



TRIBUNAL ELECTORAL  
del Poder Judicial de la Federación  
SALA REGIONAL ESPECIALIZADA

**PROCEDIMIENTO ESPECIAL  
SANCIONADOR**

**EXPEDIENTE:** SRE-PSC-36/2021

**DENUNCIANTE:** MORENA

**INVOLUCRADO:** Partido Acción Nacional

**MAGISTRADA:** Gabriela Villafuerte Coello

**PROYECTISTA:** Karen Ivette Torres Hernández

**COLABORARON:** Gloria Sthefanie Rendón Barragán y Pablo Antonio Segrera Tapia.

Ciudad de México, a nueve de abril de dos mil veintiuno.

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

## **A N T E C E D E N T E S**

### **I. Proceso electoral federal 2020-2021.**

1. El 7 de septiembre de 2020 inició el proceso electoral federal, para renovar las diputaciones del Congreso de la Unión, cuyas etapas son<sup>1</sup>:
  - **Precampaña:** Del 23 de diciembre de 2020 al 31 de enero de 2021<sup>2</sup>.
  - **Intercampaña:** Del 1 de febrero al 3 de abril.
  - **Campaña:** Del 4 de abril al 2 de junio.
  - **Día de la elección:** 6 de junio.

### **II. Sustanciación del procedimiento especial sancionador.**

2. **1. Denuncia.** El 20 de febrero MORENA presentó una queja contra el Partido Acción Nacional<sup>3</sup>, con motivo de la difusión de los *spots* “CAMBIEMOS HACIA EL FUTURO ÁGUILA V2” y “CAMBIEMOS HACIA EL FUTURO ÁGUILA V3”, ambos en sus versiones para

<sup>1</sup> Acuerdo INE/CG218/2020, relativo al Plan Integral del Proceso Electoral Federal 2020-2021, consultables en las ligas electrónicas <https://repositoriodocumental.ine.mx/pdfjs-flipbook/web/viewer.html?file=/xmlui/bitstream/handle/123456789/114434/CGex202008-26-ap-6.pdf?sequence=1&isAllowed=y> y <https://repositoriodocumental.ine.mx/pdfjs-flipbook/web/viewer.html?file=/xmlui/bitstream/handle/123456789/114434/CGex202008-26-ap-6-a.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

<sup>2</sup> Las fechas que se mencionan corresponden a este año, salvo manifestación expresa.

<sup>3</sup> En lo sucesivo PAN.



- radio y televisión<sup>4</sup>, del 1 al 27 de febrero, en diversas entidades federativas durante la intercampaña federal, así como en las redes sociales *Facebook* y *Twitter*, cuyo contenido, desde la óptica del quejoso, pudiera implicar un uso indebido de la pauta, derivado de la probable actualización de propaganda electoral, actos anticipados de campaña y calumnia, lo que podría incidir en la equidad de la contienda.
3. **2. Registro, admisión y desechamiento parcial.** El 21 de febrero, la Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral del Instituto Nacional Electoral<sup>5</sup> registró y admitió la queja<sup>6</sup>; asimismo, desechó por cuanto hace a la *denigración*, toda vez que no es una violación en materia político electoral.
  4. **3. Medidas cautelares.** El 22 de febrero, la Comisión de Quejas y Denuncias del INE emitió el acuerdo ACQyD-INE-32/2021, a través del cual declaró la improcedencia de la solicitud de medidas cautelares, por considerar que los *spots* no imputan delitos o hechos falsos, son de naturaleza política, tienen un contenido genérico y se encuentran amparados por la libertad de expresión, dentro de la dinámica del debate público.
  5. **4. SUP-REP-53/2021.** El 24 de febrero, MORENA interpuso recurso de revisión del procedimiento especial sancionador en contra del acuerdo citado en el punto anterior. El 26 siguiente, la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación<sup>7</sup> confirmó la improcedencia de las medidas cautelares.
  6. **5. Emplazamiento y audiencia.** El 17 de marzo, la UTCE ordenó emplazar a las partes a la audiencia de pruebas y alegatos<sup>8</sup>, la cual se celebró el 22 siguiente.

---

<sup>4</sup> “CAMBIEMOS HACIA EL FUTURO ÁGUILA V2” se registró con las claves RV00120-21 y RA00171-21 y “CAMBIEMOS HACIA EL FUTURO ÁGUILA V3” con las claves RV00122-21 y RA00172-21.

<sup>5</sup> En lo sucesivo UTCE e INE, respectivamente.

<sup>6</sup> UT/SCG/PE/MORENA/CG/57/PEF/73/2021.

<sup>7</sup> En adelante Sala Superior.

<sup>8</sup> Se emplazó al PAN por el presunto uso indebido de la pauta, derivado de presuntos actos anticipados de campaña y calumnia, no obstante, **no se citó por propaganda electoral.**



7. **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.

### III. Trámite ante la Sala Especializada.

8. **1. Recepción, turno y radicación del expediente.** Cuando llegó el expediente se revisó su integración y el 8 de abril, el magistrado presidente le dio la clave **SRE-PSC-36/2021** y lo turnó a la ponencia de la magistrada Gabriela Villafuerte Coello, quien, en el momento oportuno, lo radicó y procedió a elaborar la sentencia correspondiente.

## CONSIDERACIONES:

### PRIMERA. Competencia para conocer el caso.

9. Esta Sala Especializada es competente para resolver el procedimiento especial sancionador, ya que se denunció el mal uso de la pauta en radio y televisión por parte de un partido político, derivado de la probable actualización de actos anticipados de campaña y calumnia, y ese tipo de conductas es de conocimiento exclusivo de esta Sala Especializada<sup>9</sup>.

### SEGUNDA. Justificación para resolver en sesión no presencial.

10. La Sala Superior aprobó la resolución no presencial de todos los asuntos por medio del sistema de videoconferencias<sup>10</sup>, durante la

<sup>9</sup> De acuerdo a lo previsto en los artículos 41, párrafo segundo, Base III, y 99, párrafo cuarto, fracción IX, de la constitución federal; 186, fracción III, inciso h), 192 y 195, último párrafo, de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación; 470, 471, párrafo 1, 476 y 477, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE). Jurisprudencias 25/2010, 25/2015 y 8/2016 de rubros: "PROPAGANDA ELECTORAL EN RADIO Y TELEVISIÓN. COMPETENCIA DE LAS AUTORIDADES ELECTORALES PARA CONOCER DE LOS PROCEDIMIENTOS SANCIONADORES RESPECTIVOS"; "PROPAGANDA ELECTORAL EN RADIO Y TELEVISIÓN. COMPETENCIA DE LAS AUTORIDADES ELECTORALES PARA CONOCER DE LOS PROCEDIMIENTOS RESPECTIVOS" y "COMPETENCIA. EL CONOCIMIENTO DE ACTOS ANTICIPADOS DE PRECAMPAÑA O CAMPAÑA, SE DETERMINA POR SU VINCULACIÓN AL PROCESO ELECTORAL QUE SE ADUCE LESIONADO", respectivamente.

<sup>10</sup> Acuerdo General 8/2020 de la Sala Superior del TEPJF, 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](https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5602447&fecha=13/10/2020)



emergencia sanitaria; por lo que se justifica que la resolución del expediente se lleve a cabo en sesión a distancia.

### **TERCERA. Delimitación de la materia de análisis.**

11. MORENA denunció lo que considera como posible uso indebido de la pauta, el cual plantea en su queja como una conducta derivada de la probable actualización de actos anticipados de campaña y calumnia, atribuibles al PAN, debido a la difusión de los promocionales “*CAMBIEMOS HACIA EL FUTURO ÁGUILA V2*” y “*CAMBIEMOS HACIA EL FUTURO ÁGUILA V3*”, ambos en sus versiones para radio y televisión, así como su difusión en redes sociales, que desde su punto de vista tienen un contenido diverso al permitido para la intercampaña del proceso electoral federal 2020-2021 y pueden vulnerar el principio de equidad en la contienda.

### **CUARTA. Acusaciones y defensas.**

12. **MORENA** manifestó en sus escritos de denuncia y de comparecencia lo siguiente:
  - Los promocionales:
    - Son actos anticipados de campaña, porque buscan posicionar al PAN ante el electorado durante el periodo de intercampaña, dado que el contenido infringe los parámetros para esa etapa electoral y no está dirigido exclusivamente a sus militantes.
    - Tienen frases que lo difaman y calumnian por la formulación de acusaciones directas en su contra, al atribuirle la responsabilidad de las problemáticas del país y, por ende, al gobierno federal que emana del partido promovente.
    - Se trata de propaganda electoral que califica negativamente a MORENA y al gobierno actual, mientras que posiciona positivamente a los gobiernos locales



emanados de las filas del PAN, por medio de las frases: “*Es el México del retroceso de MORENA*”, “*Llegó la hora de corregirlo*” y “*El PAN gobierna mejor y gobierna para todas y todos*”.

- Tienen mensajes inequívocos funcionalmente equivalentes de rechazo hacia MORENA, mediante juicios de valor, que invitan al electorado a *corregir* su voto si anteriormente optaron por el promovente.
  - La intención de pautar contenidos muy similares a nivel nacional y en cada entidad federativa genera una sobreexposición que atenta contra la preferencia electoral.
  - El PAN usa de forma engañosa su pauta para posicionarse en las preferencias electorales, lo que vulnera los principios de imparcialidad y equidad en la contienda.
  - En su escrito de comparecencia indicó que el PAN no respetó el modelo de comunicación política, porque los promocionales se pautaron para el proceso federal y en diversas entidades federativas; por lo que se podría considerar el uso de la pauta federal con contenido local, pues los tiempos deben destinarse a las elecciones a que fueron asignados, siguiendo los criterios de los recursos de revisión SUP-REP-5/2018 y SUP-REP-75/2021, así como la jurisprudencia 33/2016.
13. El **PAN** se defendió así:
- Los *spots*:
    - No cumplen el elemento subjetivo de los actos anticipados de campaña, porque no contienen ninguna expresión que de manera objetiva, manifiesta, abierta, inequívoca y sin ambigüedades, solicite el voto a favor o en contra de un partido o candidatura. Tampoco se hace ofrecimiento de algún beneficio.



- Se ajustan a las pautas de intercampaña porque tienen un contenido genérico, con un mensaje crítico del partido ante temas de interés general: salud, economía e inseguridad en el territorio nacional.
- No establecen el nombre, logros y acciones del PAN.
- Carecen de expresiones calumniosas, pues no se advierte la imputación de delitos o hechos falsos, solo se refiere a una sana crítica u opiniones sobre temas de interés general, en especial la forma en que el gobierno ha enfrentado la pandemia por la COVID-19.
- El PAN señaló cuáles cuentas de redes sociales pertenecen a sus órganos, cuáles son estatales o municipales, por las que no se hizo ningún pago, ya que son páginas de perfiles. Asimismo, afirmó que no es responsable de alojar o eliminar el contenido que se difunde en otras cuentas y desconoce si éstas son administradas por militantes.

#### **QUINTA. Hechos y acreditación.**

14. Antes de que realicemos el estudio de fondo, es necesario que esta Sala Especializada verifique los elementos de prueba que se encuentran en el expediente, con la finalidad de acreditar la existencia de los hechos, así como las circunstancias en las que ocurrieron.

#### **Existencia de los promocionales.**

15. El PAN pautó los *spots* “*INT FED ÁGUILA 2*” e “*INT FED ÁGUILA 3*”<sup>11</sup> para ser transmitidos entre el 1 al 27 de febrero, como consta en el Reporte de Vigencia de Materiales del Sistema Integral de Gestión de Requerimientos en Materia de Radio y Televisión, de la

<sup>11</sup> Se precisa que el quejoso denunció los *spots* “*CAMBIEMOS HACIA EL FUTURO ÁGUILA V2*” y “*CAMBIEMOS HACIA EL FUTURO ÁGUILA V3*”, pero en la respuesta de la Dirección de Prerrogativas y Partidos Políticos (Dirección de Prerrogativas) remitió el monitoreo de los *spots* “*INT FED ÁGUILA V2*” e “*INT FED ÁGUILA V3*”, si bien, nos encontramos con denominaciones diferentes, se trata del mismo material, identificado con las claves RV00120-21, RA00171-21, RV00122-21 y RA00172-21.



Dirección de Prerrogativas del INE<sup>12</sup>, en el que se observa lo siguiente:

**Spot con folio RV00120-21**  
**Actor Político: PAN. Tipo de periodo: Intercampaña Federal y Local**

No	Entidad	Tipo periodo	Primera transmisión	*Última transmisión
1	BAJA CALIFORNIA	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	19/02/2021
2	BAJA CALIFORNIA	INTERCAMPANA LOCAL	02/02/2021	26/02/2021
3	CAMPECHE	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	16/02/2021
4	CAMPECHE	INTERCAMPANA LOCAL	17/02/2021	27/02/2021
5	CAMPECHE	INTERCAMPANA FEDERAL	18/02/2021	20/02/2021
6	COAHUILA	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	11/02/2021
7	COAHUILA	INTERCAMPANA FEDERAL	13/02/2021	19/02/2021
8	COLIMA	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	19/02/2021
9	COLIMA	INTERCAMPANA LOCAL	08/02/2021	25/02/2021
10	CHIAPAS	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	19/02/2021
11	CHIAPAS	INTERCAMPANA LOCAL	02/02/2021	27/02/2021
12	CIUDAD DE MEXICO	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	19/02/2021
13	GUERRERO	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	19/02/2021
14	GUERRERO	INTERCAMPANA LOCAL	08/02/2021	27/02/2021
15	HIDALGO	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	19/02/2021
16	HIDALGO	INTERCAMPANA LOCAL	01/02/2021	26/02/2021
17	JALISCO	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	11/02/2021
18	JALISCO	INTERCAMPANA FEDERAL	13/02/2021	19/02/2021
19	MEXICO	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	16/02/2021
20	MEXICO	INTERCAMPANA FEDERAL	18/02/2021	20/02/2021
21	MEXICO	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	15/02/2021
22	MEXICO	INTERCAMPANA FEDERAL	17/02/2021	19/02/2021
23	MICHOACAN	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	19/02/2021
24	MICHOACAN	INTERCAMPANA LOCAL	01/02/2021	27/02/2021
25	MORELOS	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	19/02/2021
26	MORELOS	INTERCAMPANA LOCAL	02/02/2021	24/02/2021
27	NAYARIT	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	16/02/2021
28	NAYARIT	INTERCAMPANA FEDERAL	17/02/2021	20/02/2021
29	NAYARIT	INTERCAMPANA LOCAL	17/02/2021	27/02/2021
30	NUEVO LEON	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	19/02/2021
31	OAXACA	INTERCAMPANA LOCAL	01/02/2021	27/02/2021
32	OAXACA	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	19/02/2021

<sup>12</sup> Información visible de las páginas 128 a 147 del expediente.



TRIBUNAL ELECTORAL  
del Poder Judicial de la Federación

SALA REGIONAL ESPECIALIZADA

SRE-PSC-36/2021

33	PUEBLA	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	06/02/2021
34	PUEBLA	INTERCAMPANA FEDERAL	07/02/2021	16/02/2021
35	PUEBLA	INTERCAMPANA FEDERAL	17/02/2021	20/02/2021
36	QUERETARO	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	12/02/2021
37	QUERETARO	INTERCAMPANA LOCAL	13/02/2021	27/02/2021
38	QUERETARO	INTERCAMPANA FEDERAL	13/02/2021	20/02/2021
39	QUINTANA ROO	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	12/02/2021
40	QUINTANA ROO	INTERCAMPANA LOCAL	13/02/2021	27/02/2021
41	QUINTANA ROO	INTERCAMPANA FEDERAL	13/02/2021	20/02/2021
42	SAN LUIS POTOSI	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	19/02/2021
43	SAN LUIS POTOSI	INTERCAMPANA LOCAL	07/02/2021	27/02/2021
44	SINALOA	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	19/02/2021
45	SINALOA	INTERCAMPANA LOCAL	02/02/2021	13/02/2021
46	SONORA	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	19/02/2021
47	SONORA	INTERCAMPANA LOCAL	12/02/2021	26/02/2021
48	TABASCO	INTERCAMPANA LOCAL	01/02/2021	26/02/2021
49	TABASCO	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	19/02/2021
50	TLAXCALA	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	19/02/2021
51	TLAXCALA	INTERCAMPANA LOCAL	02/02/2021	26/02/2021
52	VERACRUZ	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	16/02/2021
53	VERACRUZ	INTERCAMPANA FEDERAL	18/02/2021	20/02/2021
54	VERACRUZ	INTERCAMPANA LOCAL	18/02/2021	27/02/2021
55	ZACATECAS	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	19/02/2021
56	ZACATECAS	INTERCAMPANA LOCAL	02/02/2021	26/02/2021





**Spot con folio RA00171-21**  
**Actor Político: PAN. Tipo de periodo: Intercampaña Federal y Local**

No	Entidad	Tipo periodo	Primera transmisión	Última transmisión
1	BAJA CALIFORNIA	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	27/02/2021
2	BAJA CALIFORNIA	INTERCAMPAÑA LOCAL	02/02/2021	26/02/2021
3	CAMPECHE	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	16/02/2021
4	CAMPECHE	INTERCAMPAÑA LOCAL	17/02/2021	27/02/2021
5	CAMPECHE	INTERCAMPAÑA FEDERAL	18/02/2021	27/02/2021
6	COAHUILA	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	11/02/2021
7	COAHUILA	INTERCAMPAÑA FEDERAL	13/02/2021	27/02/2021
8	COLIMA	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	27/02/2021
9	COLIMA	INTERCAMPAÑA LOCAL	08/02/2021	25/02/2021
10	CHIAPAS	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	27/02/2021
11	CHIAPAS	INTERCAMPAÑA LOCAL	02/02/2021	26/02/2021
12	GUERRERO	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	27/02/2021
13	GUERRERO	INTERCAMPAÑA LOCAL	08/02/2021	27/02/2021
14	HIDALGO	INTERCAMPAÑA LOCAL	01/02/2021	27/02/2021
15	HIDALGO	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	27/02/2021
16	JALISCO	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	11/02/2021
17	JALISCO	INTERCAMPAÑA FEDERAL	13/02/2021	27/02/2021
18	MEXICO	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	16/02/2021
19	MEXICO	INTERCAMPAÑA FEDERAL	18/02/2021	27/02/2021
20	MEXICO	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	16/02/2021
21	MEXICO	INTERCAMPAÑA FEDERAL	17/02/2021	27/02/2021
22	MICHOACAN	INTERCAMPAÑA LOCAL	01/02/2021	27/02/2021
23	MICHOACAN	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	27/02/2021



TRIBUNAL ELECTORAL  
del Poder Judicial de la Federación  
SALA REGIONAL ESPECIALIZADA

SRE-PSC-36/2021

24	MORELOS	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	27/02/2021
25	MORELOS	INTERCAMPANA LOCAL	02/02/2021	24/02/2021
26	NAYARIT	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	16/02/2021
27	NAYARIT	INTERCAMPANA FEDERAL	17/02/2021	27/02/2021
28	NAYARIT	INTERCAMPANA LOCAL	17/02/2021	27/02/2021
29	NUEVO LEON	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	27/02/2021
30	OAXACA	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	27/02/2021
31	OAXACA	INTERCAMPANA LOCAL	01/02/2021	27/02/2021
32	PUEBLA	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	06/02/2021
33	PUEBLA	INTERCAMPANA FEDERAL	07/02/2021	16/02/2021
34	PUEBLA	INTERCAMPANA FEDERAL	17/02/2021	26/02/2021
35	PUEBLA	INTERCAMPANA LOCAL	18/02/2021	18/02/2021
36	QUERETARO	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	12/02/2021
37	QUERETARO	INTERCAMPANA FEDERAL	13/02/2021	27/02/2021
38	QUINTANA ROO	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	12/02/2021
39	QUINTANA ROO	INTERCAMPANA LOCAL	13/02/2021	27/02/2021
40	QUINTANA ROO	INTERCAMPANA FEDERAL	13/02/2021	27/02/2021
41	SAN LUIS POTOSI	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	27/02/2021
42	SAN LUIS POTOSI	INTERCAMPANA LOCAL	07/02/2021	26/02/2021
43	SINALOA	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	27/02/2021
44	SINALOA	INTERCAMPANA LOCAL	02/02/2021	16/02/2021
45	SONORA	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	27/02/2021
46	SONORA	INTERCAMPANA LOCAL	12/02/2021	27/02/2021
47	TABASCO	INTERCAMPANA LOCAL	01/02/2021	26/02/2021
48	TABASCO	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	27/02/2021
49	TLAXCALA	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	27/02/2021
50	TLAXCALA	INTERCAMPANA LOCAL	02/02/2021	26/02/2021
51	VERACRUZ	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	16/02/2021
52	VERACRUZ	INTERCAMPANA LOCAL	18/02/2021	27/02/2021
53	VERACRUZ	INTERCAMPANA FEDERAL	18/02/2021	27/02/2021
54	ZACATECAS	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	27/02/2021
55	ZACATECAS	INTERCAMPANA LOCAL	02/02/2021	26/02/2021



TRIBUNAL ELECTORAL  
del Poder Judicial de la Federación

SALA REGIONAL ESPECIALIZADA

SRE-PSC-36/2021

**Spot con folio RV00122-21**  
**Actor Político: PAN. Tipo de periodo: Intercampaña Federal y Local**

No	Entidad	Tipo periodo	Primera transmisión	*Última transmisión
1	AGUASCALIENTES	INTERCAMPAÑA LOCAL	01/02/2021	27/02/2021
2	AGUASCALIENTES	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	20/02/2021
3	BAJA CALIFORNIA	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	20/02/2021
4	BAJA CALIFORNIA	INTERCAMPAÑA LOCAL	03/02/2021	27/02/2021
5	CAMPECHE	INTERCAMPAÑA FEDERAL	02/02/2021	15/02/2021
6	CAMPECHE	INTERCAMPAÑA FEDERAL	17/02/2021	19/02/2021
7	CAMPECHE	INTERCAMPAÑA LOCAL	18/02/2021	26/02/2021
8	COAHUILA	INTERCAMPAÑA FEDERAL	02/02/2021	12/02/2021
9	COAHUILA	INTERCAMPAÑA FEDERAL	13/02/2021	20/02/2021
10	COLIMA	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	20/02/2021
11	COLIMA	INTERCAMPAÑA LOCAL	08/02/2021	26/02/2021
12	CHIAPAS	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	20/02/2021
13	CHIAPAS	INTERCAMPAÑA LOCAL	03/02/2021	27/02/2021
14	CHIHUAHUA	INTERCAMPAÑA LOCAL	01/02/2021	27/02/2021
15	CHIHUAHUA	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	20/02/2021
16	CIUDAD DE MEXICO	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	20/02/2021
17	DURANGO	INTERCAMPAÑA LOCAL	01/02/2021	27/02/2021
18	DURANGO	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	20/02/2021
19	GUERRERO	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	20/02/2021



TRIBUNAL ELECTORAL  
del Poder Judicial de la Federación  
SALA REGIONAL ESPECIALIZADA

SRE-PSC-36/2021

20	GUERRERO	INTERCAMPANA LOCAL	09/02/2021	27/02/2021
21	HIDALGO	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	20/02/2021
22	HIDALGO	INTERCAMPANA LOCAL	02/02/2021	27/02/2021
23	JALISCO	INTERCAMPANA FEDERAL	02/02/2021	12/02/2021
24	JALISCO	INTERCAMPANA FEDERAL	13/02/2021	20/02/2021
25	MEXICO	INTERCAMPANA FEDERAL	02/02/2021	15/02/2021
26	MEXICO	INTERCAMPANA FEDERAL	17/02/2021	19/02/2021
27	MEXICO	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	16/02/2021
28	MEXICO	INTERCAMPANA FEDERAL	17/02/2021	20/02/2021
29	MICHOACAN	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	20/02/2021
30	MICHOACAN	INTERCAMPANA LOCAL	02/02/2021	26/02/2021
31	MORELOS	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	20/02/2021
32	MORELOS	INTERCAMPANA LOCAL	03/02/2021	25/02/2021
33	NUEVO LEON	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	20/02/2021
34	OAXACA	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	20/02/2021
35	OAXACA	INTERCAMPANA LOCAL	02/02/2021	27/02/2021
36	PUEBLA	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	06/02/2021
37	PUEBLA	INTERCAMPANA FEDERAL	08/02/2021	16/02/2021
38	PUEBLA	INTERCAMPANA FEDERAL	17/02/2021	20/02/2021
39	SAN LUIS POTOSI	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	20/02/2021
40	SAN LUIS POTOSI	INTERCAMPANA LOCAL	08/02/2021	26/02/2021
41	SINALOA	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	20/02/2021
42	SINALOA	INTERCAMPANA LOCAL	03/02/2021	12/02/2021
43	SONORA	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	20/02/2021
44	SONORA	INTERCAMPANA LOCAL	13/02/2021	27/02/2021
45	TABASCO	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	20/02/2021
46	TABASCO	INTERCAMPANA LOCAL	02/02/2021	27/02/2021
47	TLAXCALA	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	20/02/2021
48	TLAXCALA	INTERCAMPANA LOCAL	03/02/2021	27/02/2021
49	VERACRUZ	INTERCAMPANA FEDERAL	02/02/2021	15/02/2021
50	VERACRUZ	INTERCAMPANA FEDERAL	17/02/2021	19/02/2021
51	VERACRUZ	INTERCAMPANA LOCAL	18/02/2021	27/02/2021
52	ZACATECAS	INTERCAMPANA FEDERAL	01/02/2021	20/02/2021
53	ZACATECAS	INTERCAMPANA LOCAL	03/02/2021	27/02/2021



**Spot con folio RA00172-21**  
**Actor Político: PAN. Tipo de periodo: Intercampaña Federal y Local**

No	Entidad	Tipo periodo	Primera transmisión	*Última transmisión
1	AGUASCALIENTES	INTERCAMPAÑA LOCAL	01/02/2021	27/02/2021
2	AGUASCALIENTES	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	27/02/2021
3	BAJA CALIFORNIA	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	27/02/2021
4	BAJA CALIFORNIA	INTERCAMPAÑA LOCAL	03/02/2021	27/02/2021
5	CAMPECHE	INTERCAMPAÑA FEDERAL	02/02/2021	16/02/2021
6	CAMPECHE	INTERCAMPAÑA FEDERAL	17/02/2021	27/02/2021
7	CAMPECHE	INTERCAMPAÑA LOCAL	18/02/2021	27/02/2021
8	COAHUILA	INTERCAMPAÑA FEDERAL	02/02/2021	12/02/2021
9	COAHUILA	INTERCAMPAÑA FEDERAL	13/02/2021	26/02/2021
10	COLIMA	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	26/02/2021
11	COLIMA	INTERCAMPAÑA LOCAL	08/02/2021	26/02/2021
12	CHIAPAS	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	26/02/2021
13	CHIAPAS	INTERCAMPAÑA LOCAL	03/02/2021	27/02/2021
14	CHIHUAHUA	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	27/02/2021
15	CHIHUAHUA	INTERCAMPAÑA LOCAL	01/02/2021	27/02/2021
16	DURANGO	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	27/02/2021
17	DURANGO	INTERCAMPAÑA LOCAL	01/02/2021	27/02/2021
18	GUERRERO	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	26/02/2021
19	GUERRERO	INTERCAMPAÑA LOCAL	09/02/2021	27/02/2021
20	HIDALGO	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	26/02/2021
21	HIDALGO	INTERCAMPAÑA LOCAL	02/02/2021	27/02/2021
22	JALISCO	INTERCAMPAÑA FEDERAL	02/02/2021	12/02/2021
23	JALISCO	INTERCAMPAÑA FEDERAL	13/02/2021	26/02/2021
24	MEXICO	INTERCAMPAÑA FEDERAL	02/02/2021	15/02/2021
25	MEXICO	INTERCAMPAÑA FEDERAL	17/02/2021	27/02/2021
26	MEXICO	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	16/02/2021
27	MEXICO	INTERCAMPAÑA FEDERAL	17/02/2021	26/02/2021
28	MICHOACAN	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	27/02/2021
29	MICHOACAN	INTERCAMPAÑA LOCAL	02/02/2021	27/02/2021
30	MORELOS	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	26/02/2021
31	MORELOS	INTERCAMPAÑA LOCAL	03/02/2021	25/02/2021
32	NUEVO LEON	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	26/02/2021



33	OAXACA	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	27/02/2021
34	OAXACA	INTERCAMPAÑA LOCAL	02/02/2021	27/02/2021
35	PUEBLA	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	06/02/2021
36	PUEBLA	INTERCAMPAÑA FEDERAL	08/02/2021	16/02/2021
37	PUEBLA	INTERCAMPAÑA FEDERAL	17/02/2021	27/02/2021
38	PUEBLA	INTERCAMPAÑA LOCAL	19/02/2021	19/02/2021
39	SAN LUIS POTOSI	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	26/02/2021
40	SAN LUIS POTOSI	INTERCAMPAÑA LOCAL	08/02/2021	27/02/2021
41	SINALOA	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	26/02/2021
42	SINALOA	INTERCAMPAÑA LOCAL	03/02/2021	17/02/2021
43	SONORA	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	27/02/2021
44	SONORA	INTERCAMPAÑA LOCAL	13/02/2021	27/02/2021
45	TABASCO	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	27/02/2021
46	TABASCO	INTERCAMPAÑA LOCAL	02/02/2021	27/02/2021
47	TLAXCALA	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	26/02/2021
48	TLAXCALA	INTERCAMPAÑA LOCAL	03/02/2021	27/02/2021
49	VERACRUZ	INTERCAMPAÑA FEDERAL	02/02/2021	15/02/2021
50	VERACRUZ	INTERCAMPAÑA FEDERAL	17/02/2021	27/02/2021
51	VERACRUZ	INTERCAMPAÑA LOCAL	18/02/2021	27/02/2021
52	ZACATECAS	INTERCAMPAÑA FEDERAL	01/02/2021	26/02/2021
53	ZACATECAS	INTERCAMPAÑA LOCAL	03/02/2021	27/02/2021

16. En ese sentido, se acredita que el instituto político denunciado difundió los *spots* para la etapa de intercampaña federal y local, en diversas entidades federativas, del 1 al 27 de febrero.
17. El anterior punto se corrobora con el reporte total de monitoreo<sup>13</sup> que realizó la Dirección de Prerrogativas y del cual se aprecia que se emitieron 79,297 impactos<sup>14</sup>:

REPORTES DE DETECCIONES POR FECHA Y MATERIAL					
FECHA INICIO	INT_FED_ÁGUILA	INT_FED_ÁGUILA	INT_FED_ÁGUILA	INT_FED_ÁGUILA	TOTAL GENERAL
	V3	V3	V2	V2	
	RA00172-21	RV00122-21	RV00120-21	RA00171-21	
01/02/2021	851	502	525	1,020	2,898
02/02/2021	526	267	453	846	2,092
03/02/2021	1,054	595	208	448	2,305
04/02/2021	1,058	545	352	662	2,617
05/02/2021	924	538	492	996	2,950

<sup>13</sup> Jurisprudencia 24/2010 de rubro "MONITOREO DE RADIO Y TELEVISIÓN. LOS TESTIGOS DE GRABACIÓN DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL TIENEN, POR REGLA, VALOR PROBATORIO PLENO".

<sup>14</sup> El cual obra en un disco compacto contenido en sobre, visible en la página 000295 del expediente.



FECHA INICIO	REPORTE DE DETECCIONES POR FECHA Y MATERIAL				TOTAL GENERAL
	INT_FED_ÁGUILA V3	INT_FED_ÁGUILA V3	INT_FED_ÁGUILA V2	INT_FED_ÁGUILA V2	
	RA00172-21	RV00122-21	RV00120-21	RA00171-21	
06/02/2021	500	236	473	856	2,065
07/02/2021	1,136	632	195	426	2,389
08/02/2021	933	498	414	746	2,591
09/02/2021	1,317	698	514	1,046	3,575
10/02/2021	321	161	547	1,062	2,091
11/02/2021	1,101	636	564	1,173	3,474
12/02/2021	1,577	817	519	956	3,869
13/02/2021	1,665	966	673	1,293	4,597
14/02/2021	1,135	589	680	1,259	3,663
15/02/2021	633	280	490	891	2,294
16/02/2021	1,187	675	263	553	2,678
17/02/2021	1,249	645	563	1,071	3,528
18/02/2021	1,540	749	666	1,183	4,138
19/02/2021	680	422	616	1,186	2,904
20/02/2021	1,195	626	367	675	2,863
21/02/2021	1,491	351	182	1,069	3,093
22/02/2021	1,429	219	195	1,245	3,088
23/02/2021	633	245	289	1,339	2,506
24/02/2021	1,395	242	158	526	2,321
25/02/2021	1,469	307	235	1,112	3,123
26/02/2021	1,277	169	227	1,375	3,048
27/02/2021	788	286	232	1,231	2,537
TOTAL GENERAL	29,064	12,896	11,092	26,245	79,297

18. Cabe destacar que del monitoreo realizado por la Dirección de Prerrogativas también se detectaron **274 excedentes**, sin especificar la causa de los mismos.

### **Contenido del promocional.**

19. En el acta circunstanciada del 21 de febrero que elaboró la autoridad instructora, se describió el contenido de los *spots*<sup>15</sup>, como parte de la solicitud del denunciante para certificar el promocional en el portal de pautas del INE.

El contenido del promocional será transcrito en el análisis de fondo de esta sentencia para evitar repeticiones innecesarias.

Asimismo, se hizo constar en el acta que el material audiovisual se localizaba en diversos vínculos electrónicos:

<sup>15</sup> Información visible de las páginas 000119 a 000129 del expediente.



Promocional	Redes sociales
INT FED ÁGUILA V2	<ul style="list-style-type: none"><li>• 5 vínculos de <i>Facebook</i>.</li><li>• 1 vínculo de <i>Twitter</i>.</li></ul>
INT FED ÁGUILA V3	<ul style="list-style-type: none"><li>• 7 vínculos de <i>Facebook</i><sup>16</sup>.</li><li>• 1 vínculo de <i>Twitter</i>.</li></ul>

20. El representante del PAN ante el Consejo General del INE informó, mediante escrito de 24 de febrero<sup>17</sup>, que:

- De las 13 cuentas de *Facebook* mencionadas en el requerimiento de 21 del mismo mes, 3 eran cuentas institucionales del partido, 8 pertenecían a cuentas estatales o municipales y una era desconocida.
- Mientras que la totalidad de las 3 cuentas de *Twitter*<sup>18</sup> pertenecían al instituto político.

Asimismo, indicó que no se realizó ningún pago por la difusión de los contenidos en algún medio de comunicación de redes.

21. Por otra parte, la red social *Facebook* en su respuesta de 15 de marzo, señaló que 12 cuentas<sup>19</sup> no estuvieron asociadas a una campaña publicitaria, por lo que se encontraba imposibilitada para divulgar cualquier información comercial<sup>20</sup>.

Respecto de la cuenta reportada con código URL <https://www.facebook.com/profile.php?id=100008589521406> “*PAN Tlaxcala*”, se trata de un *perfil*<sup>21</sup> y dado que solo las *páginas* pueden cobrar servicios de publicidad<sup>22</sup>, tampoco pudo proporcionar información comercial de este vínculo.

<sup>16</sup> La UTCE indicó que la publicación del PAN Tlaxcala no permitía ingresar sin una cuenta personal, por lo que no pudo verificar el contenido audiovisual denunciado.

<sup>17</sup> Visible de las páginas 000238 a 000240 del expediente.

<sup>18</sup> <https://mobile.twitter.com/accionnacional>;

<https://mobile.twitter.com/AccionNacional/status/1361512346544467968> (Águila 2) y

<https://mobile.twitter.com/AccionNacional/status/1360030519338090> (Águila 3)

<sup>19</sup> La usuaria responsable de los contenidos de estas 12 URL es Karen Lomelí de acuerdo con el anexo “EXHIBIT A”, consultable en página 000336 del expediente.

<sup>20</sup> Respuesta de *Facebook* visible de las páginas 000334 a 000337 del expediente.

<sup>21</sup> El creador del perfil es el “*Comité Estatal de Tlaxcala*” con las cuentas [presidenciadetlaxcala@gmail.com](mailto:presidenciadetlaxcala@gmail.com) y [100008589521406@facebook.com](https://www.facebook.com/100008589521406), visible en el anexo “EXHIBIT B” en la página 000337 de expediente.

<sup>22</sup> Un “**perfil**” en *Facebook* es una cuenta personal, representa a individuos y no tiene fin comercial, la interacción solo se da cuando se tienen agregadas otras cuentas. El perfil se limita a una cuenta. Mientras que una “**página**” es una cuenta comercial que representa a una empresa u organización, similar a un perfil, pero con herramientas de gestión y monitoreo para la interacción con personas usuarias. En la página varias





22. Hasta aquí, se demostró que:

- El PAN pautó los promocionales denunciados, en versiones para radio y televisión, entre el 1 al 27 de febrero para la intercampaña federal y local en diversas entidades del país.
- Con 79,297 impactos y 274 excedentes.
- Los *spots* en su versión audiovisual se difundieron en distintas redes sociales institucionales del PAN, así como en perfiles estatales o municipales del mencionado partido político.

#### **SEXTA. Caso a resolver.**

23. Esta Sala Especializada deberá determinar si el PAN es o no responsable del uso indebido de la pauta, derivado de la probable actualización de actos anticipados de campaña y calumnia, por la difusión de los promocionales “*INT FED ÁGUILA V2*” e “*INT FED ÁGUILA V3*”, en radio y televisión, entre el 1 al 27 de febrero, en intercampaña federal y local de los procesos electorales concurrentes 2020-2021.
24. Cabe precisar que la UTCE también emplazó a Marko Antonio Cortés Mendoza, en su carácter de presidente nacional del PAN, por la posible realización de actos anticipados de campaña, derivado de su participación en los promocionales citados en el párrafo precedente, aunque en la queja no fue denunciado.

#### **SÉPTIMA. Marco normativo.**

##### **→ Actos anticipados de campaña.**

25. Las actividades de campaña deben propiciar la exposición, desarrollo y discusión ante el electorado de los programas y acciones fijados por los partidos políticos en sus documentos



- básicos y en la plataforma electoral que hubieren registrado para la elección<sup>23</sup>.
26. Como su nombre lo revela, los actos anticipados de campaña son llamados expresos al voto en favor o en contra de una candidatura o partido político o solicitud de apoyo, que se llevan a cabo fuera de dicha etapa<sup>24</sup>.
27. La Sala Superior estableció tres elementos para poder acreditar los actos anticipados de campaña:
- Que sean realizados por los propios partidos políticos, las personas aspirantes a ser electas o las personas precandidatas que se puedan identificar, y no por otras personas.
  - Que se lleven a cabo precisamente en un tiempo anterior a la etapa de campaña.
  - Que se puedan observar con toda claridad las manifestaciones de apoyo o rechazo a una opción electoral, de manera tal que se comuniquen a la ciudadanía y que afecten la equidad<sup>25</sup>.
28. Adicionalmente, dicha Sala indicó que **el mensaje debe llamar al voto a favor o en contra de una persona o partido, de manera manifiesta, abierta y sin ambigüedades**<sup>26</sup>.
29. Asimismo, se requiere analizar integralmente el mensaje (no solo las frases, también los elementos auditivos y visuales), el contexto (temporalidad, horario de difusión, audiencia, medio, duración y circunstancias relevantes) y las demás características, para ver si estamos de cara a equivalentes funcionales de apoyo o rechazo de una opción electoral de manera inequívoca (sin lugar a duda); si se publicita una plataforma electoral o se posiciona a alguien para una candidatura<sup>27</sup>.
30. De ahí que, en los *spots* de intercampaña, los partidos deben abstenerse de incluir elementos que realcen frente a la ciudadanía una candidatura o partido político, con la finalidad de colocarlo en

<sup>23</sup> Artículo 242, numeral 4, de la LGIPE.

<sup>24</sup> Artículo 3, numeral 1, inciso a, de la LGIPE.

<sup>25</sup> Jurisprudencia 4/2018 de rubro "ACTOS ANTICIPADOS DE PRECAMPAÑA O CAMPAÑA. PARA ACREDITAR EL ELEMENTO SUBJETIVO SE REQUIERE QUE EL MENSAJE SEA EXPLÍCITO O INEQUÍVOCO RESPECTO A SU FINALIDAD ELECTORAL (LEGISLACIÓN DEL ESTADO DE MÉXICO Y SIMILARES)".

<sup>26</sup> De acuerdo con el Diccionario de la Real Academia Española *ambiguo* significa "Que puede entenderse de varios modos o admitir distintas interpretaciones y dar, por consiguiente, motivo a dudas, incertidumbre o confusión".

<sup>27</sup> Véase los recursos de revisión del procedimiento especial sancionador SUP-REP-165/2017 y SUP-REP-700/2018 y acumulados.



las preferencias, a través de la exposición de elementos que coincidan con su plataforma electoral, con el objetivo de garantizar el principio de equidad en la contienda<sup>28</sup>.

31. Esto es, durante la intercampaña, los mensajes genéricos de los partidos políticos deben ser de carácter informativo<sup>29</sup>, por lo que deben corresponder a una propaganda de naturaleza política<sup>30</sup>, en los que pueden hacer alusión al cambio, cuestionamientos o logros de la actividad gubernamental.
32. Estos criterios permiten distinguir de manera objetiva y razonable entre los mensajes que contienen elementos que llaman de manera expresa al voto y aquellos que se limitan a plantear una postura ideológica sobre alguna cuestión política, social o económica.

→ **Calumnia**

33. La propaganda calumniosa con impacto en un proceso electoral<sup>31</sup> 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).
34. La Sala Superior ha sostenido que si se acredita el impacto grave de la calumnia en la materia electoral y se hizo de manera maliciosa (el emisor no tuvo la mínima diligencia para comprobar la verdad de los hechos), la conducta no tendrá protección en la libertad de expresión<sup>32</sup>, por la afectación de los derechos o la reputación de terceros<sup>33</sup>.

<sup>28</sup> Consúltese SUP-REP-45/2017.

<sup>29</sup> Artículos 19 y 37, párrafo segundo, del RRTME.

<sup>30</sup> Véase SUP-REP-109/2015.

<sup>31</sup> Artículo 471, numeral 2, de la LGIPE.

<sup>32</sup> Véanse las sentencias de los expedientes SUP-REP-42/2018 y SUP-REP-154/2018.

<sup>33</sup> Artículo 19, numeral 3, inciso a) del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos.



35. Lo anterior busca garantizar que la ciudadanía sea informada con veracidad sobre hechos relevantes<sup>34</sup>, para el mejor ejercicio de sus derechos políticos y electorales.
36. Por eso, este tipo de propaganda está prohibida para los partidos políticos o las candidaturas<sup>35</sup>. 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.**

37. Los partidos políticos tienen derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación social, como parte de sus prerrogativas<sup>36</sup>, para que la gente conozca su ideología, propuestas de gobierno, plataforma político-electoral y candidaturas, conforme al modelo de comunicación política.
38. El INE, al ser la autoridad facultada para administrar los tiempos del Estado, debe garantizar el uso de tales prerrogativas a los partidos políticos<sup>37</sup>, 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 público<sup>38</sup>.
39. Por eso los institutos políticos pueden difundir propaganda en radio y televisión en las distintas etapas del proceso electoral (precampaña, intercampana y campaña) y también cuando no hay proceso electoral (periodo ordinario); ya que la gente tiene el derecho de acceder a la

<sup>34</sup> 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.

<sup>35</sup> Artículos 41, Base III, Apartado C, de la Constitución Federal; 443, numeral 1, inciso j), de la LGIPE y 25, numeral 1, inciso o), de la Ley General de Partidos Políticos (LGPP)

<sup>36</sup> Artículos 41, Bases I y III, Apartados A y B, de la constitución federal; 159, numerales 1 y 2, de la LGIPE.

<sup>37</sup> Artículo 160, párrafos primero y segundo, de la LGIPE.

<sup>38</sup> Artículo 41, Base I, de la constitución federal.



información<sup>39</sup> para que se fomente el sufragio libre y la participación ciudadana.

40. Al respecto, los partidos políticos tienen libertad para diseñar su estrategia de comunicación y los contenidos de sus mensajes<sup>40</sup>, pero siempre deben tomar en cuenta en qué etapa se encuentran, para poder atender los límites que se marcan en cada una.
41. Así, en la etapa de intercampaña, por regla general la propaganda debe ser únicamente de carácter político o genérico, esto es, para difundir lemas o emblemas del partido -sin identificar precandidaturas-, logros o programas gubernamentales, información que propicie el debate y temas de interés general<sup>41</sup>.

→ **Libertad de expresión en redes sociales.**

42. En principio es fundamental precisar que se carece de una regulación de las redes sociales en el marco normativo mexicano, en específico como espacios para la difusión de cualquier tipo de propaganda electoral o gubernamental, en el contexto del desarrollo del debate político y el acceso a la información por parte de la ciudadanía.
43. Con base en la libertad de expresión y el derecho de acceso a la información, protegidos por el artículo 6 de la constitución federal, las redes sociales son espacios que permiten difundir y obtener información, de manera directa y en tiempo real, una interacción que no está condicionada, direccionada o restringida a través de bloqueo, filtración o interferencia, de acuerdo con el principio de neutralidad de la red<sup>42</sup>.

---

<sup>39</sup> Artículo 247 de la LEGIPE.

<sup>40</sup> Artículos 168, párrafo 4, de la LGIPE y 37 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral (RRTME).

<sup>41</sup> Jurisprudencia 16/2018 de rubro "*PROPAGANDA GENÉRICA. LOS GASTOS REALIZADOS DURANTE LAS PRECAMPAÑAS Y CAMPAÑAS SON SUSCEPTIBLES DE PRORRATEO*". Véase SUP-REP-180/2020 y su acumulado SUP-REP-184/2020 y el artículo 13 del RRTME.

<sup>42</sup> Véase artículo 13 de la Convención Americana de Derechos Humanos y la Declaración Conjunta sobre la Libertad de Expresión e Internet, emitida el 11 de junio de 2011.



44. De ahí que sea válido considerar que las redes sociales son espacios de plena libertad, por ser un mecanismo idóneo para lograr una sociedad mayor y mejor informada, consciente de que las decisiones que asuma trascienden en el incremento o la disminución de la calidad de vida de la colectividad.
45. Por eso, no es compatible con la libertad de expresión prohibir que un sitio o sistema de difusión publique materiales que contengan críticas al gobierno o al sistema político; en su caso, toda limitación a los sitios *web* u otros sistemas de difusión de información será admisible en la medida que sea compatible con la libertad de expresión<sup>43</sup>.
46. En ese entendido, los límites se definen a partir de la protección de otros derechos, como el interés superior de la niñez, la paz social, el derecho a la vida, la seguridad o integridad de las personas; esto es, las restricciones deben ser racionales, justificadas y proporcionales<sup>44</sup>, sin que generen una privación a los derechos electorales.
47. En muchas de las redes sociales como *Facebook* o *Twitter* se presupone que se trata de expresiones espontáneas<sup>45</sup> que emite una persona para hacer de conocimiento general su opinión personal sobre una determinada temática, lo que es relevante para determinar si la conducta es ilícita y si genera responsabilidad de las personas involucradas o si está protegida por la libertad de expresión.
48. 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

---

<sup>43</sup> Observación general 34, de 12 de septiembre de 2011, 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>44</sup> Tesis CV/2017 de la Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación con el rubro: "*LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y OPINIÓN EJERCIDAS A TRAVÉS DE LA RED ELECTRÓNICA (INTERNET). RESTRICCIONES PERMISIBLES*".

<sup>45</sup> Jurisprudencia 18/2016 de la Sala Superior con el rubro: "*LIBERTAD DE EXPRESIÓN. PRESUNCIÓN DE ESPONTANEIDAD EN LA DIFUSIÓN DE MENSAJES EN REDES SOCIALES*".



TRIBUNAL ELECTORAL  
del Poder Judicial de la Federación  
SALA REGIONAL ESPECIALIZADA

SRE-PSC-36/2021

principios que rigen los procesos electorales, como pudiera ser el de equidad en la contienda<sup>46</sup>.

## OCTAVA. Caso concreto.

### Contenido de los promocionales.

49. La UTCE del INE certificó la información contenida en el portal de pautas del instituto, relacionada con los promocionales denunciados:

**INT FED ÁGUILA V2**  
**RV00120-21 [versión televisión]**


<sup>46</sup> Véase SUP-REP-542/2015.



TRIBUNAL ELECTORAL  
del Poder Judicial de la Federación  
SALA REGIONAL ESPECIALIZADA

SRE-PSC-36/2021

### INT FED ÁGUILA V2 RV00120-21 [versión televisión]

**Voz en off hombre:** El crimen organizado avanza, los [y las]<sup>47</sup> jóvenes sin oportunidades, desempleo en aumento, es el México del retroceso de Morena. Llegó la hora de corregirlo. El PAN gobierna mejor y gobierna para todas y todos.

**Voz en off mujer:** Querétaro es primer lugar nacional en la entrega de Asistencia Social Alimentaria.

**Voz en off hombre:** Quintana Roo es de los líderes nacionales en rendición de cuentas de recursos contra COVID.

**Voz en off mujer:** Y Nayarit recuperó más de 4 mil empleos durante la pandemia, siendo uno de los estados con menos casos.

**Marko Cortés:** ¡Piensa azul!

¡Cambiemos hacia el futuro!

Únete a Acción por México.

**Voz en off hombre:** Partido Acción Nacional.

### INT FED ÁGUILA V2 RA00171-21 [versión radio]

**Voz en off hombre:** El crimen organizado avanza, los [y las]<sup>48</sup> jóvenes sin oportunidades, es el México del retroceso de Morena.

Llegó la hora de corregirlo.

El PAN gobierna mejor y gobierna para todas y todos.

**Voz en off mujer:** Querétaro es primer lugar nacional en entrega de Asistencia Social Alimentaria.

**Voz en off hombre:** Quintana Roo es de los líderes nacionales en rendición de cuentas de recursos contra COVID.

**Voz en off mujer:** Y Nayarit recuperó más de 4 mil empleos durante la pandemia, siendo uno de los estados con menos casos.

**Voz en off mujer:** Habla Marko Cortés, Presidente Nacional del PAN.

**Voz en off hombre:** ¡Cambiemos hacia el futuro!

Únete a Acción por México.

**Voz en off hombre:** Partido Acción Nacional.

### INT FED ÁGUILA V3 RV00122-21 [versión televisión]



<sup>47</sup> El resaltado es nuestro. Se añaden las palabras entre corchetes “[ ]” para fomentar el lenguaje incluyente.

<sup>48</sup> El resaltado es nuestro. Se añaden las palabras entre corchetes “[ ]” para fomentar el lenguaje incluyente.





TRIBUNAL ELECTORAL  
del Poder Judicial de la Federación  
SALA REGIONAL ESPECIALIZADA

SRE-PSC-36/2021

**INT FED ÁGUILA V3**  
RV00122-21 [versión televisión]



**Voz en off hombre:** El crimen organizado avanza, los [y las]<sup>49</sup> jóvenes sin oportunidades, desempleo en aumento, es el México del retroceso de Morena. Llegó la hora de corregirlo. El PAN gobierna mejor y gobierna para todas y todos.

**Voz en off mujer:** Aguascalientes captó más de tres mil millones de dólares en inversión extranjera.

**Voz en off hombre:** Durango es de los primeros lugares en la creación de empleos en 2020, recuperó más de 7 mil.

**Voz en off mujer:** Chihuahua mantiene acciones integrales y mano firme ante la pandemia.

**Marko Cortés:** ¡Piensa azul!

¡Cambiemos hacia el futuro!

Únete a Acción por México.

**Voz en off hombre:** Partido Acción Nacional.

**INT FED ÁGUILA V3**  
RA00172-21 [versión radio]

<sup>49</sup> El resaltado es nuestro. Se añaden las palabras entre corchetes “[ ]” para fomentar el lenguaje incluyente.



**INT FED ÁGUILA V3**  
**RA00172-21 [versión radio]**

**Voz en off hombre:** El crimen organizado avanza, los [y las]<sup>50</sup> jóvenes sin oportunidades, desempleo en aumento, es el México del retroceso de Morena. Llegó la hora de corregirlo. El PAN gobierna mejor y gobierna para todas y todos.

**Voz en off mujer:** Aguascalientes captó más de tres mil millones de dólares en inversión extranjera.

**Voz en off hombre:** Durango es de los primeros lugares en la creación de empleos de 2020, recuperó más de 7 mil.

**Voz en off mujer:** Chihuahua mantiene acciones integrales y mano firme ante la pandemia.

**Voz en off mujer:** Habla Marko Cortés, Presidente Nacional del PAN.

**Voz en off hombre:** ¡Cambiamos hacia el futuro! Únete a Acción por México

**Voz en off hombre:** Partido Acción Nacional.

50. De lo anterior, se desprende que son 2 promocionales, en sus versiones para radio y televisión, con una duración de 30 segundos cada uno, con el siguiente contenido:

- Los anuncios de televisión comienzan con la imagen de un águila, seguida de ilustraciones de supuestas notas periodísticas de INFOBAE, Milenio y Expansión, con cifras relacionadas con ejecuciones del crimen organizado, pobreza y desempleo (*“El México del retroceso de MORENA”*).
- Posteriormente, se advierten una serie de secuencias en las que se mencionan presuntas cualidades del PAN (*“...gobierna mejor y para todos”*).
- Hasta esta parte los promocionales son idénticos.
- La segunda parte de los *spots* es distinta, dado que se hace referencia a los supuestos logros de gobierno del PAN en diferentes estados de la República.
- En la versión 2 se aprecian los presuntos logros en los estados de Querétaro, Quintana Roo y Nayarit, mientras que la versión 3 se refiere a las entidades de Aguascalientes, Durango y Chihuahua.

<sup>50</sup> El resaltado es nuestro. Se añaden las palabras entre corchetes “[ ]” para fomentar el lenguaje incluyente.



TRIBUNAL ELECTORAL  
del Poder Judicial de la Federación

SALA REGIONAL ESPECIALIZADA

**SRE-PSC-36/2021**

- Se identifica con claridad al PAN como emisor del mensaje. También aparece el presidente nacional del PAN quien ofrece una visión de cambio.
  - Ambos materiales culminan con la leyenda “*Partido Acción Nacional*”.
51. Los promocionales de radio contienen una narrativa muy similar a su respectiva versión en televisión.
52. A continuación, para el estudio de fondo, procederemos a examinar las infracciones denunciadas:

#### **Analicemos, ¿Hubo actos anticipados de campaña?**

53. De acuerdo con el dicho de MORENA los *spots* denunciados contienen propaganda electoral que busca perjudicarlo y favorecer al PAN, durante la intercampaña federal y local del proceso concurrente 2020-2021.
54. En este asunto, siguiendo los criterios de la Sala Superior<sup>51</sup>, observamos que:
- Los *spots* sí fueron pautados por el PAN y en el contenido se identifica a dicha fuerza política y a su dirigente nacional, Marko Antonio Cortés Mendoza.

Sobre la aparición del dirigente nacional del PAN, se reflexiona que no es ilegal, pues le compete la conducción política y legal de su instituto político<sup>52</sup>. En consecuencia, su aparición solo fue para fijar una postura de contraste en relación con temas de interés nacional y no se actualiza la infracción relativa a actos anticipados de campaña.

---

<sup>51</sup> SUP-JRC-228/2016.

<sup>52</sup> Véase los expedientes SRE-PSC-118/2016 y SRE-PSC-4/2017.



- Se acredita que se transmitió entre el 1 y 27 de febrero, con 79,297 impactos, esto es, durante la intercampaña federal que transcurre del 1 de febrero al 3 de abril.
  - Ahora bien, lo que no se advierte es alguna palabra o expresión que, de forma objetiva, manifiesta, abierta y sin ambigüedad, denote que se llame al voto a favor o en contra de una candidatura o partido político, se publicite una plataforma electoral o se posicione a alguna persona para una candidatura<sup>53</sup>.
55. Contrario a lo señalado por el partido MORENA, la frase “*Únete a Acción por México*”, no es una muestra de apoyo clara, manifiesta y unívoca hacia la fuerza política del PAN, solo es una expresión que, analizada en el contexto integral del audio completo, indica que, si quieres un cambio de las condiciones sociales, te unes a una acción por el país.
56. Si bien MORENA considera que las expresiones del promocional podrían ser un equivalente funcional que invita a votar en su contra, debemos recordar que los partidos políticos pueden ofrecer su perspectiva sobre la situación actual del país, con frases que en ocasiones pueden ser críticas fuertes<sup>54</sup> y que no implican en sí mismas un llamado a votar en contra, sino un ejercicio reflexivo sobre determinadas problemáticas nacionales y la manera en que otra fuerza política ofrece solucionarlos.
57. Debemos recordar que la sola alusión al cambio de una política pública no es proselitismo electoral, pues solo son posicionamientos encaminados a restar o ganar adeptos o preferencias políticas de manera general<sup>55</sup>. La emisión de opiniones críticas respecto de opciones políticas a través de la estrategia de realce de problemas nacionales no está prohibida a los partidos políticos por medio de sus prerrogativas constitucionales.

<sup>53</sup> SUP-REP-180/2020 y su acumulado SUP-REP-184/2020.

<sup>54</sup> Véase el expediente SUP-REP-235/2018.

<sup>55</sup> Véase el expediente SUP-REP-20/2018.



58. Asimismo, de acuerdo con los criterios emitidos por la Sala Superior, la libertad de expresión debe ampliarse para proteger la deliberación en la democracia.
59. Por ello, se considera que el PAN actuó conforme a la normativa electoral, porque la manifestación de ideas, expresiones u opiniones, apreciadas en el contexto, se permite en la etapa de intercampaña para que la ciudadanía delibere activa y abiertamente sobre temas de interés general y no se presenta como un llamamiento expreso al voto a favor o en contra de una fuerza política específica<sup>56</sup>.
60. En todo caso, los partidos políticos pueden refutar o deliberar sobre esas manifestaciones.
61. Por lo anterior, no se actualizan los actos anticipados de campaña, dado que los promocionales denunciados son de naturaleza política, en tanto que difunden la ideología partidaria y el posicionamiento político del PAN, ajustándose a la pauta de intercampaña: carácter genérico.

**En este caso, ¿se reúnen los elementos que conforman una calumnia?**

62. MORENA señaló que las frases: “*El crimen organizado avanza*”, “*Los [y las]<sup>57</sup> jóvenes sin oportunidades*”, “*Desempleo en aumento*”, “*Es el México del retroceso de MORENA*”, “*Llegó la hora de corregirlo*”, incitan a pensar que el partido promovente es el causante de problemáticas sociales a nivel nacional sin sustento de los datos proporcionados, lo que puede ser un llamado expreso para votar en su contra, por medio de juicios de valor y al hablar negativamente del partido promovente.
63. No obstante, del promocional no se advierte la imputación de delitos o hechos falsos a MORENA, sino una postura política del PAN respecto a la gestión del actual gobierno emanado de las filas del

<sup>56</sup> Véase el expediente SUP-REP-53/2021.

<sup>57</sup> El resaltado es nuestro. Se añaden las palabras entre corchetes “[ ]” para fomentar el lenguaje incluyente.



partido promovente, en temas como la salud, el empleo o la seguridad pública.

64. Además, se destaca que la circulación de ideas abarca no solo la difusión de datos o posturas aceptables o neutrales, sino también de opiniones o críticas severas, que pueden llegar a ser chocantes, ofensivas o perturbadoras, que permiten a la ciudadanía constatar la idoneidad de las opciones políticas que se presentarán en la contienda electoral<sup>58</sup>.
65. Por eso, las expresiones sobre cifras en diversas materias como inseguridad, desempleo o la juventud no implican la imputación de un hecho de carácter ilícito, sino una serie de manifestaciones generales del PAN que pueden generar cierta incomodidad, pero que fomentan el debate público.
66. Tampoco se actualiza el elemento del impacto en el proceso electoral, porque no busca influir en la equidad, solo se trata de temas del interés para la ciudadanía, cuyas manifestaciones son protegidas por la libertad de expresión, en tanto no lesionan derechos de terceras personas y contribuye a la acción deliberativa propia de la democracia, de manera amplia, robusta y vigorosa.
67. Es necesario señalar que las expresiones contenidas en el promocional constituyen una **opinión respecto de temas de interés general** y sobre la gestión de una administración gubernamental, la cual no puede quedar sujeta a un examen de veracidad o falsedad, pues está protegida por la libertad de expresión porque abona al debate público<sup>59</sup>.

Por lo anterior, no se cumplen los elementos para conformar una calumnia, pues no se imputan delitos o hechos falsos, solo estamos ante la emisión de un posicionamiento ideológico partidista.

### ¿Estamos frente a un uso indebido de la pauta?

<sup>58</sup> Véase SUP-REP-53/2021.

<sup>59</sup> SUP-REP-35/2021 y SUP-REP-17/2021.



68. Hecho el análisis de la figura de actos anticipados de campaña y la calumnia, realizaremos el estudio sobre el uso de la pauta, en el que verificaremos si los contenidos del promocional corresponden a lo permitido a los partidos para la etapa de intercampaña.
69. MORENA denunció que el contenido del promocional del PAN no corresponde a lo permitido para la etapa de intercampañas, porque, en su concepto, el mensaje se dirige a la ciudadanía en general, a través de expresiones electorales que puede influir en el ánimo de las preferencias.
70. De un análisis de las expresiones de los *spots*, se advierte que son un contraste válido<sup>60</sup>, que permite cotejar dos posturas políticas diferentes sobre la administración del gobierno, lo que propicia el debate, la crítica, la comparación de ideas y la formulación de opiniones por parte de la ciudadanía sobre temas de interés general, como son la salud, el empleo y la seguridad pública.
71. Recordemos que la normativa permite a los partidos políticos el uso de su pauta para fijar y difundir su posición ideológica, de modo que la ciudadanía al valorarla pueda formarse una opinión.
72. Igualmente, MORENA señala que el PAN utiliza de manera engañosa su pauta para posicionarse a través de la sobreexposición de sus mensajes con contenidos muy similares a nivel nacional, cambiando solo las entidades federativas a las que hace alusión en cada uno de ellos; pero, se insiste, las frases y elementos de los promocionales son de índole política y genérica, por lo que son válidas en el marco del debate político<sup>61</sup>, además de que el partido denunciado cuenta con la libertad configurativa del diseño y contenido de sus promocionales.
73. Por todo lo anterior, ya que en intercampañas se permite que los partidos políticos pueden incluir mensajes de naturaleza política, para difundir su ideología y sus posicionamientos sobre temas de

<sup>60</sup> Jurisprudencia 11/2008 de rubro: "LIBERTAD DE EXPRESIÓN E INFORMACIÓN. SU MAXIMIZACIÓN EN EL CONTEXTO DEL DEBATE POLÍTICO".

<sup>61</sup> Véase SUP-REP-35/2021 y SUP-REP-49/2021.



interés general<sup>62</sup>, se estima que el **uso de la pauta del PAN con propaganda política es válida.**

74. Asimismo, no pasa desapercibido que MORENA indicó en su escrito de comparecencia a la audiencia de pruebas y alegatos que el PAN no respetó el modelo de comunicación política porque al pautar los promocionales para la intercampaña federal y local (en diversas entidades federativas) no destinó los tiempos a las elecciones para los que fueron asignados.
75. No obstante, se trata de un argumento novedoso que no fue parte de la queja primigenia, por lo que no es materia de estudio de este asunto<sup>63</sup>.
76. Por ello, si el partido actor considera que hay un uso indebido de la pauta, por la supuesta difusión de contenido federal en pauta local, se dejan a salvo sus derechos para que los haga valer conforme a sus intereses convenga.

### **¿Qué pasa con el uso de redes sociales?**

77. 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 ciudadanía.
78. En ese sentido, el PAN puede emplear cuentas de las redes sociales *Facebook* y *Twitter* para difundir la información que expresa su ideología y posicionamientos políticos, más cuando ya se demostró que el contenido de los promocionales denunciados está permitido.

### **¿Cómo se valoran las conductas denunciadas?**

---

<sup>62</sup> Véase los recursos de revisión SUP-REP-4/2018, SUP-REP-25/2018 y SUP-REP-20/2019.

<sup>63</sup> Véase SUP-RAP-24/2011 y acumulados.





79. Por lo anteriormente expuesto, esta Sala Especializada estima que, en virtud de que en los *spots* analizados no hubo un llamamiento al voto, que se trató de una opinión ideológica protegida por la libertad de expresión, la cual está permitida como contenido de intercampana, no se actualizan las infracciones relativas a actos anticipados de campaña y calumnia y, por ende, tampoco el uso indebido de la pauta.
80. En consecuencia, las infracciones atribuidas al PAN y a Marko Antonio Cortés Mendoza son **inexistentes**.
81. Cabe precisar que del monitoreo de la Dirección de Prerrogativas se detectaron 274 impactos calificados como excedentes, sin establecer la causa de los mismos, no obstante, la autoridad instructora indicó en el acuerdo de emplazamiento, que ya estaban siendo investigados por la citada Dirección, en términos del artículo 59, segundo párrafo del RRTME, área encargada de determinar la procedencia de dar vista al Secretario Ejecutivo del INE.
82. Por lo anterior, no se estima necesario dar una vista a la Dirección de Prerrogativas con motivo de los excedentes, como se ha hecho en otros procedimientos, pues ya los está estudiando para determinar lo que corresponda.

**NOVENA. Reflexión sobre lenguaje incluyente en los promocionales.**

83. Si bien, se observa que el promocional hace alusión a una forma de gobierno para "**todas y todos**", también se advierte que persiste un lenguaje no incluyente al mencionar únicamente a "**los jóvenes**".
84. Por lo anterior, se estima necesario hacer un exhorto al partido político para que al diseñar el contenido de sus mensajes considere la utilización del lenguaje incluyente y no sexista, a efecto de visibilizar a las mujeres jóvenes que pretenden participar en asuntos político-electorales<sup>64</sup>.

<sup>64</sup> Similar criterio se sostuvo en los procedimientos SRE-PSC-4/2021 y SRE-PSC-19/2021.



Para ello, el PAN puede recurrir a diversas publicaciones sobre la materia que han elaborado diversas instituciones especializadas en derecho electoral o en derechos humanos<sup>65</sup>.

85. Por lo expuesto se

**RESUELVE:**

**PRIMERO.** Son **inexistentes** las infracciones atribuidas al Partido Acción Nacional, en términos de lo razonado en esta sentencia.

**SEGUNDO.** Es **inexistente** la infracción atribuida a Marko Antonio Cortés Mendoza, de conformidad con lo expuesto en la sentencia.

**TERCERO.** Se **dejan a salvo los derechos** de MORENA de conformidad con lo establecido en la sentencia.

**CUARTO.** Se **exhorta** al PAN para que haga un uso adecuado del lenguaje incluyente y no sexista, en términos de la consideración NOVENA.

**NOTIFÍQUESE** en términos de ley.

Devuélvanse los documentos que correspondan y, en su oportunidad, archívese el expediente como asunto total y definitivamente concluido.

Así lo resolvieron, por **mayoría** de votos de las magistraturas que integran el Pleno de la Sala Regional Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, con el **voto particular** de la magistrada Gabriela Villafuerte Coello respecto a la inserción de un código QR (*Quick Response*) y el **voto razonado** del magistrado

---

<sup>65</sup> Artículo 25, numeral 1, incisos t) y w), de la LGPP y 443, numeral 1, inciso o), de la LGIPE.

Observar las "Recomendaciones para el uso incluyente y no sexista del lenguaje del Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación", consultables en [http://www.conapred.org.mx/index.php?contenido=documento&id=320&id\\_opcion=147&op=](http://www.conapred.org.mx/index.php?contenido=documento&id=320&id_opcion=147&op=). La página especializada para el uso del lenguaje incluyente del INE visible en <https://igualdad.ine.mx/lenguaje-incluyente/> y la "Guía para el uso de lenguaje y comunicación incluyente, no sexista y accesible en textos y comunicados oficiales del TEPJF" consultable en <https://www.te.gob.mx/genero/media/pdf/0a0f554ec91fae6.pdf>



TRIBUNAL ELECTORAL  
del Poder Judicial de la Federación  
SALA REGIONAL ESPECIALIZADA

**SRE-PSC-36/2021**

presidente Rubén Jesús Lara Patrón, ante el secretario general de acuerdos, 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 en los acuerdos, resoluciones y sentencias que se dicten con motivo del trámite, turno, sustanciación y resolución de los medios de impugnación en materia electoral.



**VOTO PARTICULAR**

**Expediente:** SRE-PSC-36/2021

**Magistrada:** Gabriela Villafuerte Coello

1. Me aparto de la decisión mayoritaria porque, en mi opinión, la difusión de los *spots* de televisión “*INT FED ÁGUILA V2*” e “*INT FED ÁGUILA V3*” es **uso indebido de la pauta**, dado que **incluyen un código QR** que facilita información que no está permitida para la etapa de intercampaña; esta razón concreta me lleva a un voto particular.
2. En principio, me parece oportuno destacar que la sentencia se dicta conforme al criterio plasmado en los expedientes SRE-PSC-4/2021 y SRE-PSC-19/2021; asimismo, mi convicción coincide con la inexistencia de los actos anticipados de campaña, la calumnia y el uso indebido de la pauta en radio y televisión, por la difusión de los promocionales “*INT FED ÁGUILA V2*” e “*INT FED ÁGUILA V3*”, al tratarse de un posicionamiento político e informativo del PAN sobre la actuación del gobierno en turno.
3. Sin embargo, hay una parte que debo destacar: el uso del código QR en los promocionales pautados; así me es útil retomar los votos particulares que emití en los expedientes citados antes, donde señalé que la inserción intencional del código QR ensanchaba de manera indebida los tiempos que el Estado concede a los partidos políticos.
4. Lo anterior, porque ese código, una vez escaneado con un dispositivo electrónico inteligente, remite de manera automática a la plataforma del PAN en *Instagram*, en la que se aloja contenido electoral que no es genérico y que no es propio ni está permitido por la normatividad para la intercampaña.
5. Este tipo de herramientas digitales puede ir más allá de los límites de la propaganda de intercampaña, porque es una extensión de los *spots* a un espacio digital donde se aloja información relacionada con candidaturas del PAN, procesos electorales locales o sobre sus cuadros básicos, entre otros datos, que no son adecuados para esta etapa.
6. Entonces, el uso de esta herramienta virtual, que normalmente es razonable, no lo es en materia electoral y, en específico, su inserción en un *spot* de intercampaña que tiene límites, lo transforma porque la ciudadanía



tiene disponible información inoportuna que pudiera estar orientada a generar una opinión en un determinado sentido sobre la fuerza política del PAN, sin que las personas sean conscientes de las limitaciones que deben tener en cuenta los partidos políticos en esta etapa.

7. Además, debemos considerar que estamos en una era tecnológica donde las personas *cibernícol*s<sup>66</sup> han desarrollado una mayor capacidad de lectura de los medios digitales y captan con más facilidad los gráficos fragmentados y rápidos de las publicaciones, por eso, más allá de las imágenes y textos planos, elementos como los códigos QR son los que más llaman su atención y los que suelen generar su curiosidad, pues saben que éstos les dirigirán a otro espacio de información de manera abreviada y sencilla.
8. Por tanto, concluyo que los promocionales de televisión “*INT FED ÁGUILA V2*” e “*INT FED ÁGUILA V3*” son una *simulación* de propaganda de intercampaña, por lo que se actualiza el uso indebido de la pauta, ya que vulnera el modelo de comunicación política al alterarlo, así como el derecho a votar libremente y el derecho de la ciudadanía a la protección de sus datos personales por el estado potencial de vulnerabilidad de su información individual.
9. La conducta se debería calificar como grave ordinaria, imponer una multa al PAN, bajar el *spot* del portal del Instituto Nacional Electoral y hacer un llamado a no usar estos códigos QR en los promocionales de televisión en etapa de intercampaña.
10. Sobre el uso del código QR en los *spots*, advierto que el 18 de febrero, la UTCE nos comunicó el acuerdo dictado en el cuaderno de antecedentes UT/SCG/CA/CG/77/2021, donde determinó, entre otras cuestiones, no iniciar un nuevo procedimiento especial sancionador por la vista que dio la Sala Especializada en el SRE-PSC-4/2021, pues recordaré que la mayoría decidió proceder así ante las posibles irregularidades relacionadas con la utilización del código QR en material pautado.
11. Básicamente la Unidad indicó que la inserción de este tipo de herramientas digitales no es una infracción electoral y tampoco la Dirección de

<sup>66</sup> “Personas que hacen buen uso de las tecnologías” en De la Gándara Martín, Jesús José, *Cibernícol*s. *Vicios y virtudes de la vida veloz*, Plataforma Editorial, Barcelona, 2016.



- Prerrogativas y Partidos Políticos cuenta con un instrumento jurídico que le permita revisar este tipo de códigos en los promocionales; precisó también que las diligencias revelaron que el PAN no tiene registros con los datos personales de quienes consulten los códigos QR.
12. Como juzgadoras y juzgadores debemos considerar que las leyes casi siempre contemplan supuestos ordinarios o factibles de realización; pero muchas veces, como en ésta, las situaciones extraordinarias no siempre se regulan a detalle en las normas. En mi opinión, como autoridades competentes debemos buscar una solución en el resto del marco normativo que proteja los valores y principios electorales en el contexto real en que suceden las infracciones<sup>67</sup>.
  13. En la lógica, incluso del acuerdo de la UTCE de no iniciar un nuevo procedimiento, lo que procede es hacer el pronunciamiento, porque es la Sala Especializada la autoridad jurisdiccional con la competencia y facultades para definir si los *spots* de los partidos políticos son legales o no, mediante el análisis de sus contenidos, máxime que hoy los avances tecnológicos, el mundo virtual y su lenguaje nos marcan nuevas rutas de estudio que no necesariamente están en ordenamientos jurídicos y así lo hemos resuelto en sede de esta Sala Especializada; por ello reitero y sostengo que el uso de códigos QR que remiten a información no genérica, es una forma de evadir las limitaciones a la propaganda en las etapas del proceso electoral.
  14. Estas son las razones que orientan mi voto particular.

**Voto particular de la Magistrada Gabriela Villafuerte Coello.** Este documento es una representación gráfica autorizada, con firma electrónica certificada; es válido, porque así lo dicen los numerales segundo y cuarto del Acuerdo General de la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación 3/2020.

---

<sup>67</sup> Tesis CXX/2001 de rubro: "LEYES. CONTIENEN HIPÓTESIS COMUNES, NO EXTRAORDINARIAS".



## **VOTO RAZONADO QUE FORMULA EL MAGISTRADO RUBÉN JESÚS LARA PATRÓN, CON RELACIÓN A LA SENTENCIA DICTADA EN EL EXPEDIENTE SRE-PSC-36/2021.**

Si bien acompaño el sentido y las consideraciones de esta resolución, formulo el presente **voto razonado** de conformidad con lo dispuesto en los artículos 193, primer párrafo, de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación, y 48 del Reglamento Interno del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, conforme a lo siguiente:

### **I. Aspectos relevantes**

El veintitrés de diciembre de dos mil veinte, esta Sala Especializada resolvió por mayoría de votos, el expediente SRE-PSC-31/2020, asunto en el cual fui ponente, y en el que se determinó la existencia de los actos anticipados de campaña imputados a Mario Martín Delgado Carrillo, así como el uso indebido de la pauta, atribuido a MORENA, derivado de la difusión de un video publicado en la cuenta de Twitter del referido servidor público, que corresponde a los promocionales denominados “TUMOR RV” y “TUMOR RA”, identificados con los números de folio RV-00716-20 (versión televisión) y RA-00857-20 (versión radio), pautados por el mencionado instituto político para ser difundidos durante el periodo ordinario.

Al respecto, se consideró que el promocional constituyó propaganda electoral en periodo ordinario, pues del material audiovisual denunciado se advertían expresiones y frases que, analizadas en su conjunto, aluden a temas de carácter proselitista, ya que se realizan manifestaciones de rechazo en contra de partidos políticos opositores, como lo son el PRI y el PAN, lo cual se consideró tenía incidencia en la equidad de la contienda del actual proceso electoral federal.

Además, al haber considerado que el contenido del promocional en periodo ordinario era ilícito, también se configuraba el uso indebido de la pauta atribuido a MORENA, en virtud de que el spot constituía propaganda electoral no válida para difundirse en dicho periodo.



Posteriormente, el trece de enero del presente año, la Sala Superior de este Tribunal, al resolver el expediente SUP-REP-180/2020 y SUP-REP-184/2020, acumulados, determinó revocar la sentencia antes citada, al estimar que del análisis objetivo del promocional de referencia, no se advertían elementos para considerar que se identifica con propaganda electoral que pudiera configurar la comisión de actos anticipados de campaña, en virtud de que los elementos del material propagandístico en estudio deben ser suficientes para afirmar que se trata inequívocamente de un mensaje que hace un llamado al voto.

## **II. Razones de mi voto**

Conforme a lo anterior, si bien sostengo que el contenido de los promocionales que son difundidos en los periodos ordinario, precampaña e intercampaña debe ser pertinente para cumplir con la finalidad que tiene cada una de estas etapas del proceso electoral, acompaño el sentido de la presente sentencia, al estimar que en precedentes recientes la Sala Superior ha reconocido un margen más amplio de la libertad de expresión de los partidos políticos durante las citadas etapas.

Lo anterior, al haberse señalado que para tener por acreditado que un promocional se identifica con propaganda que pudiera configurar la comisión de actos anticipados de campaña, los elementos del material propagandístico deben ser suficientes para afirmar que se trata de un llamado explícito e inequívoco a la ciudadanía para emitir su voto a favor o en contra de un partido político en el proceso electoral.

En ese sentido, en tales promocionales está permitido expresar opiniones y emitir críticas severas respecto de los actores políticos al constituir elementos propios del debate vigoroso de las sociedades democráticas, y en consecuencia no debe interpretarse que todo mensaje con tintes políticos o político-electorales deba ser sancionado por constituir actos anticipados de campaña, pues para arribar a tal conclusión es indispensable advertir menciones,





TRIBUNAL ELECTORAL  
del Poder Judicial de la Federación  
SALA REGIONAL ESPECIALIZADA

**SRE-PSC-36/2021**

símbolos, o acciones que, de manera clara e irrefutable permitan concluir que tienen una finalidad eminentemente electoral o bien que tienen como único propósito incidir, de manera directa, en el sentido del voto de la ciudadanía.

En esta lógica, emito el presente voto razonado.

Similares consideraciones expuse entre otros, en los expedientes SRE-PSC-4/2021, SRE-PSC-6/2021 y SRE-PSC-29/2021.

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.