



**PROCEDIMIENTO ESPECIAL
SANCIONADOR.**

EXPEDIENTE: SRE-PSC-31/2022.

PROMOVENTE: MORENA.

INVOLUCRADOS: Partido Acción Nacional y otro.

MAGISTRADA: Gabriela Villafuerte Coello.

PROYECTISTA: Víctor Hugo Rojas Vásquez.

COLABORARON: Nancy Dominguez Hernández y Marisol Chami Mina.

Ciudad de México, a dieciocho de marzo de dos mil veintidós¹.

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

ANTECEDENTES

I. Procesos electorales locales 2021-2022.

1. **Inicio.** En diversas fechas iniciaron los procesos electorales ordinarios en Aguascalientes, Durango, Hidalgo, Oaxaca, Quintana Roo y Tamaulipas, con estas etapas²:

Estado	Inicio	Precampaña	Campaña	Jornada electoral
Aguascalientes	7 de octubre de 2021.	Del 2 de enero al 10 de febrero de 2022.	Del 3 de abril al 1 de junio.	5 de junio.
Durango	1 de noviembre de 2021.	Gubernatura: del 2 de enero al 10 de febrero. Ayuntamientos: Del 9 de enero al 10 de febrero.	Gubernatura: Del 3 de abril al 1 de junio. Ayuntamientos: Del 13 de abril al 1 de junio.	
Hidalgo	15 de diciembre de 2021.	Del 2 de enero al 10 de febrero.	Del 3 de abril al 1 de junio.	
Oaxaca	Del 5 al 9 de septiembre de 2021.	Del 2 de enero al 10 de febrero.	Del 3 de abril al 1 de junio.	
Quintana Roo	Del 2 al 8 de enero.	Gubernatura: Del 7 de enero al 10 de febrero. Diputaciones: Del 12 de enero al 10 de febrero.	Gubernatura: Del 3 de abril al 1 de junio. Diputaciones: Del 18 de abril al 1 de junio.	
Tamaulipas	12 de septiembre de 2021.	Del 2 de enero al 10 de febrero.	Del 3 de abril al 1 de junio.	

¹ Las fechas que se mencionan corresponden a este año, salvo manifestación expresa.

² En esos estados se elegirán gubernaturas. Además, en Durango ayuntamientos y, en Quintana Roo diputaciones.



II. Proceso electoral extraordinario en Puebla.

2. 1. La elección extraordinaria para elegir 3 Ayuntamientos en Puebla, se realizó así:
 - **Inicio:** 3 de enero.
 - **Precampaña:** Del 25 de enero al 3 de febrero.
 - **Campaña:** Del 16 de febrero al 2 de marzo.
 - **Jornada electoral:** 6 de marzo.

III. Tramite del procedimiento especial sancionador.

3. 1. **Queja 1.** El 13 de enero, MORENA³ presentó queja contra el Partido Acción Nacional⁴ y Marko Antonio Cortés Mendoza⁵, por la publicación de un video en la cuenta de *Twitter* del PAN el 10 de enero y compartido por su dirigente nacional⁶ en la misma fecha, material que corresponde al promocional "ES HORA DE CORREGIR EL RUMBO V SUPER TV"⁷ y "ES HORA DE CORREGIR EL RUMBO V SUPER"⁸, alojado en el portal de pautas del INE, en la pauta federal del PAN para el periodo ordinario en diversos estados de la República, lo que a su parecer implica:
 - Calumnia.
4. 2. **Registro, admisión e investigación.** El 13 de enero, la Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral⁹ del INE registró¹⁰, admitió la queja y realizó diligencias de investigación.

³ Por conducto de su representante suplente ante el Consejo General del Instituto Nacional Electoral (INE).

⁴ En adelante PAN.

⁵ Presidente del Comité Ejecutivo Nacional del PAN.

⁶ Durante la investigación también apareció la publicación en *Instagram* y *Facebook* del PAN, así como *Facebook* de su dirigente nacional.

⁷ Con folio RV00006-22 (versión televisión).

⁸ Con folio RA00005-22 (versión radio).

⁹ En adelante UTCE.

¹⁰ UT/SCG/PE/MORENA/CG/8/2022.



5. **3. Medidas cautelares.** El 14 de enero, la Comisión de Quejas y Denuncias del INE¹¹, las declaró improcedentes porque no se advirtió la imputación de un hecho o delito falso, sino opiniones amparadas en la libertad de expresión que forman parte del debate público¹².
6. **4. Queja 2.** El 7 de febrero, MORENA¹³ presentó queja contra el PAN por la difusión del promocional “ES HORA DE CORREGIR EL RUMBO V SUPER TV”¹⁴ y “ES HORA DE CORREGIR EL RUMBO V SUPER”¹⁵, entre otros estados, para el periodo de intercampaña en el proceso electoral extraordinario en Puebla; y en *Twitter* y *Facebook* de dicho instituto político, lo que a su parecer implica:
 - Calumnia.
 - Uso indebido de la pauta.
 - Actos anticipados de campaña.
7. **5. Registro, competencia sobre actos anticipados de campaña, admisión, acumulación y medidas cautelares.** El 7 de febrero, la UTCE registró¹⁶ y admitió la queja; remitió copia certificada de la denuncia al Instituto Electoral del Estado de Puebla por ser competente para conocer de los presuntos actos anticipados de campaña; acumuló la queja 2 a la 1; y desechó la solicitud de medidas cautelares porque ya existía pronunciamiento en el acuerdo ACQyD-INE-5/2022 sobre los mismos promocionales.
8. **6. Emplazamiento y audiencia.** El 25 de febrero, se ordenó emplazar a las partes a la audiencia de pruebas y alegatos, para el 3 de marzo.

¹¹ En Acuerdo ACQyD-INE-5/2022.

¹² Sala Superior confirmó esta determinación en el SUP-REP-7/2022.

¹³ Por conducto de su representante propietario ante el Consejo General del INE.

¹⁴ Con folio RV00006-22 (versión televisión).

¹⁵ Con folio RA00005-22 (versión radio).

¹⁶ UT/SCG/PE/MORENA/CG/26/2022.



IV. Trámite ante la Sala Especializada.

9. **1. Recepción, revisión y turno a ponencia.** Cuando llegó el expediente a la Sala Especializada, se revisó su integración y el 17 de marzo, el magistrado presidente le asignó la clave **SRE-PSC-31/2022**, lo turnó a la ponencia de la magistrada Gabriela Villafuerte Coello, quien en su oportunidad lo radicó y presentó el proyecto de sentencia.

CONSIDERACIONES

PRIMERA. Facultad para conocer.

10. Esta Sala Especializada tiene facultad (es competente) para resolver el procedimiento especial sancionador, porque se denunció calumnia contra MORENA y uso indebido de la pauta, por la difusión de los promocionales “ES HORA DE CORREGIR EL RUMBO V SUPER TV” y “ES HORA DE CORREGIR EL RUMBO V SUPER” en televisión y radio (de conocimiento exclusivo de esta Sala Especializada)¹⁷.
11. Con la precisión que la publicación del video en *Twitter* y *Facebook*, al vincularse al proceso electoral extraordinario en Puebla, la competencia, en principio, sería del Instituto Electoral del Estado de Puebla (OPLE); pero el contenido de ese video es el mismo que el del promocional “ES HORA DE CORREGIR EL RUMBO V SUPER TV” el cual le corresponde analizar a esta Sala Especializada por ser un *spot* de televisión, por tanto, al tratarse del mismo hecho, se asume competencia para conocer también del video en redes sociales únicamente por la **calumnia**, ya que no se puede separar y enviarlo al OPLE y, analizar en esta sentencia sólo el promocional, porque

¹⁷ Con base en los artículos 41, Base IV, 99, párrafo cuarto, fracción IX, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (constitución federal); 166, fracción III, inciso h), 173 y 176, último párrafo, de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación; 470 y 471, párrafo 1, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LEGIPE) y la **Jurisprudencia 25/2010**, de rubro: “PROPAGANDA ELECTORAL EN RADIO Y TELEVISIÓN. COMPETENCIA DE LAS AUTORIDADES ELECTORALES PARA CONOCER DE LOS PROCEDIMIENTOS SANCIONADORES RESPECTIVOS”.



generaría la posibilidad de emitir sentencias contradictorias sobre el mismo hecho¹⁸.

SEGUNDA. Justificación para resolver en sesión no presencial.

12. La resolución de este asunto por videoconferencia se justifica pues Sala Superior así lo aprobó mientras persista la emergencia sanitaria¹⁹.

TERCERA. Denuncia y defensas

13. **MORENA** manifestó que:

Queja 1.

- El 10 de enero a las 12:00 horas, el PAN publicó un video (denominado #SuperMercadosMorena) en su cuenta de *Twitter*, el cual compartió su dirigente nacional Marko Antonio Cortés Mendoza el mismo día a las 12:04 horas, material que corresponde al promocional “ES HORA DE CORREGIR EL RUMBO V SUPER TV” y “ES HORA DE CORREGIR EL RUMBO V SUPER”, alojado en el portal de pautas del INE, correspondiente a la pauta federal del PAN para el periodo ordinario, en diversos estados de la República.
- El material tiene contenido que calumnia a MORENA y desinforma a la ciudadanía al hacer afirmaciones sin sustento, menciona hechos falsos, genéricos y sin determinar la fuente de la información, por eso no está protegido por el derecho a la libertad de expresión.
- No es una crítica a un tema de interés general.
- El promocional tiene similitud con una campaña comercial.
- En el *spot* expone a un personaje con cabeza de ganso, en alusión a la frase que emitió el presidente de la República “*me canso ganso*” con una vestimenta que caracteriza a un personaje que promociona o vende un producto, en el caso, es quien realiza la narrativa calumniosa sobre lo que el PAN considera

¹⁸ De conformidad con la jurisprudencia 5/2014, de Sala Superior: “CONTINENCIA DE LA CAUSA. ES INACEPTABLE DIVIDIRLA PARA SU IMPUGNACIÓN”.

¹⁹ Acuerdo General 8/2020 de la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, por el que se reanuda la resolución de todos los medios de impugnación, consultable en https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5602447&fecha=13/10/2020



una mala administración gubernamental y que según el partido denunciado trae como consecuencia un alza en los precios de los productos de la canasta básica.

- Con dichas manifestaciones pretende responsabilizar no solamente al presidente de la República, sino también a sus políticas públicas y a MORENA por ser el instituto político que lo postuló, para afectar su imagen e influir en las elecciones locales, extraordinaria y consulta ciudadana a celebrarse en este año.
- Son falsas y calumniosas las afirmaciones del PAN porque si bien existe pobreza en México, también es cierto que se han reducido las brechas económicas de la ciudadanía debido a las políticas implementadas por el presidente de la República proveniente de MORENA, para mantener los precios de la canasta básica accesible para todas y todos.

Queja 2.

- El PAN pautó para el periodo de intercampaña del proceso electoral extraordinario en Puebla, el promocional “ES HORA DE CORREGIR EL RUMBO V SUPER TV” y “ES HORA DE CORREGIR EL RUMBO V SUPER” para televisión y radio, y también lo difundió en *Facebook* y *Twitter* del PAN
- El contenido del promocional es falso en perjuicio de MORENA y no está protegido por la libertad de expresión.
- Esa propaganda calumniosa genera desaprobación, influye en la toma de decisiones del electorado y provoca rechazo hacia MORENA, lo que afecta los principios de equidad en la contienda e igualdad.
- Ponen a MORENA en desventaja en la contienda electoral.
- El material hace creer que el aumento de precios en productos básicos es culpa de MORENA y del gobierno que proviene de dicho partido.
- No se trata de una crítica a un tema de interés general, sino que el propósito es calumniar a MORENA con la finalidad de afectar su imagen e influir en los procesos electorales locales y ejercicios de democracia participativa en este año.
- Se afecta el derecho de la ciudadanía a la información veraz porque el promocional es público y al alcance de la ciudadanía a través de la plataforma de pautas del INE.



- El promocional vulnera el modelo de comunicación política porque genera una afectación negativa a MORENA en la contienda electoral en Puebla, porque se utiliza una expresión equivalente a no votar por una opción política.
- Existe uso indebido de la pauta porque el contenido del material no tiene amparo en la etapa de intercampaña en que está pautado, lo que violenta el modelo de comunicación política.

14. En escrito de **alegatos** reiteró dichas cuestiones y agregó:

- En el expediente se acreditó que los promocionales los pautó el PAN para su transmisión durante el primer periodo ordinario de 2022 y para el periodo de intercampaña en el contexto del proceso electoral extraordinario en Puebla.
- Quedó demostrado que los materiales no expresan ideas concretas y su finalidad es desinformar a la ciudadanía respecto del incremento de los precios en los productos de la canasta básica, responsabilizando a MORENA y al gobierno federal para afectar su imagen.
- Se acreditó el uso indebido de la pauta que le corresponde al PAN en el contexto del proceso electoral extraordinario en Puebla, porque los materiales al estar pautados para su difusión durante el periodo de intercampañas, no deben menospreciar, menoscabar o afectar la imagen de otras opciones políticas, sino que deben ser de carácter genérico.
- Se acreditó la calumnia cometida por Marko Antonio Cortés Mendoza por el video que publicó en *Twitter* y *Facebook*.

15. El **PAN**²⁰ en su escrito de **alegatos** señaló:

- Solicita se estime infundado este procedimiento especial sancionador.
- El precio de los productos de la canasta básica forma parte del debate público.
- Diversos medios de comunicación señalan el incremento a diversos productos de la canasta básica.

²⁰ Por medio de su representante ante el Consejo General del INE.



16. **Marko Antonio Cortés Mendoza**²¹ en escrito de alegatos dijo que:
- No participó en el promocional, por eso no puede ser denunciado.
 - Los promocionales se difundieron dentro de los tiempos ordinarios y no se advierte transgresión alguna de su parte.
 - Lo que expresa la parte quejosa no es suficiente para estimar la existencia de una probable violación a los preceptos constitucionales o legales.
 - No se trata de propaganda política y menos de calumnia, porque no existe señalamiento de algún delito en perjuicio del denunciante.
 - La acusación en su contra viola la libertad de expresión.

CUARTA. Pruebas²².

Calidad de Marko Antonio Cortés Mendoza:

17. **Marko Antonio Cortés Mendoza**, es presidente del PAN (hecho notorio)²³.

Perfiles de redes sociales:

18. **Marko Antonio Cortés Mendoza**²⁴ reconoció como suyas las cuentas de *Twitter* y *Facebook* (en las que publicó el video), y señaló que las administra él.
19. El **PAN**²⁵ reconoció como suyas las cuentas de *Twitter*, *Facebook* e *Instagram* (en las que publicó el video), y señaló que las administra la Secretaría de Acción Digital.

²¹ Por conducto de su apoderado.

²² Los reportes de vigencia y actas circunstanciadas son documentos públicos con valor probatorio pleno al emitirlos una autoridad competente en ejercicio de sus funciones, de conformidad con los artículos 461, párrafo 3, inciso a), b) y c) y, 462, párrafos 1, 2, 3 de la LEGIPE.

²³ Consultable en la liga electrónica <https://www.ine.mx/actores-politicos/partidos-politicos-nacionales/> de conformidad con el artículo 461 de la LEGIPE y 15, párrafo 1, de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral.

²⁴ A través de su apoderado.

²⁵ Por medio de su representante.



✚ **Existencia y contenido del promocional.**

20. En **actas circunstanciadas** de 13 de enero, 1 y 10 de febrero, que levantó la UTCE, hizo constar:
 - La existencia y contenido del promocional en televisión y radio en el portal de pautas del INE, mismo que se insertará en el estudio de fondo.
21. En acta circunstanciada de 17 de enero, la autoridad instructora hizo constar que en el segundo 28 del promocional en televisión, y en el segundo 39 del video en *Twitter*, aparece un código QR, que al ser escaneado conduce a la página principal del PAN.

✚ **Vigencia del promocional.**

22. En el **Reporte de Vigencia** de Materiales del Sistema Integral de Gestión de Requerimientos en Materia de Radio y Televisión, de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas de Partidos Políticos del INE, de 13 de enero, se aprecia que:
 - El PAN pautó el promocional en televisión y radio para el periodo ordinario en estos estados: Baja California, Baja California Sur, Campeche, Coahuila, Colima, Chiapas, Chihuahua, Ciudad de México, Guanajuato, Guerrero, Jalisco, México, Michoacán, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Puebla, Querétaro, San Luis Potosí, Sinaloa, Sonora, Tabasco, Tlaxcala, Veracruz, Yucatán y Zacatecas, con vigencia del 14 al 27 de enero.
 - El PAN también pautó el promocional en televisión y radio, entre otros estados, para el periodo de intercampaña en Puebla, con vigencia del 4 al 12 de febrero, para ese periodo en dicha entidad.



🚦 **Publicación del video en redes sociales.**

23. En **actas circunstanciadas** de 13 de enero, 1 y 10 de febrero, la UTCE, hizo constar:
 - La existencia y contenido de un video con duración de 40 segundos en las cuentas de *Twitter*, *Facebook* e *Instagram* del PAN; y en las cuentas de *Twitter* y *Facebook* de Marko Antonio Cortés Mendoza, que corresponde al mismo *spot*²⁶.
24. El **PAN** dijo que las publicaciones las realizaron las áreas de comunicación social del Comité Ejecutivo Nacional y la Secretaría de Acción Digital.
25. **Marko Antonio Cortés Mendoza** admitió que las cuentas de *Twitter* y *Facebook* donde se publicó el video son de uso personal y él las administra.

🚦 **Notas periodísticas.**

26. La UTCE²⁷, hizo una búsqueda en internet de notas periodísticas que pudieran estar relacionadas con los niveles de inflación en México; y certificó el contenido de 2 notas periodísticas.

QUINTA. Hechos que se acreditan.

27. Con las pruebas del expediente se demuestra:
 - ✓ La existencia y contenido del promocional “ES HORA DE CORREGIR EL RUMBO V SUPER TV” y “ES HORA DE CORREGIR EL RUMBO V SUPER” en televisión y radio.
 - ✓ El PAN los pautó para el periodo ordinario en diversos estados de la República (con vigencia del 14 al 27 de enero) y, para el periodo de intercampaña en Puebla del 4 al 12 de febrero.

²⁶ Adicionalmente el video en redes sociales tiene esta frase: “*También mantenemos por las nubes los precios en la carne, el pollo, la leche, las tortillas, entre muchos productos más*”.

²⁷ En acta circunstanciada de 13 de enero donde certificó la existencia y contenido de los promocionales.



- ✓ La existencia y contenido de un video con duración de 40 segundos en las cuentas de *Twitter*, *Facebook* e *Instagram* del PAN; y en las cuentas de *Twitter* y *Facebook* de Marko Antonio Cortés Mendoza, que corresponde al spot.
- ✓ El PAN es titular de las cuentas de *Twitter*, *Facebook* e *Instagram* donde las áreas de comunicación social del Comité Ejecutivo Nacional y la Secretaria de Acción Digital publicaron el video.
- ✓ Marko Antonio Cortés Mendoza es titular de las cuentas de *Twitter* y *Facebook* donde publicó el video.

SEXTA. Caso a resolver.

28. Esta Sala Especializada debe determinar si derivado del pautaado y difusión del promocional “ES HORA DE CORREGIR EL RUMBO V SUPER TV” y “ES HORA DE CORREGIR EL RUMBO V SUPER” en televisión y radio, así como la publicación del video en *Twitter*, *Facebook* e *Instagram*, que corresponde al mismo *spot*, el PAN y Marko Antonio Cortés Mendoza cometieron calumnia o no²⁸ y, si el PAN usó mal su pauta.

SÉPTIMA. Estudio.

❖ Calumnia

29. La propaganda calumniosa con impacto en un proceso electoral²⁹ tiene dos elementos:
- Atribuir a alguien (persona física o moral) hechos o delitos que son falsos, y, además.
 - Tener el conocimiento de la falsedad de esos hechos o delitos (quien los realiza podría desconocer su falsedad).
30. Sala Superior ha sostenido que si se acredita el impacto de la calumnia en la materia electoral y se hizo de manera maliciosa (el emisor no tuvo la

²⁸ Con fundamento en los artículos 41, Base III, Apartado C, de la constitución federal; 247, numerales 1 y 2; 443, numeral 1, inciso j), de la LEGIPE y 25, numeral 1, inciso o), de la Ley General de Partidos Políticos (LGPP).

²⁹ Artículo 471, numeral 2, de la LEGIPE.



mínima diligencia para comprobar la verdad de los hechos), la conducta no tendrá protección en la libertad de expresión³⁰, por la afectación de los derechos o la reputación de terceras personas³¹.

31. Lo anterior busca garantizar que la ciudadanía sea informada con veracidad sobre hechos relevantes³², para el mejor ejercicio de sus derechos políticos y electorales.
32. Por eso, este tipo de propaganda está prohibida para los partidos políticos o las candidaturas³³. Ello no es una censura previa respecto del diseño y contenido de sus promocionales que atente contra su libertad de expresión, pero sí puede implicar un análisis posterior para un tema de responsabilidad si los partidos violan una disposición legal.

❖ **Uso indebido de la pauta.**

33. Los partidos políticos tienen derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación social, como parte de sus prerrogativas³⁴, para que la gente conozca su ideología, propuestas de gobierno, plataforma político-electoral y candidaturas, conforme al modelo de comunicación política.
34. El INE al ser la autoridad facultada para administrar los tiempos del Estado, debe garantizar el uso de tales prerrogativas a los partidos políticos³⁵, ya que les permite promover la vida democrática, contribuir a la integración de los órganos de representación y hacer posible el acceso de la ciudadanía al poder público³⁶.

³⁰ Véanse las sentencias de los expedientes SUP-REP-42/2018 y SUP-REP-154/2018.

³¹ Artículo 19, numeral 3, inciso a) del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos.

³² Tesis 1ª. CLI/2014 (10ª), **DERECHO A LA INFORMACIÓN. LOS REQUISITOS DE SU VERACIDAD E IMPARCIALIDAD NO SOLO SON EXIGIBLES A PERIODISTAS O PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN, SINO A TODO AQUEL QUE FUNJA COMO INFORMADOR.** Gaceta del Semanario Judicial de la Federación, décima época, libro 5, tomo I, abril de 2014, Primera Sala, página 797.

³³ Artículos 41, Base III, Apartado C, de la Constitución Federal; 443, numeral 1, inciso j), de la LEGIPE y 25, numeral 1, inciso o), de la Ley General de Partidos Políticos (LGPP)

³⁴ Artículos 41, Bases I y III, Apartados A y B, de la Constitución Federal; 159, numerales 1 y 2, de la LEGIPE.

³⁵ Artículo 160, párrafos primero y segundo, de la LEGIPE.

³⁶ Artículo 41, Base I, de la Constitución Federal.



35. Por eso los institutos políticos pueden difundir propaganda en radio y televisión en las distintas etapas del proceso electoral (precampaña, intercampaña y campaña) y también cuando no hay proceso electoral (periodo ordinario); ya que la gente tiene el derecho de acceder a la información³⁷ para que se fomente el sufragio libre y la participación ciudadana.
36. Al respecto, los partidos políticos tienen libertad para diseñar su estrategia de comunicación y los contenidos de sus mensajes³⁸, pero siempre deben tomar en cuenta en qué etapa se encuentran, para poder atender los límites que se marcan para cada una.

➤ **Análisis de los hechos.**

37. Antes de analizar el contenido, es importante precisar que la queja 1, se presentó el 13 de enero, y el promocional en televisión y radio aún no se difundía, porque su periodo de transmisión inició el 14 siguiente.
38. Si bien cuando se presentó la denuncia aún no se difundían, estaban alojados en el portal de pautas del INE, lo que implicó que estuvieran disponibles para su consulta pública.
39. Recordemos que esta página (portal de pautas INE), se creó desde 2007 cuando el entonces Instituto Federal Electoral se consolidó como la autoridad única para la administración del tiempo que corresponde al Estado en radio y televisión.
40. En un inicio, el sitio tuvo el objeto de poner a disposición de las concesionarias y permisionarias de radio y televisión las pautas y los materiales que debían transmitir; pero después, prevaleció como instrumento de transparencia, al ofrecer un depósito que pone a disposición del público en general todos los promocionales que se

³⁷ Artículo 247 de la LEGIPE.

³⁸ Artículos 168, párrafo 4, de la LEGIPE y 37 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral (RRTME).



ordenan transmitir por los actores políticos y autoridades electorales; así como aquellos que son históricos³⁹.

41. La operatividad y uso de esta herramienta está a cargo del Comité de Radio y Televisión del INE; allí se alojan todas las pautas, locales y/o federales; ordinarias, de precampaña y campaña; históricas y actuales.
42. Además, la Sala Superior consideró⁴⁰ diversos momentos que pueden dar lugar a una infracción respecto al uso de la pauta o una diversa conducta que atente contra el modelo de comunicación política, a saber: la puesta a disposición de la autoridad administrativa de los materiales susceptibles de difusión; el alojamiento de dichos materiales en el portal de pautas del INE; y mediante su difusión en radio y televisión.
43. Por ello, el hecho que los materiales se alojen en el portal de pautas del INE es parte de la operatividad y funcionamiento del mismo; y, además, resulta válido su análisis.

➤ **Caso concreto.**

44. El contenido del promocional en televisión y radio es este:



³⁹ Información obtenida del acuerdo INE/ACRT/17/2017.

⁴⁰ SUP-REP-218/2018.



Contenido Auditivo

Canción:

Supermercados MORENA, donde tu dinero vale menos.

Voz masculina en off.

El azúcar que costaba quince, hoy ya te cuesta veintisiete pesos el kilo; el kilo de huevo de veintiocho, ya te lo vendemos por cuarenta y dos pesos.

¿Te gusta el chile? ¡Este sí que pica! de treinta y seis, ya te lo cobramos a ochenta pesos.

Canción:

Supermercados MORENA, donde es imposible comprar barato.

Voz masculina en off.

Precios altos garantizados durante el gobierno de MORENA.

Es hora de cambiar y recuperar el tiempo perdido.

PAN, Unidos por un México mejor.

RA0005-22

ES HORA DE CORREGIR EL RUMBO V SUPER

Contenido Auditivo

Canción:

Supermercados MORENA, donde tu dinero vale menos.

Voz masculina en off.

El azúcar que costaba quince, hoy ya te cuesta veintisiete pesos el kilo; el kilo de huevo de veintiocho, ya te lo vendemos por cuarenta y dos pesos.

¿Te gusta el chile? ¡Este sí que pica! de treinta y seis, ya te lo cobramos a ochenta pesos.

Canción:

Supermercados MORENA, donde es imposible comprar barato.

Voz masculina en off.

Precios altos garantizados durante el gobierno de MORENA.

Es hora de cambiar y recuperar el tiempo perdido.

PAN, Unidos por un México mejor.



→ **Análisis de la calumnia.**

45. MORENA alega que se cometió calumnia en su contra porque el contenido del promocional es falso, ya que responsabiliza a dicho instituto político y al gobierno proveniente de ese partido, del aumento de precios en productos básicos para afectar su imagen e influir en las elecciones locales, extraordinaria en Puebla y consulta ciudadana a celebrarse en este año.
46. En materia electoral la calumnia es la imputación de hechos o delitos falsos con un impacto en el proceso electoral⁴¹.
47. El análisis del promocional debe ser de forma integral en todas sus partes, ya que, como cualquier otra pieza de comunicación, debe verse como una unidad de comunicación (visual, verbal y sonora)⁴².
48. A partir de ello, vemos que el promocional hace una narrativa sobre el aumento de precios en diversos productos alimentarios básicos como el azúcar, huevo y chile, en el gobierno de MORENA, al mismo tiempo que pasan las imágenes de esos alimentos con el costo que mencionan.
49. Este mensaje no hace la imputación de un hecho falso a MORENA⁴³, porque de su contenido completo tanto auditivo como visual, no se advierte que le atribuya a ese instituto político alguna acción, y si bien lo menciona, la comunicación que envía a la ciudadanía es el aumento de precio de diversos productos de la canasta básica durante el gobierno que provino de MORENA, pero no le atribuye esa alza al partido político⁴⁴.

⁴¹ Artículo 41, Base III, apartado C, de la constitución federal, en relación con el artículo 471, párrafo 2, de la LEGIPE.

⁴² SUP-REP-8/2022.

⁴³ No se actualiza el elemento objetivo de la calumnia.

⁴⁴ No pasamos por alto que en el ámbito político-electoral la identificación de las y los gobernantes con los partidos políticos es inevitable (SUP-REP-8/2022).



50. Ahora, el mensaje que transmite el promocional es una crítica que hace una fuerza política al actual gobierno que procedió de MORENA, sobre el aumento en el costo de diversos alimentos de consumo básico.
51. Cuestión que es importante y de relevancia para toda la sociedad, porque los efectos de la inflación en los productos básicos tienen implicaciones en los ingresos reales de las personas en general.
52. De ahí que, contrario a lo que afirma el denunciante, es un tema de interés general y debate público⁴⁵, donde se maximiza la libertad de expresión y se ensancha el margen de tolerancia frente a juicios valorativos, apreciaciones o aseveraciones en ese tipo de confrontaciones, sin que se considere una transgresión a la normativa electoral la manifestación de ideas, expresiones u opiniones que permitan la formación de una opinión pública libre⁴⁶.
53. Además, una nota periodística de “El Universal” de las que certificó la autoridad instructora, da noticia de la inflación en alimentos en México.
54. Por tanto, el contenido del promocional no hace la imputación de un hecho falso a MORENA, pues se trata de una opinión crítica al gobierno que provino de ese partido, que no rebasa los límites de la libertad de expresión⁴⁷.
55. En conclusión, no se actualiza la calumnia contra MORENA que se atribuyó al PAN derivado del contenido del promocional en televisión y radio⁴⁸.

⁴⁵ Por ello, no se actualiza el elemento subjetivo de la calumnia.

⁴⁶ Sirven de apoyo las razones que contiene la Jurisprudencia 11/2008 de la Sala Superior, de rubro: **LIBERTAD DE EXPRESIÓN E INFORMACIÓN. SU MAXIMIZACIÓN EN EL CONTEXTO DEL DEBATE POLÍTICO.**

⁴⁷ Sin que se acredite algún impacto en los procesos electorales ordinarios y extraordinario en Puebla (elemento electoral de la calumnia).

⁴⁸ Similar criterio sostuvo esta Sala Especializada en el SRE-PSC-1/2022 que confirmó la Sala Superior en el SUP-REP-8/2022.



→ **Análisis del uso indebido de la pauta.**

56. MORENA señala que existe uso indebido de la pauta porque el contenido del material no tiene amparo en la etapa de intercampaña en que está pautado, lo que violenta el modelo de comunicación política, pues no deben menospreciar, menoscabar o afectar la imagen de otras opciones políticas, sino que deben ser de carácter genérico.

¿Qué mensajes se pueden difundir en intercampaña?

57. En la etapa de intercampaña las autoridades difunden información sobre la organización de los procesos electorales, se invita a la ciudadanía a participar en las elecciones y se promueven los valores de la cultura democrática;⁴⁹ mientras que los partidos políticos, pueden difundir propaganda política-genérica -ideología, principios, valores y programas de un partido político- mensajes de contenido meramente informativo.
58. De ahí que es válido que los contenidos que difundan los partidos políticos en esta etapa incluyan referencias a cuestiones de interés general y con carácter informativo, entre ellas, las relacionadas con el cambio o la alternancia política, o bien de críticas generales a ciertas políticas públicas o a un cierto estado de cosas⁵⁰.
59. En el caso, el promocional en televisión y radio no se trata de un material difundido en periodo prohibido, porque su contenido se trata de una opinión crítica del PAN sobre el aumento de precios en los productos alimentarios básicos durante el gobierno que provino de MORENA.

⁴⁹ Véase SUP-JDC-112/2018.

⁵⁰ Véase SUP-REP-55/2018.



60. Lo que es parte del debate vigoroso sobre aspectos de interés general, pues presenta la opinión específica de un partido político sobre el actuar de un gobierno que surgió de otra fuerza política.
61. Por lo que, se trata de una crítica severa sobre una perspectiva política.
62. De ahí que, no existe un uso indebido de la pauta que se atribuye al PAN.

→ Análisis de las publicaciones en redes sociales

63. Las redes sociales son medios que posibilitan el ejercicio democrático, plural y expansivo de la libertad de expresión, por eso cualquier medida que se adopte debe encaminarse a proteger la interacción entre las personas usuarias y ello demanda remover posibles limitaciones que afecten el involucramiento cívico y político de la ciudadanía⁵¹.
64. En este caso podemos analizar el contenido de *Twitter*, *Facebook* e *Instagram* del PAN y, *Twitter* y *Facebook* de Marko Antonio Cortés Mendoza, porque:
 - El PAN y Marko Antonio Cortés Mendoza, reconocieron respectivamente la titularidad de sus cuentas.
 - Son cuentas de un partido político y de su dirigente nacional.
65. En este sentido, si el contenido del *spot* en radio y televisión no calumnia a MORENA, en vía de consecuencia, su difusión en *Twitter*, *Facebook* e *Instagram* tampoco actualiza la infracción.
66. Ya que, el contenido del video en redes sociales, igual que el promocional, forma parte de una crítica severa al actual gobierno y se encuentra amparado en la libertad de expresión, al hablar de temas como el aumento a la canasta básica, lo que implica un tema de relevancia pública.

⁵¹ Esto, siempre y cuando sean razonables de frente a las obligaciones o prohibiciones en materia electoral.



Por lo expuesto y fundado, se:

RESUELVE

PRIMERO. Es **inexistente** la calumnia y el uso indebido de la pauta que se atribuyó al Partido Acción Nacional.

SEGUNDO. Es **inexistente** la calumnia que se atribuyó a Marko Antonio Cortés Mendoza.

TERCERO. Comuníquese para conocimiento esta sentencia al Instituto Electoral del Estado de Puebla.

NOTIFÍQUESE como corresponda.

En su oportunidad, archívese el expediente como asunto concluido y devuélvase la documentación correspondiente.

Así lo resolvieron, por unanimidad de votos, las magistraturas que integran el Pleno de la Sala Regional Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, ante el secretario general de acuerdos, quien da fe.

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