada, Rosarito y Tijuana, en Baja California<sup>34</sup>.

### **Vallas móviles.**

30. Luis Vicente del Rey Ramírez, apoderado legal de Impactos, Frecuencia y Cobertura en Medios, S.A. de C.V., indicó que se ocuparon 3 unidades de vallas móviles (envió fotografías) y las rutas eran sobre avenidas principales de Monterrey y área metropolitana de las 9:00 a las 17:00 horas<sup>35</sup>.

### **Lonas.**

31. Super Urbano Publicidad S.A. de C.V. remitió imágenes de las lonas colocadas en Ciudad Victoria, Matamoros, Ciudad Madero, Tampico, en Tamaulipas<sup>36</sup>.

### **Actas circunstanciadas.**

32. La Oficialía Electoral detectó la colocación de la publicidad en las siguientes ubicaciones:

---

<sup>31</sup> Páginas del 397 a 404 del expediente.

<sup>32</sup> Páginas 508 a 529 del expediente.

<sup>33</sup> Páginas 568 a 577 del expediente y 757 a 766 del cuaderno accesorio único.

<sup>34</sup> Páginas 850 a 854 del cuaderno accesorio único.

<sup>35</sup> Páginas 419 a 421, 429 a 452 del expediente.

<sup>36</sup> Páginas 480 a 483 del expediente y 1337 a 1340 del cuaderno accesorio único.



Entidad	Tipo de elemento	Ubicación
<b>Ciudad de México</b>	Pantallas tipo LED	Aeropuerto Internacional "Benito Juárez". de la Ciudad de México, Terminal 2, Bahía L2 y Bahía L3, (área de Check in de Aeroméxico)
<b>Nuevo León</b>	Espectacular unipolar	Gómez Morín a la Altura de Loma Larga, Monterrey, Nuevo León. Unipolar de C.P. 64710
	Espectacular unipolar	Puerta del Sol II, Monterrey, Nuevo León. Unipolar de 12.30 x 7.20
	Espectacular unipolar	Fidel Velázquez esquina Zapotlán; Col. Mitras Norte; Monterrey Nuevo León; CP 64320
	Espectacular Tripolar	Constitución al Oriente, esquina Bonifacio Salinas; Col. Torres de Linda Vista; Guadalupe, Nuevo León; CP 67113
	Espectacular unipolar	Cauhtémoc Norte 230; Col. Centro; Monterrey, Nuevo León; CP 64000
	Espectacular unipolar	Av. Ruiz Cortínez 3590 Poniente; esq. Dr. J. E. González; Monterrey, Nuevo León; CP 64320
	Espectacular unipolar	Morones Prieto esq. Pino Suarez; Col, Independencia; Monterrey, Nuevo León; CP 64720
	Puente Peatonal	Av. Universidad Col. Centro; San Nicolas de los Garza, Nuevo León; CP 66400
	Puente Peatonal	Av. Eugenio Garza Sada y Sierra Taray, Col. Country; Monterrey, Nuevo León; CP 64860
	Puente Peatonal	Av. Fidel Velázquez y Clavellinas, Col. Hogares Ferrocarrileros, Monterrey, Nuevo León; CP 64260
<b>Tamaulipas</b>	Espectacular	Carretera Tampico-Mante (Av. Hidalgo) y Chiapas; Tampico, Tamaulipas
	Espectacular	Av. Monterrey No. 207 Norte; Ciudad Madero, Tamaulipas
	Espectacular	Cavazos Lerma y Acción Cívica No. 11 (En la Curva); Matamoros, Tamaulipas
	Espectacular	República Española No. 515; Ciudad Victoria, Tamaulipas
<b>Baja California</b>	Espectacular	Boulevard Art 27 No. 4098 Fracc. Villa Turística Parte Alta, Rosarito, Baja California,
	Espectacular	Av. Reforma y Boulevard de las Águilas S/N, Ensenada Baja California
	Espectacular	Boulevard Fundadores 22046 Tijuana BC,
	Espectacular	Boulevard Diaz Ordaz 2910, La Joya, Tijuana BC,
	Espectacular	Segunda Soler 22530, Tijuana BC,
<b>Veracruz</b>	Cartelera	Av. Miguel Alemán No 2277, esquina Bolívar; Jardines del Centro; Multifamiliar de Veracruz; Veracruz Centro
	Cartelera	Av. Miguel Alemán No 1063, entre Collado y Xalapa; vista norte; Veracruz Centro
	Cartelera	Av. Miguel Alemán No 1063, entre Collado y Xalapa; vista sur; Veracruz Centro
	Espectacular	Av. Morelos No. 1, entre Agustín Yáñez y Cervantes y Padilla, sobre el puente Morelos, vista norte; Veracruz Centro
	Espectacular	Prolongación Miguel Alemán S/N, entrada a la ciudad; Veracruz sur
	Cartelera	Boulevard Ruiz Cortínez S/N, estacionamiento World Trade Center, posic. 2; Boca del Río



Entidad	Tipo de elemento	Ubicación
	Cartelera	Av. Díaz Mirón Lote 7, esquina Ejército Mexicano, frente al Campo Militar; Veracruz sur
	No especifica	Av. Cuauhtémoc S/N esquina República de Paraguay, frente a Plaza las Palmas; Veracruz norte
	Espectacular	Av. Ejército Mexicano S/N casi esquina Ruiz Cortínez, junto al World Trade Center, lado Av. Ejército Mexicano; Boca del Río
	Espectacular	Av. Ejército Mexicano S/N casi esquina Ruiz Cortínez, junto al World Trade Center, lado Av. Ejército Mexicano; Boca del Río
Jalisco	Espectacular	Av. Patria y Moctezuma, Vista 1 Zapopan
	Espectacular	Av. Patria y Moctezuma, Vista 2 Zapopan
	Espectacular	Carretera a Chapala km 15, Tlaquepaque
	Espectacular	Carretera. Guadalajara -Nogales km13.7, Zapopan
	Espectacular	Av. Mariano Otero # 1901 Zapopan
	Espectacular	Periférico Pte. # 2100 Vista 1, Zapopan
	Espectacular	Periférico Pte. # 2100 Vista 2, Zapopan
	Espectacular	Periférico Sur # 5175 Tlaquepaque
	Espectacular	Maxipista Guadalajara-México km 6.5
	Espectacular	Av. Río Nilo # 7550 Tonalá
Estado de México	Espectacular	Avenida Pino Suárez, Metepec
	Espectacular	Avenida Tecnológico Esquina 2 De Abril, Metepec
	Espectacular	Boulevard Aeropuerto # 1 (Miguel Alemán), Toluca
	Espectacular	Boulevard Miguel Alemán Km. 3, Lerma de Villada
	Espectacular	Boulevard Miguel Alemán # 978, Toluca
	Espectacular	Carretera Mex-Tol Km 41, Ocoyoacac
	Espectacular	Km. 40+500 LD Carretera Toluca-México, Ocoyoacac
	Espectacular	Carretera México-Toluca Km 34.5, Ocoyoacac
	Espectacular	Km. 40+500 LD Carretera Toluca-México, Ocoyoacac
	Espectacular	Paseo Tollocan No. 505, Toluca
	Espectacular	Autopista Toluca-Mex Km 33. Ocoyoacac
	Espectacular	Carretera Mex-Tol Km 35.00, Lerma de Villada
	Espectacular	Autopista Toluca-Mex Km 44.1, Ocoyoacac
	Espectacular	Autopista Toluca-Mex Km 37.5, Ocoyoacac
	Espectacular	Boulevard Miguel Alemán S/N, esquina Paseo Tollocan, Toluca
	Espectacular	Boulevard Miguel Alemán Valdez No 302, Toluca
	Espectacular	Paseo Tollocan Casi esquina Comonfort, Toluca
	Espectacular	Paseo Tollocan 131 Col Universidad, Toluca
Espectacular	Paseo Tollocan 306 Col Altamirano, Toluca	
Espectacular	Carretera Toluca-México Marquesa Las Alas, Ocoyoacac	

33. Lo cual se verificó mediante las actas que se localizan como anexo 1 de esta sentencia.
34. Hasta aquí se acreditó que:
- ✓ El entonces gobernador de Oaxaca concedió una entrevista a la revista “*Líderes Mexicanos*” vía telefónica.



- ✓ Ferraez Comunicación S.A. de C.V. reconoció que es responsable de la revista “*Líderes Mexicanos*” y proporcionó el ejemplar del bimestre julio-agosto, que contiene la entrevista a Alejandro Ismael Murat Hinojosa, la cual se publicó el 4 de julio.
- ✓ La existencia de colocación de los diversos espectaculares y publicidad denunciada (vallas móviles, pantallas LED y lonas en puentes peatonales) en distintas entidades federativas a través de la certificación de la autoridad electoral instructora realizada en las diversas actas circunstanciadas señaladas en el apartado probatorio.
- ✓ La existencia y contenido de las publicaciones en redes sociales.
- ✓ El entonces gobernador de Oaxaca precisó que no otorgó ningún recurso público para la entrevista o la campaña de publicidad.
- ✓ Las personas morales con las que se contrató la publicidad presentaron pruebas de los pagos realizados por Ferraez Comunicación, S.A. de C.V.

#### CUARTA. Cuestión por resolver

35. Esta Sala Especializada deberá determinar si:

- **Alejandro Ismael Murat Hinojosa**, entonces gobernador de Oaxaca, cometió actos anticipados de precampaña y campaña, promoción personalizada, uso indebido de recursos públicos y vulneración a los principios de imparcialidad y neutralidad.
- **Ferraez Comunicación S.A. de C.V.** realizó actos anticipados de precampaña y campaña y promoción personalizada a favor del entonces gobernador de Oaxaca.
- Las sociedades anónimas de capital variable **Emailing; Toma 1 Publicidad; Super Urbano Publicidad; Impactos Frecuencia y Cobertura en Medios; Ecxteriores y CTU Comercial** hicieron promoción personalizada a favor del entonces gobernador de Oaxaca.

#### QUINTA. Marco normativo.

→ **Actos anticipados de precampaña y campaña.**



36. El proceso electoral es el conjunto de actos emitidos por las autoridades electorales *-nacional, locales o municipales-*, a quienes se les encomienda su organización y en el que participan partidos políticos, precandidaturas, candidaturas y la ciudadanía, con el objetivo de lograr la renovación periódica de los poderes públicos, a través del sufragio universal, igual y secreto, que garantice la libre expresión de la voluntad popular; para lo cual se deben respetar los principios de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, objetividad y definitividad, toda vez que por medio del sufragio las y los ciudadanos deciden las autoridades que habrán de gobernar en función de que las aprecien como la mejor opción para representar sus intereses.
37. Conforme a lo dispuesto en la ley electoral, los actos anticipados de precampaña y campaña son aquellas expresiones que se realizan bajo cualquier modalidad y en cualquier momento **fuera de la etapa de precampañas<sup>37</sup> y campañas**, que contengan llamados expresos al voto en contra o a favor de una candidatura o un partido, o expresiones solicitando cualquier tipo de apoyo para contender en el proceso electoral por alguna precandidatura, candidatura o para un partido.
38. De conformidad con la línea jurisprudencial de este Tribunal Electoral para la actualización de los actos anticipados de precampaña y campaña se requiere la coexistencia de tres elementos<sup>38</sup>, y basta con que uno de ellos se desvirtúe para que no se tenga por acreditada la infracción electoral, pues su concurrencia resulta indispensable:
- **Que los realicen los partidos políticos, su militancia, personas aspirantes a un cargo electivo o precandidaturas y candidaturas**, en el contexto del mensaje se adviertan voces, imágenes o símbolos que hagan plenamente identificable a la persona o partido político de que se trate (**elemento personal**).

---

<sup>37</sup> Los actos de precampaña se verifican durante el lapso que va desde el inicio del proceso electoral hasta antes del plazo legal para el inicio de las precampañas. Artículo 3, párrafo 1, inciso b), de la ley general.

<sup>38</sup> Elementos establecidos por la Sala Superior, en las sentencias recaídas a los recursos de apelación SUP-RAP-15/2009 y acumulado, SUP-RAP-191/2010, SUP-RAP-204/2012, SUP-RAP-15-2012 y al juicio de revisión constitucional electoral SUP-JRC-274/2010.



- Que dichos actos o frases se realicen antes de la etapa procesal de precampaña o campaña electoral (**elemento temporal**).
  - Que una persona realice actos o cualquier tipo de expresión que revele la **intención de llamar a votar o pedir apoyo a favor** o en contra de cualquier persona o partido, para contender en un procedimiento interno, o en un proceso electoral; o bien, que de dichas expresiones se advierta la finalidad de promover u obtener la postulación a una precandidatura, candidatura o cargo de elección popular (**elemento subjetivo**).
39. La Superioridad también señaló que para acreditar el elemento subjetivo se requiere que el mensaje sea explícito o inequívoco respecto a su finalidad electoral. Por tanto, se debe verificar:
- Si el mensaje o acto incluye alguna palabra o expresión que, de forma objetiva, manifiesta, abierta y sin ambigüedad denote alguno de esos propósitos, o que posea un **significado equivalente** de apoyo o rechazo hacia una opción electoral de una forma inequívoca; y
  - Que esas manifestaciones trasciendan al conocimiento de la ciudadanía y que, valoradas en su contexto, puedan afectar la equidad en la contienda.
40. De igual manera, para identificar si los mensajes difundidos constituyen equivalentes funcionales de apoyos expresos o rechazo hacia una propuesta electoral, la autoridad debe **realizar un análisis integral de sus elementos auditivos y visuales**, de manera que se estudie como un todo, y examinarlo en relación y coherencia con el contexto en que se emite (temporalidad, la posible audiencia, medio utilizado para su difusión, entre otras circunstancias relevantes).
41. Ahora bien, toda vez que en este caso algunas de las expresiones reclamadas se difundió a través de redes sociales -y otras en radio y televisión como veremos más adelante-, es importante tener en consideración que la Sala Superior<sup>39</sup> ha señalado que estos medios (redes sociales) requieren de una

---

<sup>39</sup> SUP-REP-346/2021.



interacción deliberada y consciente, que se desenvuelve en un plano multidireccional entre sus diversas personas usuarias para mantener activa la estructura de comunicación, **ya que la manifestación de voluntad e interés particular de quienes las usan -ya sea de compartir o buscar cierto tipo de información, como de participar en una discusión, grupo o comunidad virtual determinados-**, contribuye de manera decisiva en la generación dinámica del contenido y en la subsecuente formación de un diálogo abierto, indiscriminado e imprevisible.

42. También señaló que *Facebook, Twitter o Instagram* ofrecen el potencial de que las personas usuarias puedan ser generadoras de contenidos o simples espectadoras de la información que se genera y difunde en la misma, circunstancia que, en principio, **permite presumir que las publicaciones son realizadas libremente.**
43. En relación con la libertad de expresión en redes sociales, la jurisprudencia electoral<sup>40</sup> señala que, dadas sus características *–como un medio que posibilita el ejercicio cada vez más democrático, abierto, plural y expansivo de la libertad de expresión–* la postura que se adopte en torno a cualquier medida que pueda impactarlas, debe estar orientada, en principio, a salvaguardar la libre y genuina interacción entre las personas usuarias.
44. Esto, porque las redes sociales permiten la comunicación directa e indirecta entre quienes las usan, por lo cual hay una presunción de que difunden contenidos de manera espontánea, a fin de maximizar la libertad de expresión en el contexto del debate político.
45. Si bien la libertad de expresión tiene una garantía amplia y robusta cuando se trata del uso de redes sociales, ello no les excluye de las obligaciones y prohibiciones que existan en materia electoral, por lo que las manifestaciones en la red no están amparadas de manera absoluta por la libertad de expresión, dado su potencial para incidir en los procesos electorales<sup>41</sup>.

---

<sup>40</sup>Jurisprudencia 18/2016, de rubro: **“LIBERTAD DE EXPRESIÓN. PRESUNCIÓN DE ESPONTANEIDAD EN LA DIFUSIÓN DE MENSAJES EN REDES SOCIALES.”** y 19/2016, de rubro: **“LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN REDES SOCIALES. ENFOQUE QUE DEBE ADOPTARSE AL ANALIZAR MEDIDAS QUE PUEDEN IMPACTARLAS”.**

<sup>41</sup> SUP-REP-123/2017 y SUP-REP-7/2018.





46. Por ello, cuando una persona usuaria de la red es aspirante, precandidata o candidata a algún cargo de elección popular, sus expresiones deben ser estudiadas para ver si con sus publicaciones persigue fines relacionados con sus propias aspiraciones a una precandidatura o candidatura, a partir de lo cual será posible determinar si incumple alguna obligación o vulnera alguna prohibición en materia electoral, de las cuales no está exenta.
47. El análisis de la calidad que tenga una persona que emite un mensaje en redes sociales y el contexto en el que se difunde permite determinar si se actualiza alguna afectación a los principios que rigen los procesos electorales, como el de la equidad en la contienda.
48. Lo anterior, no debe considerarse una restricción injustificada a la libertad de expresión, porque el derecho a utilizar las redes sociales no es absoluto ni ilimitado, ya que se debe sujetar a los parámetros constitucionales, convencionales y legales.
49. Entonces, toda limitación a los sitios *web* será admisible en la medida en que sea racional, justificada y proporcional<sup>42</sup>, ya que es muy importante proteger la actividad en los medios de comunicación social porque, al incorporar y difundir información y opiniones de diversa índole, permiten a la ciudadanía formarse una opinión pública<sup>43</sup>; de ahí que no podrán limitarse las ideas, expresiones u opiniones que fomenten una auténtica cultura democrática.
50. Por eso, resulta importante conocer la calidad de la persona emisora del mensaje en redes sociales y el contexto en el que lo difunde, para determinar si hubo, de alguna manera, una afectación a los principios o derechos que rigen los procesos electorales y, por tanto, sea necesario una restricción<sup>44</sup>, condición que es aplicable a los contenidos difundidos en páginas de internet oficiales y establecer si se trata de ejercicios genuinos de libertad de expresión<sup>45</sup>.

---

<sup>42</sup> Observación General 34 del Consejo de Derechos Humanos de la Organización de las Naciones Unidas, sobre el artículo 19 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos.

<sup>43</sup> Tesis 1a. CCXVI/2009 de rubro: "**LIBERTADES DE EXPRESIÓN E INFORMACIÓN. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS JUEGAN UN PAPEL ESENCIAL EN EL DESPLIEGUE DE SU FUNCIÓN COLECTIVA.**"

<sup>44</sup> Tesis CV/2017 (10ª) de rubro: "**LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y OPINIÓN EJERCIDAS A TRAVÉS DE LA RED ELECTRÓNICA (INTERNET). RESTRICCIONES PERMISIBLES**".

<sup>45</sup> Expedientes SRE-PSC-54/2019 y SRE-PSC-1/2020.



→ **Propaganda gubernamental**

51. La propaganda gubernamental es toda acción o manifestación que haga del conocimiento público logros de gobierno, avances o desarrollo económico, social, cultural o político, o beneficios y compromisos cumplidos por parte de algún ente público, que se ordene, suscriba o contrate con recursos públicos y que busque la adhesión, simpatía o apoyo de la ciudadanía y cuyo contenido no sea propiamente informativo.
52. La Sala Superior, ha dicho que estaremos en presencia de propaganda gubernamental, cuando<sup>46</sup>:
- El mensaje se emita por una persona del servicio o entidad públicos.
  - Se realice mediante actos, escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y/o expresiones.
  - Su finalidad sea difundir logros, programas, acciones, obras o medidas de gobierno.
  - La difusión se oriente a generar una aceptación, adhesión o apoyo en la ciudadanía.
  - Que no se trate de una comunicación meramente informativa.

→ **Promoción personalizada y uso indebido de recursos públicos.**

53. El artículo 134 de la constitución federal engloba principios y valores que tienen como hilo conductor el buen uso de los recursos públicos del Estado; entre ellos encontramos los párrafos 7 y 8, con impacto en la materia electoral, que de manera textual dicen:

**Párrafo 7:** [...] [Las y]<sup>47</sup> Los servidores públicos de la Federación, las entidades federativas, los Municipios y las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, tienen en **todo tiempo** la obligación de aplicar con imparcialidad los recursos públicos que están bajo su responsabilidad, sin influir en la equidad de la competencia entre los partidos políticos.

**Párrafo 8:** La propaganda, bajo cualquier modalidad de comunicación social, que difundan como tales, los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, deberá tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social. En ningún caso esta propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público.

<sup>46</sup> Véase SUP-REP-142/2019 y acumulado.

<sup>47</sup> El uso de [...] es para favorecer el uso del lenguaje incluyente.



54. Este artículo es claro, señala que el deber de quienes integran el servicio público es actuar con imparcialidad y neutralidad en el uso de los recursos públicos; y esa obligación es **en todo tiempo**, y en cualquier forma, manteniéndose siempre al margen de la competencia entre las fuerzas políticas.
55. El propósito no es impedirles a las personas que desempeñan una función pública, dejar de ejercer sus atribuciones. Lo que se busca es garantizar que todos los recursos públicos y oficiales bajo su responsabilidad se utilicen de manera estricta y adecuada a los fines que tengan; es decir, generar conciencia sobre la importancia que tiene la pertenencia a la administración pública y porque deben evitar influir en la voluntad ciudadana con fines electorales, pues su labor es servirles.
56. Por eso se entiende que si la propaganda gubernamental siempre debe tener carácter institucional<sup>48</sup>, entonces una de las limitantes es que se emplee para promocionar el nombre, imagen o voz de una persona del servicio público.
57. Es decir, la propaganda gubernamental debe centrarse en la acción de gobierno, sin mencionar, hacer alusión o identificar a una servidora o servidor público; lo que debe prevalecer o destacar en la propaganda, es el trabajo gubernamental y no la persona, sus cualidades o atribuciones.
58. Exigirles imparcialidad y neutralidad a las personas del servicio público marca la ruta para conformar un sistema donde la igualdad de condiciones para las y los competidores sea una regla y no la excepción.
59. De ahí que los principios que guían el servicio público (legalidad, honradez, lealtad, imparcialidad, neutralidad y eficiencia), se deben **observar en todo momento, en cualquier escenario o circunstancia; es decir, en periodos electorales y no electorales**<sup>49</sup>.

---

<sup>48</sup> El artículo 41 constitucional complementa el llamado al uso neutral de los recursos públicos, al prohibir que desde el inicio de las campañas electorales y hasta el día de las elecciones se difunda propaganda gubernamental; justamente para evitar que la ciudadanía este expuesta a los logros y acciones del gobierno en turno, y esto desequilibre la oferta electoral de las opciones políticas que están en contienda.

<sup>49</sup> Véase la exposición de motivos de la reforma al 134 constitucional: "El tercer objetivo que se persigue con la reforma constitucional propuesta es de importancia destacada: impedir que actores ajenos al proceso electoral incidan en las campañas electorales y sus resultados a través de los medios de comunicación; así como elevar a rango de Norma Constitucional las regulaciones a que debe sujetarse la propaganda gubernamental, de todo tipo, tanto durante las campañas electorales como en periodos no electorales"; visión que fue confirmada por la Suprema Corte de Justicia de la Nación al resolver la



60. Estos principios promueven e invitan al servicio público, a mantener una conducta responsable de frente a la población, en todo momento y en cualquier situación.
61. La directriz de medida, en el comportamiento que deben observar las y los servidores públicos debe guiar todas y cada una de sus actuaciones, en el contexto del pleno respeto a los valores democráticos; es decir, les impone un ejercicio de autocontención constante que les mantenga al margen de cualquier injerencia.
62. Esto nos lleva a analizar el deber de imparcialidad y neutralidad de la información que proviene de la comunicación gubernamental y el deber de cuidado<sup>50</sup> de las y los servidores públicos.
63. La definición básica de neutralidad e imparcialidad es:  
  
*Neutralidad: Que no participa de ninguna de las partes en conflicto<sup>51</sup>.*  
*Imparcialidad: Ausencia de inclinación en favor o en contra de una persona o cosa al obrar o al juzgar un asunto<sup>52</sup>.*
64. A fin de cumplir con estos principios, para esta Sala Especializada cobra relevancia el deber de cuidado de las personas del servicio público, como obligación o exigencia mínima y prioritaria que deben desplegar en todo momento, y ante cualquier situación, en el ejercicio de sus actividades, por la importancia y naturaleza de sus funciones.
65. Este deber de cuidado constante implica actuar con medida, conciencia, autocontrol, previamente a emprender cualquier acto, o bien, cuando esté en curso, pues es premisa y consecuencia lógica e inmediata del artículo 134 constitucional, párrafos 7 y 8, y demás leyes que deben cumplir, a fin de blindar a la ciudadanía de toda influencia oficial; pues se insiste, la gente es el núcleo y razón de ser de los principios y normas que rigen su desempeño.

---

Acción de Inconstitucionalidad 129/2015 y sus acumuladas 130/2015, 131/2015, 132/2015, 133/2015 y 137/2015.

<sup>50</sup> La Sala Superior en el SUP-REP-109/2019 al confirmar la responsabilidad impuesta por esta Sala Especializada abordó el deber de cuidado y dijo: “Resulta razonable que las infracciones se extiendan hacia aquel o aquellos servidores (o servidoras) entre cuyas funciones está la de vigilar que el contenido del material que se difunda a nombre del Gobierno de la República se encuentre dentro de los límites legales y constitucionales establecidos, ya que ello forma parte de su deber de cuidado”.

<sup>51</sup> <https://dle.rae.es/neutral?m=form>.

<sup>52</sup> <https://languages.oup.com/google-dictionary-es/>.



66. Con relación a la prohibición de generar y difundir propaganda gubernamental personalizada, la Sala Superior<sup>53</sup> consideró que para determinar si los hechos pueden constituir propaganda personalizada sancionable, deben tomarse en cuenta los siguientes elementos:
67. **A. Elemento personal.** Se colma cuando se adviertan voces, imágenes o símbolos que hagan plenamente identificable al servidor público de que se trate.
68. **B. Elemento temporal.** Se consideró que el inicio del proceso electoral puede ser un aspecto relevante para su definición, mas no puede considerarse el único o determinante, porque puede haber supuestos en los que aun sin haber dado inicio formal el proceso electoral, la proximidad al debate propio de los comicios evidencie la promoción personalizada de servidores públicos.
69. **C. Elemento objetivo o material.** Impone el análisis del contenido del mensaje, a través del medio de comunicación social de que se trate, para establecer si de manera efectiva e indubitable revela un ejercicio de promoción personalizada susceptible de actualizar la infracción constitucional correspondiente.
70. La Sala Superior determinó que la promoción personalizada de un servidor público constituye todo aquel elemento gráfico o sonoro que se presente a la ciudadanía, en el que, entre otras cuestiones, se describa o aluda a la trayectoria laboral, académica o cualquier otra de índole personal que destaque los logros particulares que haya obtenido el ciudadano que ejerce el cargo público; se haga mención a sus presuntas cualidades; se refiere a alguna aspiración personal en el sector público o privado; se señalen planes, proyectos o programas de gobierno que rebasen el ámbito de sus atribuciones del cargo público que ejerce o el periodo en el que debe ejercerlo, se aluda a alguna plataforma política, proyecto de gobierno o proceso electoral, o se mencione algún proceso de selección de candidaturas de un partido político.

---

<sup>53</sup> SUP-REP-33/2015, SUP-REP-34/2015, SUP-REP-35/2015 que dieron origen a la jurisprudencia 12/2015, de rubro: PROPAGANDA PERSONALIZADA DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS. ELEMENTOS PARA IDENTIFICARLA.



## SEXTA. Caso concreto.

### ***Actos anticipados de precampaña y campaña***

71. El promovente señaló que el ejecutivo local dio una entrevista a la revista “*Líderes Mexicanos*”, la cual se publicó en la versión impresa y digital, el 4 de julio.
72. Mediante acta de 8 de agosto, la UTCE verificó el contenido de la publicación “*La transformación de Oaxaca*”, de 4 de julio, en la liga electrónica <https://lideresmexicanos.com/gobierno-en-linea/la-transformacion-de-oaxaca/>:



73. El contenido era el siguiente:

*“Como entonces gobernador de una de las entidades con mayores rezagos sociales en el país, Alejandro Murat Hinojosa está transformando a su estado con la aplicación del Modelo Oaxaca, que consiste en generar consenso a través del diálogo para mejorar las condiciones de bienestar social, gobernabilidad, seguridad pública y crecimiento económico en su estado.*”



*A unas semanas de finalizar su gobierno en el estado de Oaxaca, Alejandro Murat Hinojosa es enfático al señalar que gobernar Oaxaca “es un sueño hecho realidad” en el que trabaja todos los días. Asume la responsabilidad de gobernar uno de los estados más complejos e intensos del país, pero también acepta que es una gran oportunidad de transformar la vida de las oaxaqueñas y oaxaqueños.*

*Su estilo personal de gobernar se basa en la humildad, “cuando hablo de humildad es saber escuchar y a partir de ahí saber dialogar y de ahí saber construir”. En los nuevos tiempos político que vive el país, Murat Hinojosa se dice convencido de que respetar la “concepción del poder” es lo que le permitió trabajar de manera coordinada y con absoluto respeto con el gobierno del presidente de la República, Andrés Manuel López Obrador, a quien considera su amigo.*

*“Entendí que el Presidente de la República era también un motor si lo sabíamos canalizar de manera correcta para transformar Oaxaca. Tuve la oportunidad de tener a alguien que le interesaba Oaxaca”, enfatizó.*

*En la tarea como entonces gobernador “siempre hay que tener dos pistas: la pista del plan a corto, mediano y largo plazo, que es inamovible; pero también la pista de la coyuntura. Y esa es la que hay que tener clara. Como entonces gobernador me tocó enfrentar varios desastres naturales, desde una sequía hasta huracanes, el temblor y la pandemia.”*

*Para el exdiputado federal, “la política se hace de persona a persona y poder salvar la vida de cualquier oaxaqueño o oaxaqueña es un privilegio. Poder transformar sus vidas para que puedan alcanzar sus sueños, es un privilegio”.*

*Desde esta perspectiva, afirma que “las decisiones que tomo como entonces gobernador las tomo como padre de familia. Las decisiones más importantes y con mayor sensibilidad las tomo cuando está el corazón de por medio, no solamente la mente”.*

*Para lograr la transformación de Oaxaca “no bastan los diagnósticos, el éxito en la vida radica en la ejecución”. Lo que implica entender el contexto político y social de su estado. “Somos un pueblo que ejerce la democracia directa de manera muy activa, estamos empoderados y eso hace que las oaxaqueñas y oaxaqueños en algunas ocasiones salgamos a expresar ese empoderamiento de diferentes maneras y lo hacemos más complejo.”*

*Pobreza, educación y salud.*

*Oaxaca es uno de los estados en los que históricamente un gran porcentaje de la población se ha encontrado en pobreza y pobreza extrema. No obstante, en los últimos años los resultados de la política social del gobierno actual mejoraron la vida de las familias oaxaqueñas. “Durante tres evaluaciones que ha hecho el CONEVAL (Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social) en mi gobierno, en las tres hemos reducido los indicadores de pobreza. Hemos sido el estado que más redujo la pobreza en el país y uno de los que más redujo la pobreza extrema”. En el periodo de 2018 a 2020 la pobreza en el estado disminuyó en 2.7% y en pobreza extrema el 1.1% a pesar de la pandemia.*

*La estrategia que hizo posible estos resultados es “un esquema que le llamamos Estrategia 40. Básicamente agarramos los 20 municipios con mayor pobreza del estado de Oaxaca y agarramos los 20 municipios con mayor densidad y en esa densidad el mayor nivel de pobreza del estado”. En estos municipios “ubicamos los temas fundamentales como es la salud, la parte de los servicios públicos básicos, como el drenaje, el agua y la luz”. Esto permitió mejorar las condiciones de vida de miles de familias.*

*Un ejemplo del éxito de la política social es el municipio de Tuxtepec, uno de los que tiene una mayor densidad poblacional y altos niveles de pobreza. “Lo que hicimos fue atacar en cada uno de los segmentos y áreas en donde se encontraban afectados los indicadores de evaluación del CONEVAL”, desde los servicios básicos en las viviendas hasta temas de inseguridad pública.*

*Un aspecto central en la política social del Modelo Oaxaca es la educación. En un estado afectado por los paros magisteriales, la educación de las niñas, niños y jóvenes oaxaqueños mejoró respecto a las administraciones anteriores. “En mi administración, Oaxaca tuvo el primer sexenio en más de una década con el mayor número de días de clases. Tuvimos por primera vez en muchos años un ciclo completo de clases antes de la pandemia”.*



*En este sentido, Murat Hinojosa explica que “Para poder construir una plataforma educativa que realmente beneficie a los niños y las niñas de Oaxaca había que reestructurar, replantear el diálogo, la conversación con las maestras y los maestros de Oaxaca.” Además, se estableció “una agenda que atendiera las necesidades básicas de las maestras y maestros. Si los maestros y maestras no están bien, pues tampoco van a ir a dar clases y no van a poderse concentrar”. Se atendieron “más de 2,200 incidencias administrativas en mi gobierno, en el que se han invertido más de mil millones de pesos, en coordinación con el gobierno federal.”*

*Durante la pandemia, en las escuelas de educación básica (preescolar, primaria y secundaria) se realizaron clases semipresenciales “en donde los niños estaban en su casa, pero tenían una o dos veces por semana la oportunidad de interactuar con los maestros y mantener vigente sus ciclos escolares.”*

*En cuanto a la educación media superior los resultados mejoraron. “En los últimas evaluaciones de PISA –que ya no se realizan actualmente por decisión de la federación- el sector medio superior obtenía siempre los primeros lugares.” Lo que significa que “esa concepción de que los niños y niñas de Oaxaca no traen una buena educación está equivocada”*

*También destaca que en la educación superior se invirtieron “más de 2 mil millones de pesos”, que se destinaron entre otras acciones a “cinco universidades nuevas en las zona de los pueblos originarios” y que la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) va a inaugurar cursos en “cinco nuevas facultades en el estado”.*

*En el caso de la salud, con la desaparición del Seguro Popular 2.5 millones de oaxaqueñas y oaxaqueños se quedaron sin cobertura en salud, por lo que su gobierno atendió a esa población a través de los programas estatales como el Fortalecimiento a la Unidades Médicas Aplicativas y Hospitalarias que atienden a poco más de 2.9 millones de personas en todo el estado.*

*Los buenos resultados de la política social son palpables para miles de oaxaqueñas y oaxaqueños en los últimos años. Sin embargo, Alejandro Murat está convencido en que “La gran lección en el tema de la política de enfrentar a la pobreza y tener una política social exitosa es entender que la mejor ofensiva en la pobreza es la generación de riqueza, es decir generar inversión y empleos”.*

*Generación de riqueza y crecimiento económico.*

*Aunque reconoce la importancia de los programas sociales y la entrega de recursos económicos a las personas para resolver sus necesidades más inmediatas, al entonces gobernador Murat le parece que “no es suficiente, eso no te genera riqueza, eso no cambia la vida radicalmente a las personas. Lo que les das es un piso de seguridad social básico. Eso es lo que estás logrando cuando haces eso.”*

*El reto es “convertir los 460 mil millones de pesos que tiene el gobierno federal en transferencias económicas -que me parecen correctas, las considero una gran iniciativa de política pública- en tareas productivas.” Como ejemplo, en su gobierno se impulsan los programas de Emprendedores y Salario de Mujer que buscan “empoderar a las personas para que puedan salir adelante”.*

*En el Modelo Oaxaca, la gobernabilidad, la seguridad, la paz social y la inversión pública son los cuatro factores que permiten el crecimiento del estado en los últimos años. “Al cierre del año pasado, de acuerdo con el INEGI, Oaxaca fue el estado que más creció en el país. Llevamos cinco trimestres de crecimiento sostenido de acuerdo al Banco de México. Este año, ya postpandemia, somos uno de los tres estados con mayor recuperación económica.”*

*Una de las claves del despegue económico de Oaxaca es la inversión en obras estratégicas en las que se han invertido “más de 30 mil millones de pesos”. Una de estas obras emblemáticas en el estado es el Corredor Interoceánico del Istmo “que proyecta de acuerdo a los estudios que tenemos, más de medio millón de empleos y más de 20 mil millones de dólares en inversión entre los próximos 10 a 15 años. Es un corredor industrial de valor agregado. No es un canal como el Canal de Panamá. Es un corredor que va a generar inversión directa, porque tenemos más de 15 tratados de libre comercio en México. Vamos a tener beneficios fiscales, beneficios regulatorios en diez zonas económicas o zonas de bienestar, entre Oaxaca y Veracruz. Se conecta con 304 kilómetros de ferrocarril entre*





*Salina Cruz y Coatzacoalcos y a través de la carretera Acayucan- La Ventosa que se termina este año.”*

*La infraestructura carretera que se realiza en el estado permitirá una mejor conectividad e impulsará el turismo en la entidad. “Tenemos la autopista Oaxaca- Istmo, que va a conectar a este gran corredor con el centro del país: 163 kilómetros se va a inaugurar en el primer trimestre del año que entra. Y la carretera Oaxaca- Costa que voy inaugurar en septiembre: son 104 kilómetros, que va a ser otro gran motor de desarrollo de Oaxaca, porque va a conectar en hora y media la ciudad de Oaxaca con la Riviera oaxaqueña”.*

**Oaxaca: potencia cultural, artística y turística de clase mundial.**

*Ver y sentir la riqueza natural, cultural y artística es toda “una experiencia única, mística y mágica en Oaxaca”, nos cuenta emocionado el entonces gobernador Alejandro Murat.*

*Después de dos años de pandemia, la reactivación turística ya es una realidad para uno estado que recibe a cientos de miles de turistas nacionales y extranjeros en esta época de verano.*

*Por si fuera poco, en el 2022 se cumplen 90 años de una de las tradiciones culturales, artísticas y gastronómicas más emblemáticas de Oaxaca y México: La Guelaguetza. “Primero Guelaguetza, es importante decir lo que significa en zapoteco, es regalo. Y es el regalo que le damos las oaxaqueñas y oaxaqueños a México. Cuando puedes vivirla, te das cuenta de que es la celebración a nuestra cultura, a nuestras tradiciones, a nuestra historia, pero también es un tributo a lo que nos define como mexicanos que son nuestros pueblos originarios.”*

*Los famosos “Lunes del Cerro” en los que se presenta la Guelaguetza serán del 25 de julio al 1 de agosto, en el que “vamos a celebrar la vida, agradecer, rendirle un homenaje a los que ya no están, y a los que están. Pero vamos a celebrar que estamos todas y todos juntos.”*

*A partir de la reactivación turística, Murat nos invita a conocer “la Riviera oaxaqueña, que del lado del Pacífico es la única que se compara con Quintana Roo por el número de experiencias que vas a tener. De playa, tienes Huatulco, Puerto Escondido, Mazunte, Zipolite; Juquila, en el tema de experiencia religiosa; en la costa las Lagunas de Chacahua. Tienes una gama de experiencias que es lo que se busca en el turismo. Y aparte tienes el centro de la ciudad de Oaxaca, que trae toda la dimensión histórica, de los pueblos originarios y de la Colonia”.*

*En la parte artística destacan los alebrijes que “me han acompañado en toda mi administración y han permitido generar, lo que se conoce como difusión de boca en boca en el marketing. Los artistas, las cocineras y los cocineros tradicionales, el mezcal, todos estos tienen que ver con una idea que generé que es la marca Oaxaca”.*

*Un hombre transformador, honesto y con pasión.*

*Durante los 6 años de su gobierno, la mayor enseñanza que le dejó ser entonces gobernador de Oaxaca es “Que las cosas se construyen. Que nada es gratuito, que ni todo el poder de un entonces gobernador sirve si no lo acompaña su trabajo. Que para poder transformar hay que pararse todos los días lo más temprano y dormirse más tarde y machacarle para poder lograr tus objetivos”.*

*A Alejandro Murat Hinojosa le gustaría ser recordado por las oaxaqueñas y oaxaqueños “como un hombre que cumplió y que transformó a Oaxaca. Que de su época se hable como el parteaguas entre un antes y después próspero. Como un momento transformador”*

*A su familia, su esposa Ivette Morán y sus cuatro hijos que lo acompañaron en su gobierno, le gustaría dejar como ejemplo “Primero que trabajando se pueden lograr cosas importantes. Segundo, que lo hagas de manera honesta y que lo hagas con pasión. Que lo hagas con el corazón, claro.”*

**Proyecto de Nación.**

*Para el entonces gobernador Alejandro Murat, un Proyecto de Nación requiere un diagnóstico de país. Por ello, quiere compartir a nivel nacional el modelo Oaxaca “abrir la conversación con México y encontrar esos elementos fundamentales que les he compartido aquí y poder extrapolarlo a todo el país. El modelo se basa en saber escuchar*



TRIBUNAL ELECTORAL  
del Poder Judicial de la Federación  
SALA REGIONAL ESPECIALIZADA

SRE-PSC-3/2023

*y dialogar para poder tener un diagnóstico y, después ejecutarlo. Lograr lo que todos queremos: transformar a México y hacerlo un país más grande”.*

### Difusión de la revista en redes sociales.

74. En acta de 8 de agosto, la autoridad instructora certificó la existencia de las siguientes ligas electrónicas:

Dirección electrónica	Imagen ilustrativa
<p><a href="https://twitter.com/LideresMexicano/status/1544086150138040321?s=20&amp;t=WviDNVpv8Uw15FDr-iDA">https://twitter.com/LideresMexicano/status/1544086150138040321?s=20&amp;t=WviDNVpv8Uw15FDr-iDA</a></p>	
<p><a href="https://twitter.com/ProyectoNacion_/status/1544018203432681476?s=20&amp;trWviDNVpv8Uw15FDr-IDA=">https://twitter.com/ProyectoNacion_/status/1544018203432681476?s=20&amp;trWviDNVpv8Uw15FDr-IDA=</a></p>	
<p><a href="https://www.facebook.com/RevistaLideresMexicanos/photos/a.%25201015037085765419%25202/10159781600889192/">https://www.facebook.com/RevistaLideresMexicanos/photos/a.%25201015037085765419%25202/10159781600889192/</a></p>	

Dirección electrónica	Imagen ilustrativa
<p><a href="https://www.instagram.com/p/CfmtieuFtlj/?utm_source=ig_web_copy_link">https://www.instagram.com/p/CfmtieuFtlj/?utm_source=ig_web_copy_link</a></p>	
<p><a href="https://www.instagram.com/p/CfnB1iFMBsw/?utm">https://www.instagram.com/p/CfnB1iFMBsw/?utm</a></p>	
<p><a href="https://www.instagram.com/reel/CfpL2tDJxqF/?utm_source=ig_web_copy_link">https://www.instagram.com/reel/CfpL2tDJxqF/?utm_source=ig_web_copy_link</a></p>	

**Contenido de los espectaculares.**

75. Del acta de 8 de agosto y de las certificaciones realizadas por las distintas juntas distritales se advierte que, dichos espectaculares, pantallas LED, vallas móviles y lonas en puentes peatonales son iguales en cada una de las ubicaciones denunciadas, los cuales contienen la imagen y frase siguiente:



76. La leyenda dice “*Lo único imposible es aquello que no intentamos LÍDERES MEXICANOS PROYECTO DE NACIÓN EN PORTADA ALEJANDRO MURAT HINOJOSA Entonces gobernador Constitucional del Estado de Oaxaca*”.
77. De todo lo anterior, se desprende que el entonces gobernador habló sobre:
- El rezago en Oaxaca.
  - La necesidad del trabajo coordinado con el presidente de la República.
  - Su visión para transformar a la entidad federativa parte de la humildad, la sensibilidad y la empatía, con las que toma sus decisiones.
  - La implementación del programa “*Estrategia 40*” para 20 municipios con pobreza extrema y Tuxtepec fue una muestra de éxito; mejoró los servicios básicos de las viviendas.
  - En materia educativa obtuvo diversos logros con el establecimiento del “*Modelo Oaxaca*”, con la que obtuvo resultados y evaluaciones favorables durante la pandemia.
  - Como se encuentran los hospitales y la economía de las familias, el crecimiento de Oaxaca.
  - Logró una recuperación económica.
  - La inversión en obras estratégicas como el corredor interoceánico del Istmo.
  - El festival de la “*Guelaguetza*”.
  - El deseo de que la ciudadanía oaxaqueña lo recuerde como alguien que cumplió y transformó a la entidad.



➔ **Alejandro Ismael Murat Hinojosa, entonces gobernador de Oaxaca.**

78. La persona que emite las expresiones publicadas en la revista fue el entonces titular del Ejecutivo de Oaxaca, Alejandro Murat (salvo la sección que comienza con “Proyecto de Nación. Para el entonces gobernador...”); al ser funcionario público al momento de los hechos denunciados es sujeto activo de la infracción<sup>54</sup> (**se acredita el elemento personal**), sin embargo, no se advierten manifestaciones explícitas, unívocas e inequívocas de apoyo y/o un llamamiento directo al voto a su favor o en contra de alguna fuerza política que pueda incidir en la elección presidencial del 2024, o que se expresara rechazo por otra o por algún partido político (**no se satisface el elemento subjetivo**).
79. Este órgano jurisdiccional considera que el **elemento temporal** se actualiza porque los hechos denunciados ocurrieron antes del inicio de la etapa de precampaña o campaña del proceso electoral 2023-2024 (4 de julio al 3 de agosto), incluso, antes del inicio de dicho proceso electoral, puesto que la infracción en estudio puede denunciarse en cualquier momento<sup>55</sup>.
80. No pasa desapercibido que, como parte de su defensa, Alejandro Ismael Murat Hinojosa cita la sentencia dictada en el procedimiento SRE-PSC-164/2022, para decir que la Sala Especializada determinó la inexistencia, entre otras cuestiones, de los actos anticipados de campaña, en similares consideraciones a su escrito de comparecencia. Sin embargo, el asunto citado tiene personas y hechos denunciados son distintos (se analizó una reunión celebrada con Claudia Sheinbaum en el Palacio de Gobierno de la Ciudad de México y la cual se difundió en redes sociales de dicha funcionaria), por lo que no puede ser aplicado en el caso concreto de este procedimiento.

➔ **Revista “Líderes Mexicanos. Proyecto de Nación”.**

81. Cabe destacar que Ferraez Comunicación S.A. de C.V. diseñó la portada de la revista denunciada en la que se lee la leyenda “ALEJANDRO MURAT SOY

<sup>54</sup> La Sala Superior ha sostenido que cuando se trate de personas del servicio público se debe atender a las particularidades del asunto a fin de determinar si pueden ser sujetos activos de la comisión de actos anticipados de campaña en función de si promocionan o no de forma personal su candidatura. Véase lo sostenido en el SUP-JE-292/2022 y SUP-JE-293/2022 acumulado.

<sup>55</sup> En términos de la tesis XXVI/2012 de rubro “ACTOS ANTICIPADOS DE PRECAMPAÑA Y CAMPAÑA. PUEDEN DENUNCIARSE EN CUALQUIER MOMENTO ANTE EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL”.



LA MEJOR OPCIÓN PARA EL 2024”, así como la propaganda alojada en redes sociales, espectaculares, vallas móviles, pantallas LED y lonas en puentes peatonales.

82. Además, la revista “*Líderes Mexicanos. Proyecto de Nación*” elaboró un extracto de la entrevista realizada al entonces gobernador, misma que colocó al final del artículo.
83. Conforme a lo que nos ha dicho la Sala Superior<sup>56</sup>, se analizará si existen o no equivalentes funcionales respecto a las frases construidas por la revista denunciada:
84. **Precisar la expresión objeto de análisis.** Cabe destacar que las frases que se estudiarán no fueron realizadas por el entonces gobernador, sino que las elaboró la revista “*Líderes Mexicanos. Proyecto de Nación*”:
  - En la portada de la revista se ve la leyenda: “ALEJANDRO MURAT SOY LA MEJOR OPCIÓN PARA EL 2024”.
  - En el texto interior de la revista se lee: “***Proyecto de Nación***. Para el entonces gobernador Alejandro Murat, un Proyecto de Nación requiere un diagnóstico de país. Por ello, ***quiere compartir a nivel nacional el modelo Oaxaca*** “abrir la conversación con México y encontrar esos elementos fundamentales que les he compartido aquí y poder extrapolarlo a todo el país. El modelo se basa en saber escuchar y dialogar para poder tener un diagnóstico y, después ejecutarlo. Lograr lo que todos queremos: ***transformar a México y hacerlo un país más grande***”. Se advierte que la revista hizo un extracto de lo que considera son las ideas del entonces ejecutivo local.
85. **Señalar la expresión que se utiliza como parámetro de la equivalencia.** Vota por Alejandro Murat.
86. **Justificar la correspondencia del significado, considerando que esta debe ser inequívoca, objetiva y natural.** De las manifestaciones señaladas por la revista “*Líderes Mexicanos. Proyecto de Nación*”, no se advierten frases que pudieran entenderse como equivalentes funcionales para solicitar apoyo de manera velada a favor para la elección presidencial de 2024, o la

---

<sup>56</sup> SUP-REP-574/2022.



exposición de alguna precandidatura, partido o fuerza política, con miras a dicho proceso federal.

87. Sus expresiones están amparadas por la libertad periodística de sus contenidos y de venta, además que todo devino de un ejercicio periodístico genuino y no hay elementos para acreditar que el gobernador participó en la confección u organización de las preguntas.
88. Asimismo, la frase que utilizaron para la portada "*ALEJANDRO MURAT SOY LA MEJOR OPCIÓN PARA EL 2024*" se diseñó con base en su libertad editorial para llamar la atención del público consumidor<sup>57</sup>.
89. Dentro de los derechos de la empresa periodística se encuentra el de la publicidad de la revista, pues la editorial tiene el derecho de promocionarla y venderla.
90. Por otra parte, esta Sala Especializada considera que la entrevista que realizó la revista "*Líderes Mexicanos*" a Alejandro Ismael Murat Hinojosa, entonces gobernador de Oaxaca fue legal, pues dicho medio tiene como fin generar contenido sobre personajes políticos o empresariales relevantes, por lo que se encuentra avalada por la libertad de expresión.
91. Lo anterior es, así pues, no existe prohibición legal para que los medios de comunicación social como son las revistas difundan una entrevista, bajo el formato que consideren pertinente, pues se encuentran amparados en el ejercicio de su libertad de expresión y trabajo periodístico, y labor libre del entrevistador, así como de la editorial.
92. Así, la revista "*Líderes Mexicanos*" en uso pleno de sus derechos, cuenta con la libertad de elegir contenidos informativos, así como invitar y realizar entrevistas, a quienes considere de relevancia o interés para la sociedad.
93. De ahí que, esta Sala Especializada determina que **bajo la óptica de la libertad de expresión periodística y de la libertad de comercio** de la que goza **Ferraez Comunicación, S.A. de C.V.**, como empresa encargada de la edición, producción y distribución de la revista "*Líderes Mexicanos*", no violó

---

<sup>57</sup> Véase SRE-PSC-191/2022.



las normas electorales al presentar, en la portada de su revista, el nombre e imagen del entonces gobernador de Oaxaca, Alejandro Ismael Murat Hinojosa, así como promocionar su venta y velar su alcance a través de los espectaculares denunciados que contrató con diversas empresas del ramo publicitario.

94. Así, se reitera que las expresiones atendieron a un ejercicio comunicativo de preguntas y respuestas, en el marco de una entrevista, por tanto, en el contexto descrito, este órgano jurisdiccional considera que es razonable que Alejandro Ismael Murat Hinojosa externara sus opiniones sobre diversos logros de su gobierno.
95. Máxime que se debe tomar en consideración que las precandidaturas y candidaturas a ese cargo público de elección popular son un **acto futuro de realización incierta**, el cual depende, en un primer momento, de los procesos internos de selección y después del comportamiento de la ciudadanía.
96. Lo que, además, abona al pleno ejercicio de la dimensión social de la libertad de expresión de la gente, porque saber y conocer las opiniones de las figuras públicas respecto a temas políticos y económicos que atañen al país, resultan temas de interés público y general.
97. Por lo anterior, se considera que, en el caso, son **inexistentes los actos anticipados de precampaña y campaña** respecto de la elección presidencial del 2024, atribuidos a Alejandro Ismael Murat Hinojosa, entonces gobernador de Oaxaca, así como Ferraez Comunicación, S.A. de C.V.

***Promoción personalizada.***

- **Alejandro Ismael Murat Hinojosa, entonces gobernador de Oaxaca.**

98. Las expresiones del entonces gobernador de Oaxaca hacen alusión a acciones, programas y logros de su administración, y abordó problemáticas de su entidad federativa, por lo que se cumple el presupuesto de la propaganda gubernamental.





99. Se advierte la imagen e identificación de Alejandro Ismael Murat Hinojosa, como un servidor público identificable (**elemento personal**); al momento de los hechos no iniciaba el proceso electoral federal 2023-2024 y tampoco había proximidad del mismo, pues faltaba un año y dos meses, por lo que no se actualiza el **elemento temporal**<sup>58</sup>; si bien, menciona logros de su administración no rebasó el ámbito de sus atribuciones ni refiere a alguna aspiración personal, plataforma política, proceso de selección de candidaturas o proceso electoral, por lo que tampoco se configura el **elemento material u objetivo**.

- **Ferraez Comunicación S.A. de C.V. y otras.**

100. Los espectaculares contratados por Ferraez Comunicación S.A. de C.V. y colocados por diversas empresas publicitarias no satisfacen las características para poder ser calificadas como propaganda gubernamental, toda vez que son realizadas por personas morales y no del servicio público, por lo que no se reúne uno de los elementos indispensables señalados por la Sala Superior. Por tanto, al no configurarse la propaganda no se da el presupuesto para acreditar la promoción personalizada<sup>59</sup>.

101. En ese sentido, es **inexistente la promoción personalizada** atribuida a Alejandro Ismael Murat Hinojosa, así como las sociedades anónimas de capital variable Ferraez Comunicación, Emailing; Toma 1 Publicidad; Super Urbano Publicidad; Impactos Frecuencia y Cobertura en Medios; Ecxteriores y CTU Comercial.

***Uso indebido de recursos públicos.***

102. De las pruebas que aportó el promovente y de las constancias del expediente, no se desprende un uso indebido de recursos públicos.

---

<sup>58</sup> La Sala Superior estableció que en caso de que los hechos se susciten fuera del proceso, será necesario realizar un análisis de la **proximidad** del debate, para estar en posibilidad de determinar adecuadamente si la propaganda influye en el proceso electivo (SRE-PSC-83/2022, SRE-PSC-98/2022, SRE-PSC-112/2022 y SRE-PSC-118/2022). A diferencia del elemento temporal de los actos anticipados de campaña que sólo refiere que se realicen **antes** de la etapa de precampaña o campaña (SUP-REP-681/2022).

<sup>59</sup> SRE-PSC-191/2022.



103. Alejandro Ismael Murat Hinojosa informó que no uso recursos públicos, ya que la entrevista la solicitó la revista “*Líderes Mexicanos*”, no le pagaron y tampoco destinó dinero para la campaña publicitaria.
104. El representante legal de Ferraez Comunicación S.A. de C.V. respondió que no recibió pago alguno del entonces gobernador ni de alguna otra dependencia, además dicha persona moral fue la que contrató con las sociedades anónimas de capital variable Ferraez Comunicación, Emailing; Toma 1 Publicidad; Super Urbano Publicidad; Impactos Frecuencia y Cobertura en Medios; Ecxteriores y CTU Comercial. Para tales efectos adjuntó convenios y transferencias realizadas por Ferraez Comunicación S.A. de C.V. como pago de la contraprestación pactada.
105. Además, del acervo probatorio se advierte que el entonces gobernador de Oaxaca no es responsable de la difusión de la revista “*Líderes Mexicanos*”,
106. Por tanto, es **inexistente** la infracción consistente en uso indebido de recursos públicos atribuida a Alejandro Ismael Murat Hinojosa.

***Vulneración a los principios de imparcialidad y neutralidad.***

107. Esta Sala Especializada considera que la infracción atribuida al entonces gobernador de Oaxaca es **inexistente**, toda vez que como ya se mencionó no se acreditó el uso indebido de recursos públicos, no se actualizó la promoción personalizada atribuida al gobernador, no existe proceso electoral en curso ni próximo al momento de los hechos denunciados y de las expresiones no se advierte el posicionamiento de una precandidatura o candidatura, ni llamados a favor o en contra de alguna fuerza política.

**RESUELVE**

**ÚNICO.** Son **inexistentes** las infracciones atribuidas a Alejandro Ismael Murat Hinojosa, entonces gobernador de Oaxaca, y a las partes precisadas en la sentencia.

**NOTIFÍQUESE**, en términos de ley.

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



Así lo resolvieron, por **unanimidad** de votos, los magistrados y el magistrado en funciones que integran el Pleno de la Sala Regional Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, con el **voto concurrente** del magistrado presidente Rubén Jesús Lara Patrón, ante la secretaria general de acuerdos en funciones, quien da fe.

Este documento es autorizado mediante firmas electrónicas certificadas, el cual tiene plena validez jurídica de conformidad con los numerales segundo y cuarto del Acuerdo General de la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación 3/2020, por el que se implementa la firma electrónica certificada del Poder Judicial de la Federación, así como el Acuerdo General de la Sala Superior 4/2022, que regula, entre otras cuestiones, las sesiones presenciales de las Salas del tribunal.

### **VOTO CONCURRENTE QUE FORMULA EL MAGISTRADO RUBÉN JESÚS LARA PATRÓN, EN RELACIÓN CON LA SENTENCIA DICTADA EN EL EXPEDIENTE SRE-PSC-3/2023.**

Con fundamento en lo dispuesto en los artículos 174 de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación y 48 del Reglamento Interno del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, emito el presente voto concurrente conforme a lo siguiente:

#### **I. Contexto del asunto**

Ángel Patiño Pérez, en su calidad de ciudadano, presentó queja contra Alejandro Ismael Murat Hinojosa, entonces gobernador de Oaxaca, por la supuesta realización de actos anticipados de precampaña y campaña, promoción personalizada, uso indebido de recursos públicos y vulneración a los principios de imparcialidad, neutralidad y equidad, derivado de su participación en una entrevista publicada el 4 de julio de dos mil veintidós, en la revista “Líderes Mexicanos. Proyecto de Nación” en sus versiones impresa y digital, que fue objeto de una campaña de difusión en Facebook, Twitter, diversos medios de comunicación y espectaculares en sendos estados.

#### **II. ¿Qué se decidió en la sentencia?**

En la sentencia se determinó lo siguiente:

##### **1. Actos anticipados de precampaña y campaña**

- De las expresiones publicadas por el entonces titular del Ejecutivo de Oaxaca, no se advierten manifestaciones explícitas, unívocas e inequívocas de apoyo y/o un llamamiento directo al voto a su favor o en contra de alguna fuerza política, o que se expresara rechazo por otra o por algún partido político (no se satisface el elemento subjetivo);
- De las manifestaciones señaladas por la revista “Líderes Mexicanos. Proyecto de Nación”, no se advierten frases que pudieran entenderse como equivalentes funcionales para solicitar apoyo de manera velada a favor para la elección presidencial de 2024, o la exposición de alguna precandidatura, partido o fuerza política, con miras a dicho proceso federal. Además, bajo la



óptica de la libertad de expresión periodística y de la libertad de comercio de la que goza Ferraez Comunicación, S.A. de C.V., como empresa encargada de la edición, producción y distribución de la revista “Líderes Mexicanos”, no violó las normas electorales.

## 2. Promoción personalizada

- Las expresiones del entonces gobernador de Oaxaca no rebasaron el ámbito de sus atribuciones ni refirió a alguna aspiración personal, plataforma política, proceso de selección de candidaturas o proceso electoral, por lo que tampoco se configura el elemento material u objetivo.
- Los espectaculares contratados por Ferraez Comunicación S.A. de C.V. y colocados por diversas empresas publicitarias no satisfacen las características para poder ser calificadas como propaganda gubernamental, Por tanto, al no configurarse la propaganda no se da el presupuesto para acreditar la promoción personalizada.

## 3. Uso indebido de recursos públicos

- De las pruebas que aportó el promovente y de las constancias del expediente, no se desprende un uso indebido de recursos públicos.

### III. ¿Por qué emito el presente voto concurrente?

En primer lugar, quiero destacar que concuerdo con el sentido de la sentencia ya que los hechos denunciados no constituyen actos anticipados de precampaña y campaña, promoción personalizada, uso indebido de recursos públicos y vulneración a los principios de imparcialidad, neutralidad y equidad.

No obstante, emito el presente voto porque considero que en la sentencia se debieron retomar algunas temáticas para robustecer las conclusiones a las que arriba la sentencia aprobada por el Pleno de esta Sala.

Desde mi perspectiva, se pudieron analizar los contenidos denunciados (revista, publicaciones en redes sociales, espectaculares, pantallas LED, vallas móviles y lonas en puentes peatonales) y los elementos que en ellos se advertían **de manera individual y detallada** para tener una perspectiva contextual e integral de los hechos motivos del presente asunto, es decir, realizar un análisis integral de los hechos, su difusión y el contexto en el que se dieron, tal como se hizo en la metodología de los cumplimientos precedentes SRE-PSC-121/2022 y SRE-PSC-127/2022, que derivaron de lo ordenado por la Sala superior en diversos recursos de revisión del procedimiento especial sancionador.

En esta lógica, emito el presente voto concurrente.

Este documento es una representación gráfica autorizada mediante firma electrónica certificada, el cual tiene plena validez jurídica de conformidad con los numerales segundo y cuarto del Acuerdo General de la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación 3/2020, por el que se implementa la firma electrónica certificada del Poder Judicial de la Federación.



**TRIBUNAL ELECTORAL**  
del Poder Judicial de la Federación  

---

SALA REGIONAL ESPECIALIZADA

**SRE-PSC-3/2023**



## ANEXO 1

1. INE/BC/03JDE/OE/CIRC/01/06-09-2022<sup>60</sup>
2. INE/BC/JD05/OE/AC03/06-09-2022<sup>61</sup>
3. INE/BC/JD06/OE/AC02/06-09-2022<sup>62</sup>
4. INE/OE/JLE/CM/CIRC/0007/2022<sup>63</sup>
5. Constancia de hechos (20 Junta Distrital de Jalisco)<sup>64</sup>
6. INE/JAL/JDE07/VS/CH02/06/09/2022<sup>65</sup>
7. Constancia de hechos (12 Junta Distrital de Jalisco)<sup>66</sup>
8. CH04/INE/JAL/JD16/OE/06-09-2022<sup>67</sup>
9. INE/JDE10/JAL/OE/CIRC2/07-09-2022<sup>68</sup>
10. AC03/INE/JAL/JDE13/06-09-2022<sup>69</sup>
11. INE/BC/JD07/OE/AC07/06-09-2022<sup>70</sup>
12. INE/OE/JD/TAM/8/CIRC/005/2022<sup>71</sup>
13. INE/05JDE/TAM/OE/009/2022<sup>72</sup>
14. INE/OE/JD/TAM/4/CIRC/04/2022<sup>73</sup>
15. INE/OE/JD/VER/12/CIRC/005/2022<sup>74</sup>
16. Acta 11 Junta Distrital en Nuevo León<sup>75</sup>
17. INE/OE/JD/NL/10/CIRC/002/2022<sup>76</sup>
18. AC02/JDE06/NL/07-09-2022<sup>77</sup>
19. INE/OE/JD/NL/04/CIRC/0002/2022<sup>78</sup>
20. INE/OE/JL/NL/CIRC/0003/2022<sup>79</sup>
21. INE/JD/MEX/023/AC/001/2022<sup>80</sup>
22. INE/MEX/34JDE-10OE/CIRC/21-09-22<sup>81</sup>
23. INE/MEX/JD26/VS/OE/003/20-09-22<sup>82</sup>
24. INE/JDE27/CIRC/004/2022<sup>83</sup>

<sup>60</sup> Visible de la foja 332 a 334 del expediente principal 949 y 950 del accesorio único.

<sup>61</sup> Véase en las fojas 335 y 336 del expediente principal, 951 y 952 del accesorio único.

<sup>62</sup> Visible en las fojas 339 y 340 del expediente principal, 955 y 956 del accesorio único.

<sup>63</sup> Véase de la foja 344 a 348 y 582 a 586 del expediente principal.

<sup>64</sup> Visible en las fojas 355 y 356, 651 y 652 del expediente principal.

<sup>65</sup> Véase de la foja 357 a 361 del expediente principal y de la 653 a 657 del accesorio único.

<sup>66</sup> Visible en las fojas 363 y 364 del expediente principal y de la 658 a 662 del accesorio único.

<sup>67</sup> Véase de la foja 365 a 371 del expediente principal y de la 645 a 650 del accesorio único.

<sup>68</sup> Visible de la foja 372 a 374 del expediente principal y 637 a 639 del accesorio único.

<sup>69</sup> Véase de la foja 375 a 379 del expediente principal y de la 640 a 644 del accesorio único.

<sup>70</sup> Visible de la foja 455 a 457 del expediente principal y 944 a 947 del accesorio único.

<sup>71</sup> Véase de la foja 488 a 492 del expediente principal y 668 a 672 del accesorio único.

<sup>72</sup> Visible de la foja 493 a 497 del expediente principal y 663 a 667 del accesorio único.

<sup>73</sup> Véase de la foja 498 a 500 del expediente principal.

<sup>74</sup> Visible de la foja 613 a 624 y 784 a 783 del accesorio único.

<sup>75</sup> Véase de la foja 785 a 789 del accesorio único.

<sup>76</sup> Visible de la foja 790 a 792 del accesorio único.

<sup>77</sup> Véase de la foja 795 a 806 del accesorio único.

<sup>78</sup> Visible de la foja 809 a 811 del accesorio único.

<sup>79</sup> Véase de la foja 812 a 817 del accesorio único.

<sup>80</sup> Visible de la foja 871 a 882 y 960 a 971 del accesorio único.

<sup>81</sup> Véase de la foja 891 a 894 y 986 a 990 del accesorio único.

<sup>82</sup> Visible de la foja 922 a 929 y 972 a 979 del accesorio único.

<sup>83</sup> Véase de la foja 981 a 985 del accesorio único.