



TRIBUNAL ELECTORAL  
del Poder Judicial de la Federación  
SALA REGIONAL ESPECIALIZADA

**EXPEDIENTE:** SRE-PSC-38/2023

**PROMOVENTE:** Partido de la Revolución Democrática

**PARTE INVOLUCRADA:** César Arnulfo Cravioto Romero

**MAGISTRADA:** Gabriela Villafuerte Coello

**SECRETARIO:** Emmanuel Montiel Vazquez

**COLABORÓ:** Miguel Ángel Román Piñeyro

Ciudad de México, a cuatro de mayo de dos mil veintitrés.

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 2023-2024.**

1. De acuerdo con lo dispuesto en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (constitución federal) y la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LEGIPE), en la próxima elección federal se renovará, entre otros cargos, la presidencia de la República.

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

2. **Queja.** El 22 de febrero de 2023<sup>1</sup>, el Partido de la Revolución Democrática (PRD) denunció al senador César Arnulfo Cravioto Romero (César Cravioto), por promoción personalizada a favor de la jefa de gobierno de la Ciudad de México Claudia Sheinbaum Pardo (Claudia Sheinbaum) y uso indebido de recursos públicos por diversas publicaciones en *Twitter* en las que, supuestamente, se trata de exaltar las cualidades de la servidora pública de cara al proceso electoral federal 2023-2024.
3. También señaló que hay un posicionamiento indebido de MORENA.

---

<sup>1</sup> Las fechas que se indiquen en lo subsecuente corresponden al 2023, salvo mención expresa en contrario.



4. **2. Registro, investigación y admisión.** Al día siguiente, la Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral (UTCE) del Instituto Nacional Electoral (INE) registró la queja<sup>2</sup> y ordenó diversas diligencias de investigación; el primero de marzo la admitió.
5. **3. Medidas cautelares.** El 2 de marzo, la Comisión de Quejas y Denuncias del INE<sup>3</sup> las declaró improcedentes al tratarse de actos consumados ya que algunas de las publicaciones ya no estaban disponibles; respecto a las que todavía seguían visibles señaló que no existía urgencia o peligro que justificara su retiro.
6. Asimismo, la tutela preventiva se determinó que no procedía porque se trataba de hechos futuros de realización incierta y no existía información para evidenciar la probabilidad alta, real y objetiva de que se realizarían nuevamente las conductas<sup>4</sup>.
7. **4. Emplazamiento y audiencia.** El 28 de marzo, la UTCE ordenó emplazar a las partes a la audiencia de pruebas y alegatos, la cual se celebró el 4 de abril.

### **III. Trámite ante la Sala Especializada.**

8. **1. Recepción, turno y radicación del expediente.** Cuando llegó el expediente se revisó su integración y el 3 de mayo, el magistrado presidente le dio la clave **SRE-PSC-38/2023** y lo turnó a la ponencia de la magistrada Gabriela Villafuerte Coello, quien lo radicó y propuso el proyecto de sentencia.

## **C O N S I D E R A C I O N E S**

### **PRIMERA. Facultad para conocer el caso**

9. Esta Sala Especializada es competente para resolver este procedimiento especial sancionador, porque se denuncia la supuesta promoción personalizada a favor de la jefa de Gobierno de la Ciudad de México Claudia

---

<sup>2</sup> UT/SCG/PE/PRD/CG/63/2023.

<sup>3</sup> En Acuerdo ACQyD-INE-23/2023.

<sup>4</sup> No se presentó recurso.



Sheinbaum, uso indebido de recursos públicos y el indebido posicionamiento de MORENA por parte de César Cravioto, con un posible impacto en la próxima elección federal 2023-2024<sup>5</sup>.

## SEGUNDA. Acusaciones y defensas

10. El PRD señaló:

- El senador César Cravioto de manera indebida promociona a la jefa de gobierno, destacando sus logros como servidora pública.
- Trata de hacer notar que Claudia Sheinbaum es la mejor candidata de MORENA para la presidencia.
- En su cuenta oficial de *Twitter* promociona ilegalmente a MORENA

11. César Cravioto manifestó:

- Las publicaciones que contienen videos no existen.
- No se acreditan los elementos de la promoción personalizada.

## TERCERA. Pruebas y hechos que se acreditan<sup>6</sup>

### ❖ *Existencia de las publicaciones y administración del perfil*

12. A las 11:00 horas del 24 de febrero, la UTCE certificó 8 publicaciones en el *Twitter* del senador César Cravioto<sup>7</sup>; mismas que, para evitar repeticiones innecesarias, se reproducirán en el estudio de fondo.

13. El servidor público aceptó que es titular de la cuenta de *Twitter* “craviotocesar” y él las administra<sup>8</sup>.

---

<sup>5</sup> Artículos 99, segundo y cuarto párrafo, fracción IX, de la constitución federal; 173, primer párrafo, y 176 penúltimo párrafo de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación; 470 párrafo 1, inciso c), 475 y 476 de la LEGIPE; Legislación que es vigente, ya que el Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la LEGIPE, de la Ley General de Partidos Políticos, de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación y se expide la Ley General de los Medios de Impugnación en Materia Electoral, que se publicó en el Diario Oficial de la Federación el 2 de marzo de 2023, se suspendió el 24 siguiente en el incidente de la controversia constitucional 261/2023; así como por lo expuesto por la Sala Superior en el acuerdo general 1/2023

<sup>6</sup> La valoración probatoria se hace de conformidad con lo establecido en los artículos 461, párrafo 3, inciso a) y b), así como 462, párrafos 1, 2 y 3 de la LEGIPE.

<sup>7</sup> Visible en las hojas 71 a 87 del accesorio único.

<sup>8</sup> Visible en la hoja 113 del accesorio único.



14. *Twitter Inc.* señaló que prohíben globalmente la promoción pagada de contenido político, por lo que no tenían información para proporcionar sobre si las publicaciones fueron parte de una “publicidad pagada”.

❖ **Eliminación de publicaciones**

15. A las **17:30 horas del 24 de febrero**, la oficialía electoral del INE certificó que 7 publicaciones (en las que aparecían videos) ya no estaban visibles en el *Twitter* del senador César Cravioto<sup>9</sup>.

**CUARTA. Asunto por resolver**

**Marco normativo**

→ **Propaganda gubernamental**

16. La propaganda gubernamental es toda acción o manifestación que haga del conocimiento público logros de gobierno, avances o desarrollo económico, social, cultural o político, o beneficios y compromisos cumplidos por parte de algún ente público, que se ordene, suscriba o contrate con recursos públicos y que busque la adhesión, simpatía o apoyo de la ciudadanía y cuyo contenido no sea propiamente informativo.
17. La Sala Superior, ha dicho que estaremos en presencia de propaganda gubernamental, cuando<sup>10</sup>:
- El mensaje se emita por una persona del servicio o entidad públicos.
  - Se realice mediante actos, escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y/o expresiones.
  - Su finalidad sea difundir logros, programas, acciones, obras o medidas de gobierno.
  - La difusión se oriente a generar una aceptación, adhesión o apoyo en la ciudadanía.
  - Que no se trate de una comunicación meramente informativa.

<sup>9</sup> Visible en las hojas 95 a 107 del accesorio único

<sup>10</sup> Véase SUP-REP-142/2019 y acumulado.



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

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

***Párrafo 7:** [...] [Las y]<sup>11</sup> Los servidores públicos de la Federación, las entidades federativas, los Municipios y las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, tienen en **todo tiempo** la obligación de aplicar con imparcialidad los recursos públicos que están bajo su responsabilidad, sin influir en la equidad de la competencia entre los partidos políticos.*

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

19. Este artículo es claro, señala que el deber de quienes integran el servicio público es actuar con imparcialidad y neutralidad en el uso de los recursos públicos; y esa obligación es **en todo tiempo**, y en cualquier forma, manteniéndose siempre al margen de la competencia entre las fuerzas políticas.
20. El propósito no es impedirles a las personas que desempeñan una función pública, dejar de ejercer sus atribuciones. Lo que se busca es garantizar que todos los recursos públicos y oficiales bajo su responsabilidad se utilicen de manera estricta y adecuada a los fines que tengan; es decir, generar conciencia sobre la importancia que tiene la pertenencia a la administración pública y porque deben evitar influir en la voluntad ciudadana con fines electorales, pues su labor es servirles.
21. Por eso se entiende que si la propaganda gubernamental siempre debe tener carácter institucional<sup>12</sup>, entonces una de las limitantes es que se emplee para promocionar el nombre, imagen o voz de una persona del servicio público.

<sup>11</sup> El uso de [...] es para favorecer el uso del lenguaje incluyente.

<sup>12</sup> El artículo 41 constitucional complementa el llamado al uso neutral de los recursos públicos, al prohibir que desde el inicio de las campañas electorales y hasta el día de las elecciones se difunda propaganda gubernamental; justamente para evitar que la ciudadanía este expuesta a los logros y acciones del gobierno en turno, y esto desequilibre la oferta electoral de las opciones políticas que están en contienda.



22. Es decir, la propaganda gubernamental debe centrarse en la acción de gobierno, sin mencionar, hacer alusión o identificar a una servidora o servidor público; lo que debe prevalecer o destacar en la propaganda, es el trabajo gubernamental y no la persona, sus cualidades o atribuciones.
23. Exigirles imparcialidad y neutralidad a las personas del servicio público marca la ruta para conformar un sistema donde la igualdad de condiciones para las y los competidores sea una regla y no la excepción.
24. De ahí que los principios que guían el servicio público (legalidad, honradez, lealtad, imparcialidad, neutralidad y eficiencia), se deben **observar en todo momento, en cualquier escenario o circunstancia; es decir, en periodos electorales y no electorales**<sup>13</sup>.
25. Estos principios promueven e invitan al servicio público, a mantener una conducta responsable de frente a la población, en todo momento y en cualquier situación.
26. La directriz de medida, en el comportamiento que deben observar las y los servidores públicos debe guiar todas y cada una de sus actuaciones, en el contexto del pleno respeto a los valores democráticos; es decir, les impone un ejercicio de autocontención constante que les mantenga al margen de cualquier injerencia.
27. Con relación a la prohibición de generar y difundir propaganda gubernamental personalizada, la Sala Superior<sup>14</sup> consideró que para determinar si los hechos pueden constituir propaganda personalizada sancionable, deben tomarse en cuenta los siguientes elementos:

---

<sup>13</sup> Véase la exposición de motivos de la reforma al 134 constitucional: "El tercer objetivo que se persigue con la reforma constitucional propuesta es de importancia destacada: impedir que actores ajenos al proceso electoral incidan en las campañas electorales y sus resultados a través de los medios de comunicación; así como elevar a rango de Norma Constitucional las regulaciones a que debe sujetarse la propaganda gubernamental, de todo tipo, tanto durante las campañas electorales como en periodos no electorales"; visión que fue confirmada por la Suprema Corte de Justicia de la Nación al resolver la Acción de Inconstitucionalidad 129/2015 y sus acumuladas 130/2015, 131/2015, 132/2015, 133/2015 y 137/2015.

<sup>14</sup> SUP-REP-33/2015, SUP-REP-34/2015, SUP-REP-35/2015 que dieron origen a la jurisprudencia 12/2015, de rubro: *PROPAGANDA PERSONALIZADA DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS. ELEMENTOS PARA IDENTIFICARLA.*



28. **A. Elemento personal.** Se colma cuando se adviertan voces, imágenes o símbolos que hagan plenamente identificable a una persona del servicio público.
29. **B. Elemento temporal.** El inicio del proceso electoral puede ser un aspecto relevante para su definición, mas no puede considerarse el único o determinante, porque puede haber supuestos en los que aun sin haber dado inicio formal el proceso electoral, la proximidad al debate propio de los comicios evidencie la promoción personalizada de servidores públicos.
30. **C. Elemento objetivo o material.** Impone el análisis del contenido del mensaje, a través del medio de comunicación social de que se trate, para establecer si de manera efectiva e indubitable revela un ejercicio de promoción personalizada susceptible de actualizar la infracción constitucional correspondiente.
31. La Sala Superior determinó que la promoción personalizada de un servidor público constituye todo aquel elemento gráfico o sonoro que se presente a la ciudadanía, en el que, entre otras cuestiones, se describa o aluda a la trayectoria laboral, académica o cualquier otra de índole personal que destaque los logros particulares que haya obtenido el ciudadano que ejerce el cargo público; se haga mención a sus presuntas cualidades; se refiera a alguna aspiración personal en el sector público o privado; se señalen planes, proyectos o programas de gobierno que rebasen el ámbito de sus atribuciones del cargo público que ejerce o el periodo en el que debe ejercerlo, se aluda a alguna plataforma política, proyecto de gobierno o proceso electoral, o se mencione algún proceso de selección de candidaturas de un partido político.

→ **Libertad de expresión en redes sociales**

32. Ahora bien, toda vez que en este caso las publicaciones se realizaron en *Twitter*, es importante tener en consideración que la Sala Superior<sup>15</sup> ha señalado que estos medios requieren de una interacción deliberada y

---

<sup>15</sup> SUP-REP-346/2021.



consciente, que se desenvuelve en un plano multidireccional entre sus diversas personas usuarias para mantener activa la estructura de comunicación.

33. También señaló que las redes sociales ofrecen el potencial de que las personas usuarias puedan ser generadoras de contenidos o simples espectadoras de la información que se genera y difunde en la misma, circunstancia que, en principio, **permite presumir que las publicaciones son realizadas libremente.**
34. En relación con la libertad de expresión en redes sociales, la jurisprudencia electoral<sup>16</sup> señala que, dadas sus características *–como un medio que posibilita el ejercicio cada vez más democrático, abierto, plural y expansivo de la libertad de expresión–* la postura que se adopte en torno a cualquier medida que pueda impactarlas, debe estar orientada, en principio, a salvaguardar la libre y genuina interacción entre las personas usuarias.
35. Esto, porque las redes sociales permiten la comunicación directa e indirecta entre quienes las usan, por lo cual hay una presunción de que difunden contenidos de manera espontánea, a fin de maximizar la libertad de expresión en el contexto del debate político.
36. Si bien la libertad de expresión tiene una garantía amplia y robusta cuando se trata del uso de redes sociales, ello no les excluye de las obligaciones y prohibiciones que existan en materia electoral, por lo que las manifestaciones en la red no están amparadas de manera absoluta por la libertad de expresión, dado su potencial para incidir en los procesos electorales<sup>17</sup>.
37. Por eso, resulta importante conocer la calidad de la persona emisora del mensaje en redes sociales y el contexto en el que lo difunde, para determinar si hubo, de alguna manera, una afectación a los principios o derechos que rigen los procesos electorales y, por tanto, sea necesario una restricción<sup>18</sup>,

---

<sup>16</sup>Jurisprudencia 18/2016, de rubro: “LIBERTAD DE EXPRESIÓN. PRESUNCIÓN DE ESPONTANEIDAD EN LA DIFUSIÓN DE MENSAJES EN REDES SOCIALES.” y 19/2016, de rubro: “LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN REDES SOCIALES. ENFOQUE QUE DEBE ADOPTARSE AL ANALIZAR MEDIDAS QUE PUEDEN IMPACTARLAS”.

<sup>17</sup> SUP-REP-123/2017 y SUP-REP-7/2018.

<sup>18</sup> Tesis CV/2017 (10ª) de rubro: “LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y OPINIÓN EJERCIDAS A TRAVÉS DE LA RED ELECTRÓNICA (INTERNET). RESTRICCIONES PERMISIBLES”.

condición que es aplicable a los contenidos difundidos en páginas de internet oficiales y establecer si se trata de ejercicios genuinos de libertad de expresión<sup>19</sup>.

### Caso concreto

→ **Promoción Personalizada a favor de la jefa de gobierno de Ciudad de México Claudia Sheinbaum<sup>20</sup>**

### Publicación 1

38. El 17 de febrero, el senador César Cravioto publicó:

**Contenido**



**Texto de la publicación:** “La cercanía de la #JefaDeGobierno @ClaudiaShein con la ciudadanía se constata con los resultados y alcances de su trabajo en la #CiudadDeMéxico. ¡Entre programas sociales, obra pública y proyectos, I@s capitalin@s se benefician diariamente! @Central\_CM:”.

<sup>19</sup> Expedientes SRE-PSC-54/2019 y SRE-PSC-1/2020.

<sup>20</sup> Supuesto que se analizará conforme a la constitución federal y a la norma sustantiva que estaba vigente al momento de los hechos que denuncian, con la intención de otorgar seguridad jurídica a las partes involucradas. Circunstancia, por la que no es aplicable las reformas y adiciones a la Ley General de Comunicación Social (LGCS) que se publicó el 27 de diciembre de 2022 y entró en vigor el 28 siguiente. Además, resulta importante precisar que, sobre este ordenamiento, el 20 de febrero de 2023 en el incidente de suspensión de la acción de inconstitucionalidad 29/2023 y sus acumuladas, la Suprema Corte de Justicia de la Nación, otorgó la medida cautelar para que no rija en los procesos electorales de Coahuila y Estado de México, ya que de no concederse: “...podrían causarse efecto irreparables al sistema democrático y a los derechos fundamentales implicados...”.



**Contenido**

**En la publicación se inserta una nota de opinión del senador en el periódico digital “Central Municipal”:**

*“La 4T está cada día más fuerte en la Ciudad. La transformación que encabeza la Jefa de Gobierno es imparable; es ella quien trabaja día a día por el bienestar del pueblo, por dejar cada día una ciudad más justa y segura. Bajo su administración los recursos públicos se están destinando para el beneficio de la gente.*

*Claudia Sheinbaum, está haciendo un recorrido por las 16 Alcaldías, y es un gusto constatar en territorio la cercanía que tiene con la gente que está constatando de viva voz los resultados y alcances de su gobierno.*

*Ha anunciado la implementación del programa “Bachetón” en las 16 alcaldías de la capital donde iniciará el 20 de febrero en Magdalena Conteras, y así colonia por colonia, además de atender el cambio de luminarias lo cual se realizará a lo largo de 4 meses.*

*También dio el banderazo al arranque de dos programas que se implementarán en las 16 alcaldías de la ciudad.*

*El primero es Bienestar en tu colonia y el segundo tiene como meta mejorar la prestación de los servicios de salud y el abasto de medicamentos con la participación del IMSS y el INSABI.*

*La Doctora Sheinbaum realizará visitas sorpresa a los centros de salud capitalinos para constatar el funcionamiento de los servicios y no dar oportunidad a que “lo pongan muy bonito”.*

*“Queremos que haya medicamentos en todos los Centros de Salud, que haya médicos, vamos a basificar a todo el personal de salud de la ciudad. Se van a equipar todos los hospitales del gobierno de la Ciudad con una inversión de alrededor de 2 mil millones de pesos para este sector”, ha informado.*

*En cuanto al programa “Bienestar en Tu Colonia” éste se implementará en 333 barrios, pueblos y colonias de la ciudad y consistirá en arreglar calles, luminarias, hacer Senderos Seguros, Jornadas de Salud, así como trámites para actas de nacimiento, regularización de la tierra, Tesorería, e incluso atender quejas si alguien le está llegando muy elevado el agua o el predial.*

*Claudia Sheinbaum está muy interesada en que la ciudadanía conozca las obras que se harán este año en las 16 alcaldías. Para este 2023 el Gobierno capitalino contempla la inversión de 23 mil millones de pesos en obras de fortalecimiento de infraestructura social, educativa y movilidad.*

*Los programas sociales en la capital han sido un éxito, y además su gobierno ha gastado 37 mil millones de pesos en la renovación de la Línea 1.*

*No todos los eventos se están realizando en las explanadas de las alcaldías; en algunos casos se llevan a cabo en espacios que han sido intervenidos, por ejemplo parques lineales.*



Contenido
<p><i>Nuestro proyecto de transformación sigue avanzando, en las encuestas la Jefa de Gobierno, Claudia Sheinbaum cada vez sobresale más por el excelente trabajo que realiza en la capital.</i></p> <p><i>Por segundo mes consecutivo en 2023, la doctora Sheinbaum se posicionó como la mejor opción para ser la candidata de Morena para la Presidencia, de acuerdo con la última encuesta de El Heraldo.</i></p> <p><i>Para la medición se preguntó a mil personas mayores de edad. Claudia Sheinbaum obtuvo 30.40%, le sigue Marcelo Ebrard con 23.50%, Adán Augusto López, con 17.60%, Ricardo Monreal con 10.20% y 18.30% no sabe.”</i></p>

39. Del análisis integro a la publicación y nota de opinión, se desprende como el senador tuvo la intención de difundir diversas acciones, logros y planes (contenido) de la jefa de gobierno de la Ciudad de México:
- Implementación del programa “Bachetón” y se atenderá el cambio de luminarias lo cual se realizará a lo largo de 4 meses.
  - Remodelación de todos los hospitales del gobierno de la Ciudad con una inversión de alrededor de 2 mil millones de pesos.
  - En cuanto al programa “Bienestar en Tu Colonia” éste se implementará en 333 barrios, pueblos y colonias de la ciudad y consistirá en arreglar calles, luminarias, hacer senderos seguros, jornadas de salud, así como trámites para actas de nacimiento, regularización de la tierra, tesorería, e incluso atender quejas si a alguien le está llegando muy elevado el agua o el predial.
  - Para el 2023 el gobierno capitalino contempla la inversión de 23 mil millones de pesos en obras de fortalecimiento de infraestructura social, educativa y movilidad.
  - Los programas sociales en la capital han sido un éxito, y además su gobierno ha gastado 37 mil millones de pesos en la renovación de la Línea 1.
40. Circunstancias que nos llevan a considerar que se trata de difusión de propaganda gubernamental que tuvo como propósito generar aceptación o simpatía en la gente que se vería beneficiada o se han beneficiado con dichos apoyos, sin que se puedan reducir a comunicaciones de carácter meramente informativas, ya que, como se evidenció, presentan acciones, planes y compromisos que benefician a la población (finalidad)<sup>21</sup>.

<sup>21</sup> En el mismo sentido se resolvió el SRE-PSC-107/2022.



41. **Pero, esta propaganda gubernamental ¿tiene elementos de promoción personalizada?**
42. La Sala Superior<sup>22</sup> ha señalado que nos encontramos ante promoción personalizada cuando:  
  
*“... en el mensaje que se acompaña por los elementos de personalización del servidor[a] público[a] (su voz, su imagen, su **nombre** y/o cualquier otro símbolo que lo identifique plenamente), se hacen referencias a la trayectoria laboral, académica o cualquier otra de índole personal que destaque los logros particulares que haya obtenido el ciudadano[a] que ejerce el cargo público; la mención a sus presuntas cualidades; la referencia a alguna aspiración personal en el sector público o privado; el señalamiento de planes, proyectos o programas de gobierno que rebasen el ámbito de sus atribuciones del cargo público que ejerce o el periodo en el que debe ejercerlo o la alusión a alguna plataforma política, proyecto de gobierno...”*
43. Con esta orientación, esta Sala Especializada considera que los señalamientos que realizó César Cravioto acreditan los elementos personal y objetivo de la promoción personalizada, porque cada logro, acción o plan de carácter positivo y benéfico que mencionó las asoció a Claudia Sheinbaum (elemento personal) como parte de su trabajo gubernamental y proyecto de gobierno para la búsqueda de la aprobación sobre su trabajo (elemento objetivo).
44. Por lo que las manifestaciones del senador César Cravioto activan los elementos personal y objetivo de la promoción personalizada a favor de Claudia Sheinbaum.
45. **No obstante, no se acredita el elemento temporal**, porque la publicación se realizó el 17 de febrero, es decir a 9 meses del inicio del proceso electoral federal 2023-2024, por lo tanto, se dio sin una proximidad que pusiera en riesgo dicho proceso.

---

<sup>22</sup> SUP-REP-193/2021.

**Publicaciones 2 a 8**

46. Como se señaló en el apartado de pruebas, la UTCE pudo certificar el contenido de estas publicaciones antes de que se eliminaran, por lo que esta Sala Especializada puede analizarlas al tener certeza que sí existieron.
47. Entre el 19 y 21 de febrero el senador difundió:

2	
<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 10px;"> <p style="text-align: center;">← Tweet</p> <div style="display: flex; align-items: center; margin-bottom: 10px;"> <div style="margin-left: 10px;"> <p><b>César Cravioto</b> <span style="color: blue;">✓</span> @craviotocesar</p> </div> <div style="margin-left: auto; color: gray;">⋮</div> </div> <p>Y dicen que en <a href="#">#Guanajuato</a> son bien panistas...</p> <p><a href="#">#MéxicoEsClaudia</a></p> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px; margin: 5px 0;"> <p> <b>Anayantzin Castro</b> @AnayantzinCR · 19 feb. <a href="#">#MexicoEsClaudia</a></p> </div> <div style="text-align: center;"> <p style="font-size: small; margin-top: 5px;">493 reproducciones      0:07 / 0:18</p> </div> <p style="font-size: x-small; margin-top: 5px;">2:46 p. m. · 19 feb. 2023 · 2.144 Reproducciones</p> <p style="font-size: x-small; margin-top: 5px;">31 Retweets   1 Citar Tweet   65 Me gusta</p> </div>	<p><b>Descripción del video:</b> Se observa y escucha a una multitud de personas en un auditorio cerrado en el que, al unísono, vitorean lo siguiente:</p> <p><i>“Para que siga la transformación, es Claudia ¡presidenta, presidenta, presidenta...! Bravo...”</i></p>
3	

3



**Texto de la publicación:** *En todos los rincones de #México gritan “Claudia, Claudia” y l@s queretan@s no son excepción. ¡Viva #Querétaro y su gente! #MéxicoEsClaudia #4T #FelizDomingo*

**Descripción del video:**

Se observan diversas imágenes de una multitud de personas, y se escucha a dos personas del género femenino, una del género masculino y una multitud, con mensajes de apoyo en favor de Claudia, que se transcriben a continuación:

**Mujer 1:** *Y en Querétaro decimos: Es Claudia.*

**Mujer 2:** *Viva Claudia.*

**Hombre:** *Vamos con Claudia, Querétaro es Claudia.*

**Multitud:** *Claudia, Claudia, Claudia...*

4



**Texto de la publicación:** *¡Miren la alegría de l@s hidalguenses! #Hidalgo imparable. #MéxicoEsClaudia*

**Descripción del video:** Se observan diversas imágenes de evento en el que se ve y escucha a una multitud de personas con mensajes de apoyo en favor de Claudia, que se transcriben a continuación:

**Multitud:** *presidenta, presidenta, presidenta...*

5

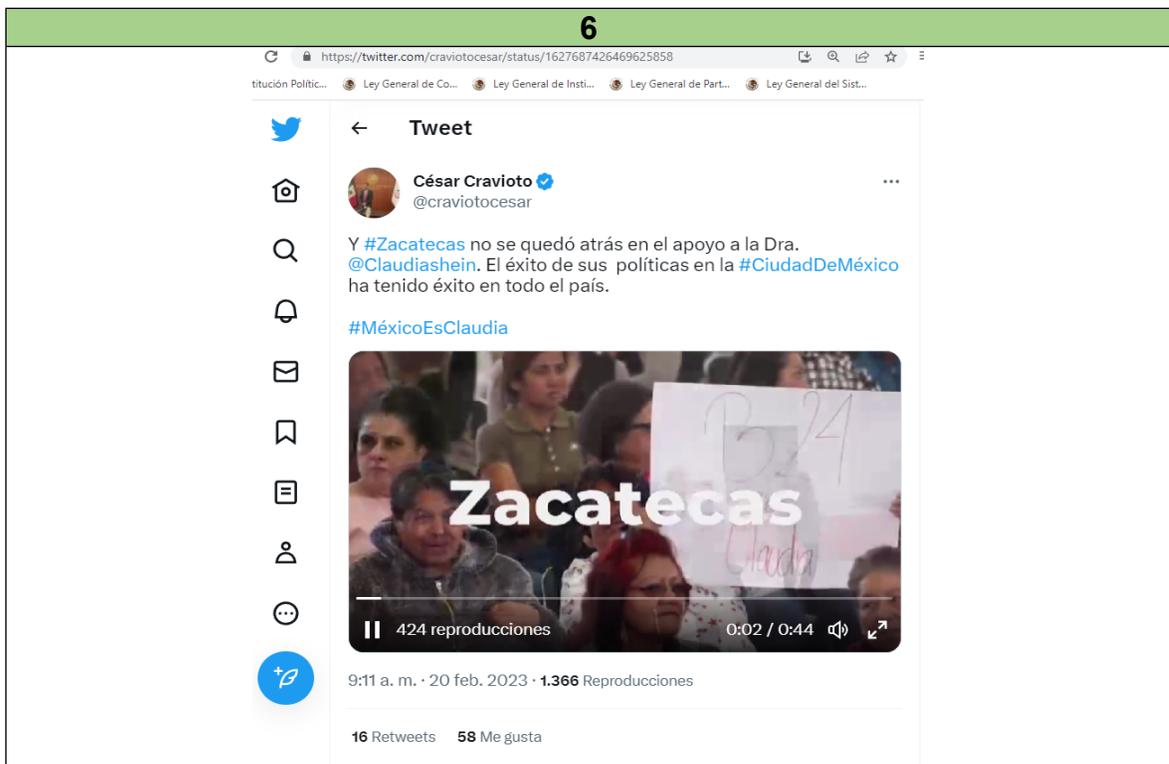
5



**Texto de la publicación:** *Y vean el apoyo hacia la #JefaDeGobierno @Claudiashein en #SanLuisPotosí. Su esfuerzo se le reconoce en todas partes. #MéxicoEsClaudia #4T*

**Descripción del video:** Se observan diversas imágenes de un evento en el que se ve a una multitud de personas, algunas con pancartas de apoyo en favor de la jefa de gobierno.

6



**Texto de la publicación:** *Y #Zacatecas no se quedó atrás en el apoyo a la Dra. @Claudiashein. El éxito de sus políticas en la #CiudadDeMéxico ha tenido éxito en todo el país. #MéxicoEsClaudia*

**Descripción del video:** Se observan imágenes de diversas personas en un evento, algunas con pancartas de apoyo a favor de Claudia Sheinbaum.

**Mujer:** *Hola que tal, mi nombre es Ana María Vacio, soy reportera, actualmente trabajo como reportera, y bueno pues la verdad, estoy con Claudia, porque es una mujer preparada, es una mujer inteligente, porque es científica y porque si en la Ciudad de México*

6

han bajado los niveles de inseguridad entonces por eso pues estoy con ella. Aunado a ello estoy segura de que dará seguimiento al proyecto de nación de Andrés Manuel López Obrador, por quien voté en la anterior elección federal.

7



0

**Texto de la publicación:** “*Todo #México reconoce el compromiso y lucha de la #JefaDeGobierno @Claudiashein por una #CiudadDeMéxico más segura, más honesta, más para tod@s. ¡Enhorabuena! #MéxicoEsClaudia #4T*”

**Descripción del video:** Se observan imágenes de diversas multitudes de personas en eventos, refiriendo en cada imagen el estado de la república en el que supuestamente se celebró, aparentemente en apoyo a favor de Claudia, y se advierte al final un mensaje que refiere:

#MéxicoEsClaudia

8

8

← Tweet

César Cravioto  
@craviotocesar

¡L@s jóvenes andan con todo y la #4T también!  
A lo largo y ancho del país más de 100 mil personas demostraron su apoyo a la #JefaDeGobierno @ClaudiaShein por el éxito de su política en favor del pueblo.  
¡Seguimos avanzando! 🙌🇲🇽

#MéxicoEsClaudia

Más de 100 mil nos reunimos en todo el país para dar nuestro apoyo a Claudia Sheinbaum  
19 de febrero

AGUASCALIENTES	BAJA CALIFORNIA	BAJA CALIFORNIA SUR	CAMPECHE
CHIHUAHUA	CHIRPAS	COLIMA	DURANGO
GUANAJUATO	GUERRERO	HIDALGO	JALISCO
MICHOACÁN	MORELOS	NAYARIT	NUEVO LEÓN
OAXACA	PUEBLA	QUERÉTARO	QUINTANA ROO
SAN LUIS POTOSÍ	SINALOA	SONORA	TABASCO
TLAXCALA	VERACRUZ	YUCATÁN	ZACATECAS

#MéxicoEsClaudia

12:05 p. m. · 21 feb. 2023 · 3,146 Reproducciones

**Texto de la publicación:** ¡L@s jóvenes andan con todo y la #4T también! A lo largo y ancho del país más de 100 mil personas demostraron su apoyo a la #JefaDeGobierno @ClaudiaShein por el éxito de su política en favor del pueblo.

¡Seguimos avanzando!

#MéxicoEsClaudia

48. Del análisis íntegro de las publicaciones, no se advierte que reúnan los elementos de la propaganda gubernamental, pues no se mencionan acciones, planes o logros de gobierno; ya que solo se trata de videos e imágenes de los que parecen ser eventos en los que participó la servidora pública.
49. Y si bien en las publicaciones 6, 7 y 8 el senador expresa que en el país se reconoce la gran labor de la jefa de gobierno de la Ciudad de México, se trata de manifestaciones genéricas y no de acciones, planes o logros de gobierno.
50. Al no existir propaganda gubernamental, no se puede analizar la promoción personalizada a favor de la jefa de gobierno de la Ciudad de México, Claudia Sheinbaum.
51. Por estas consideraciones, es **inexistente** la promoción personalizada a favor de la jefa de gobierno de la Ciudad de México, Claudia Sheinbaum.



→ **Uso indebido de recursos públicos para favorecer a la jefa de gobierno de Ciudad de México Claudia Sheinbaum y posicionamiento indebido de MORENA**

52. Si bien el senador realizó publicaciones a favor de Claudia Sheinbaum de cara al proceso electoral federal 2023-2024 y en su *Twitter* tiene como foto de portada el emblema de MORENA, se estima que no usó mal su cargo como servidor público que afectara las condiciones de imparcialidad que deben prevalecer en un **proceso electoral** ni hubo injerencias externas.
53. Pues como se dijo (en el análisis de la promoción personalizada), las publicaciones se dieron sin una proximidad que pusiera en riesgo el proceso electoral federal 2023-2024.
54. Además, se debe considerar que César Cravioto es integrante del Senado, por lo que goza de bidimensionalidad en su cargo (si bien ejerce labores legislativas también puede compartir afiliación y simpatía partidista); por tanto, el usar el emblema de MORENA en su perfil de *Twitter*, forma parte de su ideología política y es razonable<sup>23</sup>.
55. Finalmente, tampoco se acredita que se ejercieran recursos públicos, pues se tiene certeza que César Cravioto no pagó para que las publicaciones en *Twitter* fueran parte de una campaña publicitaria.
56. Por lo que es **inexistente** el uso indebido de recursos públicos y el posicionamiento indebido de MORENA.
57. Por lo expuesto y fundado se resuelve:

**RESUELVE**

**ÚNICO.** Son **inexistentes** las infracciones atribuidas al senador César Arnulfo Cravioto Romero.

**NOTIFÍQUESE**, en términos de ley.

<sup>23</sup> Así se han resuelto los asuntos SUP-JDC-865/2017; SUP-REP-162/2018, SER-PSC-270/2018, SRE-PSD-13/2019, SRE-PSD-19/2019 y SRE-PSL-17/2023.



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

Así lo resolvieron, por **mayoría** de votos, las magistraturas que integran el Pleno de la Sala Regional Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, con el voto particular del magistrado presidente Rubén Jesus 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, así como el Acuerdo General de la Sala Superior 4/2022, que regula, entre otras cuestiones, las sesiones presenciales de las Salas del tribunal.*



## **VOTO PARTICULAR QUE FORMULA EL MAGISTRADO RUBÉN JESÚS LARA PATRÓN, EN RELACIÓN CON LA SENTENCIA DICTADA EN EL EXPEDIENTE SRE-PSC-38/2023.**

Con fundamento en lo dispuesto en los artículos 174<sup>24</sup> de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación y 48<sup>25</sup> del Reglamento Interno del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, emito el presente voto particular conforme a lo siguiente:

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

El PRD denunció al senador César Cravioto porque difundió en su perfil de Twitter diversas publicaciones en donde hace referencia a Claudia Sheinbaum con la intención de promocionarla de cara al próximo proceso para la renovación de la presidencia de la República y también posicionando a Morena.

Refiere que, en una de las publicaciones se difunde la columna del medio de comunicación Central Municipal en donde César Cravioto escribió como colaborador invitado, en esa nota destaca logros de la jefa de Gobierno.

Respecto al resto de las publicaciones, se trata de eventos en los que ha participado Claudia Sheinbaum, manifiesta que fueron difundidas con el ánimo de promocionarla ante la ciudadanía como la mejor eventual candidata a la presidencia de la República.

Considera que con esas publicaciones se actualizan promoción personalizada y el uso indebido de recursos públicos.

---

<sup>24</sup> **Artículo 174.** Las Salas Regionales sesionarán con la presencia de los o las tres magistradas electorales y sus resoluciones se adoptarán por unanimidad o mayoría de votos. Los magistrados y magistradas no podrán abstenerse de votar, salvo que tengan excusa o impedimento legal. Cuando un magistrado o magistrada electoral disintiere de la mayoría o su proyecto fuera rechazado, podrá formular voto particular, el cual se insertará al final de la sentencia aprobada, siempre y cuando se presente antes de que sea firmada esta última.

<sup>25</sup> **Artículo 48.** Los asuntos competencia de las Salas Regionales serán resueltos por unanimidad o mayoría, en los términos que señala la Ley Orgánica. La o el Magistrado que disienta de sentido del fallo aprobado por la mayoría o aquel cuyo proyecto fuera rechazado, podrá solicitar que sus motivos se hagan constar en el acta respectiva, así como formular voto particular por escrito. Si comparte el sentido del mismo, pero discrepa de las consideraciones que lo sustentan, podrá formular voto concurrente, voto aclaratorio o voto razonado. Los votos que emitan las y los Magistrados se insertarán al final de la sentencia, siempre y cuando se presenten antes de que ésta sea firmada. Los votos deberán anunciarse, preferentemente, durante el transcurso de la misma sesión pública.



## II. ¿Qué se resolvió en la sentencia?

En la sentencia se determinó la inexistencia de las infracciones denunciadas porque las publicaciones no reúnen los elementos<sup>26</sup> para actualizar la promoción personalizada a favor de Claudia Sheinbaum y tampoco se acreditó que se ejercieran recursos públicos para llevar a cabo las publicaciones.

Respecto al posicionamiento indebido de Morena porque el senador tiene como foto de portada en el perfil de Twitter el emblema del partido, se consideró que al ser integrante del senado tiene la bidimensionalidad en su cargo, por lo que, usar el emblema forma parte de su ideología política, circunstancia que no afecta el principio de imparcialidad.

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

Desde mi óptica, las conductas denunciadas se debían analizar de manera distinta a como se propuso en la sentencia que se aprobó por la mayoría del Pleno, como explico a continuación.

En primer término, respecto a la infracción de promoción personalizada realizada por César Cravioto a favor de Claudia Sheinbaum, a través de la publicación en la que difundió una nota de opinión en la que colaboró con el medio de comunicación Central Municipal, estimo que en la propuesta se dejó de observar las circunstancias y contexto de su difusión.

En efecto, considero que no se tomó en cuenta que se trata de la difusión de una columna a través de la cual el denunciado narró logros y acciones de gobierno que Claudia Sheinbaum dirige.

Esta nota de opinión se dedica a destacar que el éxito de la implementación de las políticas públicas del gobierno de la Ciudad de México está vinculado directamente porque se trata de Claudia

---

<sup>26</sup> Jurisprudencia de la Sala Superior 12/2015 de rubro “PROPAGANDA PERSONALIZADA. ELEMENTOS PARA IDENTIFICARLA”.



Sheinbaum quien las encabeza, refiere que la cuarta transformación es cada día más fuerte en la Ciudad de México porque ella trabaja por el bienestar y seguridad del pueblo.

En ese orden, estimo que al tratarse de una nota de opinión que se escribió con el objetivo de resaltar logros y acciones de la jefa de Gobierno con la finalidad de obtener aprobación pública de la ciudadanía, estas circunstancias se debían de tomar en cuenta para visualizar si los fines de promocionarla eran electorales.

Estimo lo anterior, porque la publicación que realiza el denunciado no se trata de un simple mensaje con el ánimo de transmitir a las personas que le siguen en Twitter datos o información relevante de los temas del gobierno de la Ciudad de México, sino una columna en la que resalta el trabajo y exalta cualidades de Claudia Sheinbaum, de manera particular y destacada.

Por ello, desde mi perspectiva estas condiciones se debían de considerar para analizar la conducta, en concreto, respecto de la proximidad del inicio del proceso electoral para la renovación de la presidencia de la República.

En segundo término, respecto al resto de las publicaciones denunciadas considero que en la propuesta se debía analizar si con dicha difusión el denunciado vulneró los principios de imparcialidad y neutralidad, ya que el PRD expuso que se realizaron con el objetivo de promocionarla de cara al próximo proceso para la renovación de la presidencia de la República, sobre lo que no existe pronunciamiento a partir de la metodología de análisis que se hace en la sentencia

Finalmente, estimo que también se debía observar si todas las publicaciones se tratan de un ejercicio legítimo de libertad de expresión del denunciado o bien si se trató de casos de simulación o



abuso en el ejercicio de este derecho,<sup>27</sup> pues ello, traería como consecuencia un probable un beneficio para Claudia Sheinbaum como aspirante a la presidencia de la República.

En esta lógica, emito el presente voto particular.

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.

---

<sup>27</sup> Véase SUP-JE-1171/2023.