



TRIBUNAL ELECTORAL  
del Poder Judicial de la Federación  
SALA REGIONAL ESPECIALIZADA

**PROCEDIMIENTO ESPECIAL  
SANCIONADOR**

**EXPEDIENTE:** SRE-PSC-42/2021.

**PROMOVENTE:** MORENA.

**INVOLUCRADO:** Partido  
Revolucionario Institucional.

**MAGISTRADA:** Gabriela Villafuerte  
Coello.

**PROYECTISTA:** Emmanuel Montiel  
Vázquez.

**COLABORARON:** María del Rosario  
Laparra Chacón y Dulce Miriam Benítez  
Oropeza.

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

La Sala Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación<sup>1</sup> dicta la siguiente **SENTENCIA**:

### **ANTECEDENTES**

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

1. El 7 de septiembre de 2020 inició el proceso electoral federal para elegir las diputaciones que integrarán el Congreso de la Unión; las etapas son<sup>2</sup>:
  - **Precampaña:** Del 23 de diciembre de 2020 al 31 de enero de 2021<sup>3</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. Trámite del Procedimiento Especial Sancionador.**

2. **1. Denuncia.** El 23 de febrero, MORENA presentó queja contra el Partido Revolucionario Institucional (PRI) por la difusión del promocional “**F APAGÓN**” en su versión de radio y televisión<sup>4</sup>, así como en las redes sociales *Facebook* y *Twitter*, al considerar que existen:
  - Actos anticipados de campaña.
  - Calumnia.

<sup>1</sup> En adelante Sala Especializada.

<sup>2</sup> <https://www.ine.mx/voto-y-elecciones/elecciones-2021/eleccion-federal-2021/>

<sup>3</sup> Las fechas que se mencionan corresponden al 2021, salvo manifestación expresa.

<sup>4</sup> Se registraron con las claves RA00380-21 y RV00288-21, respectivamente.



- Denigración.
  - Uso indebido de la pauta.
3. **2. Registro, admisión y desechamiento parcial.** En la misma fecha, la Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral de la Secretaría Ejecutiva (UTCE) del Instituto Nacional Electoral (INE) registró<sup>5</sup> y admitió la queja; asimismo, desechó la denigración contra MORENA, al estimar que no existía una vulneración en materia político electoral<sup>6</sup>.
  4. **3. Medidas cautelares** (ACQyD-INE-35/2021). El 24 de febrero, la Comisión de Quejas y Denuncias del INE las declaró improcedentes, al considerar (bajo la apariencia del buen derecho) que el promocional contenía expresiones amparadas en la libertad de expresión e inmersas en el debate público; por lo que sí podía difundirse<sup>7</sup>.
  5. **4. Emplazamiento y audiencia.** El 29 de marzo, la UTCE emplazó a las partes a la audiencia de pruebas y alegatos la cual, se llevó a cabo el 5 de abril (no compareció el PRI).

### III. Trámite ante la Sala Especializada.

6. **1. Recepción, turno y radicación del expediente.** Cuando llegó el expediente se revisó su integración y el veintiuno de abril, el magistrado presidente le dio la clave SRE-PSC-42/2021 y lo turnó a la ponencia de la magistrada Gabriela Villafuerte Coello, quien, en su oportunidad, lo radicó y procedió a elaborar la sentencia correspondiente.

## CONSIDERACIONES

### PRIMERA. Facultad para conocer.

7. Esta Sala Especializada es competente (tiene facultad) para resolver el procedimiento especial sancionador, porque se acusa el mal uso de la pauta

<sup>5</sup> Con la clave UT/SCG/PE/MORENA/CG/62/PEF/78/2021.

<sup>6</sup> Consideración que comparte esta Sala Especializada.

<sup>7</sup> El SUP-REP-56/2021 las confirmó.



en radio y televisión por un partido político, ante la posible actualización de actos anticipados de campaña y calumnia, de conocimiento exclusivo de esta Sala Especializada<sup>8</sup>; así como la difusión en redes sociales, con un posible impacto en los procesos electorales concurrentes que se desarrollan.

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

8. La Sala Superior estableció la resolución no presencial de todos los asuntos por medio del sistema de videoconferencias<sup>9</sup> durante la emergencia sanitaria; por lo que se justifica que la resolución se realice en sesión virtual.

### **TERCERA. Denuncia y defensa.**

9. **MORENA** acusó que la difusión (en intercampaña) del *spot* “**F APAGÓN**” en radio, televisión y redes sociales:
  - Busca confundir y engañar a la ciudadanía al hacer creer que los problemas de falta de luz (“apagones”) son culpa del partido y del gobierno que emana de él.
  - Se utiliza el tiempo de la pauta para difundir mensajes falsos.
  - Lejos de difundir la ideología, principios y valores del PRI, se realiza un llamado expreso en contra de MORENA con un impacto en la equidad del proceso electoral.
  - El PRI busca posicionarse antes del inicio de la campaña, con frases: *“para los gobiernos del PRI los servicios básicos nunca fueron un problema”, “nuestra prioridad, siempre ha sido atender las necesidades de las familias mexicanas”*.

---

<sup>8</sup> Con fundamento en los artículos 41, párrafo segundo, base III, apartado A y C, párrafo primero; 99, párrafo cuarto, fracción IX, de la constitución federal; 186, fracción III, inciso h), 192, 195, último párrafo, de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación; 470 párrafo 1, inciso a) y 471, párrafo 1, 475 y 476 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales; así como las jurisprudencias 25/2010 y 25/2015 de rubros: “PROPAGANDA ELECTORAL EN RADIO Y TELEVISIÓN. COMPETENCIA DE LAS AUTORIDADES ELECTORALES PARA CONOCER DE LOS PROCEDIMIENTOS SANCIONADORES RESPECTIVOS” y “COMPETENCIA. SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN PARA CONOCER, SUSTANCIAR Y RESOLVER PROCEDIMIENTOS SANCIONADORES”, respectivamente.

<sup>9</sup>Acuerdo General 8/2020, 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)



- La intención de pautar contenidos muy similares a nivel nacional y en cada entidad genera una sobreexposición que atenta contra la preferencia electoral.
10. El **PRI** no compareció a la audiencia de pruebas y alegatos (más allá que fue debidamente notificado).

#### **CUARTA. Hechos y pruebas<sup>10</sup>.**

##### **❖ Existencia y vigencia del promocional.**

11. La Dirección de Prerrogativas y Partidos Políticos (DEPPP) del INE, informó que el PRI pautó el *spot* (versión radio y tv) para el periodo de intercampaña federal y local, a fin que se transmitiera del 25 de febrero al 3 de marzo.

##### **❖ Difusión en radio y televisión.**

12. La DEPPP señaló que el promocional tuvo 19,460 impactos<sup>11</sup>:

REPORTE DE DETECCIONES POR FECHA Y MATERIAL			
FECHA INICIO	F APAGÓN RA00380-21	F APAGÓN RV00288-21	TOTAL GENERAL
25/02/2021	2,017	1,056	3,073
26/02/2021	1,621	866	2,487
27/02/2021	1,859	1,009	2,868
28/02/2021	1,846	979	2,825
01/03/2021	1,900	968	2,868
02/03/2021	1,678	884	2,562
03/03/2021	1,816	961	2,777
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>12,737</b>	<b>6,723</b>	<b>19,460</b>

##### **❖ Contenido del promocional.**

13. Mediante acta circunstanciada de 24 de febrero, la UTCE describió el contenido<sup>12</sup> del *spot* en su versión de radio y televisión.

<sup>10</sup>Las pruebas se valoran con base en los artículos 461 y 462 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LEGIPE).

<sup>11</sup> Adicionalmente, informó que del monitoreo se advirtieron 117 excedentes; mismos, que ya estaban en investigación conforme a sus procedimientos. Por lo tanto, esos hallazgos ya no serán parte de algún pronunciamiento en esta sentencia.

<sup>12</sup> Para evitar repeticiones innecesarias se reproducirá en el análisis de fondo de esta sentencia.



❖ **Difusión en *Facebook* y *Twitter*.**

14. MORENA aportó 28 direcciones electrónicas con la intención de acreditar que el promocional también se difundía en *Facebook* y *Twitter*; pidió que los certificara la oficialía electoral.
15. La UTCE<sup>13</sup> hizo constar que de los 28 enlaces, sólo en **23** era visible el promocional:
  - 21 en *Facebook*.
  - 2 en *Twitter*.
16. El 25 de febrero, el PRI informó:
  - De todos los vínculos electrónicos solo **2**<sup>14</sup> corresponden al *Facebook* y *Twitter* del partido; y son administrados por Martha Gabriela Sánchez Guadarrama<sup>15</sup>.
  - Los demás, no se reconocen dentro de sus cuentas oficiales, por lo que no tiene certeza quienes son las personas que administran o titulares de esos perfiles.
  - La publicación del promocional en las cuentas que reconoce no generó algún gasto.
17. *Facebook INC.*, señaló que ninguna de las publicaciones estuvo asociada a una campaña publicitaria<sup>16</sup>.
18. Por su parte, *Twitter* informó, entre otras cosas, que desde diciembre de 2019 tiene una política de prohibir la promoción de contenido de carácter político. Es decir, no ofrece o permite ningún anuncio de este tipo.

---

<sup>13</sup> En la misma acta circunstanciada de 24 de febrero, en la que verificó el contenido del promocional para sus versiones de radio y televisión.

<sup>14</sup> *Facebook* (<https://fb.watch/3OIHpA1DfL>) y *Twitter* ([https://twitter.com/PRI\\_Nacional?ref\\_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor](https://twitter.com/PRI_Nacional?ref_src=twsrc%5Egoogle%7Ctwcamp%5Eserp%7Ctwgr%5Eauthor)).

<sup>15</sup> En estos 2 perfiles la UTCE no encontró la difusión del promocional.

<sup>16</sup> Precisó que la publicación <https://www.facebook.com/comPRI.Mugica> no estaba disponible. Además, que dentro de las direcciones electrónicas existen algunas de "*Facebook Watch*" que pueden conducir a múltiples cuentas no relacionadas con lo que se desea ver.



➔ **Del análisis y revisión de las pruebas, tenemos que:**

- El *spot* estuvo en radio y televisión del 25 de febrero al 3 de marzo; esto es, durante la intercampaña federal y local.
- Se registraron 19,460 impactos.
- Existió difusión en *Facebook* y *Twitter*, sin dato alguno que se tratara de una campaña publicitaria pagada.
- El PRI solo administra y reconoce 2 de las 23 cuentas o perfiles de *Facebook* y *Twitter* en las que se publicó y certificó el promocional.

**QUINTA. Caso a resolver.**

19. Esta Sala Especializada debe decidir si la difusión del *spot* “F APAGÓN” durante la intercampaña (federal y local) en radio, televisión y redes sociales, genera un uso indebido de la pauta, actos anticipados de campaña y calumnia.

**Marco normativo.**

→ **Actos anticipados de campaña.**

20. Las actividades de campaña deben propiciar la exposición, desarrollo y discusión ante la ciudadanía de los programas y acciones que fijan los partidos políticos en sus documentos básicos y en la plataforma electoral que registraron para la elección<sup>17</sup>.
21. 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>18</sup>.
22. La Sala Superior estableció 3 elementos para poder acreditarlos<sup>19</sup>:

<sup>17</sup> Artículo 242, numeral 4, de la LEGIPE.

<sup>18</sup> Artículo 3, numeral 1, inciso a, de la LEGIPE.

<sup>19</sup> SUP-RAP-15/2009 y acumulado, SUP-RAP-191/2010, SUP-RAP-204/2012, SUP-RAP-15-2012 y SUP-JRC-274/2010.



- Que sean realizados por los propios partidos políticos, las personas militantes, 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>20</sup>.
23. Adicionalmente, 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>21</sup>.
24. Asimismo, se requiere analizar integralmente el mensaje (no sólo 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>22</sup>.
25. 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 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>23</sup>.
26. Esto es, durante la intercampaña los mensajes genéricos de los partidos políticos deben ser de carácter informativo<sup>24</sup>, por lo que deben corresponder

<sup>20</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>21</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>22</sup> Véase los SUP-REP-165/2017 y SUP-REP-700/2018 y acumulados.

<sup>23</sup> Consúltese SUP-REP-45/2017.

<sup>24</sup> Artículos 19 y 37, párrafo segundo, del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral (RRTVME).



a una propaganda de naturaleza política<sup>25</sup>, en los que pueden hacer alusión al cambio, cuestionamientos o logros de la actividad gubernamental.

27. 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**

28. La propaganda calumniosa con impacto en un proceso electoral<sup>26</sup> tiene 2 elementos:

- Atribuir a alguien (persona física o moral) hechos o delitos que son falsos; y,
- Tener el conocimiento de la falsedad de esos hechos o delitos (quien los realiza podría desconocer su falsedad).

29. La Sala Superior ha sostenido que si se acredita el impacto de la calumnia en la materia electoral y se hizo de manera maliciosa (el o la emisora no tuvo la mínima diligencia para comprobar la verdad de los hechos), la conducta no tendrá protección en la libertad de expresión<sup>27</sup>, por la afectación de los derechos o la reputación de terceras personas<sup>28</sup>.

30. Lo anterior busca garantizar que la ciudadanía sea informada con veracidad sobre hechos relevantes<sup>29</sup> para el mejor ejercicio de sus derechos políticos y electorales.

31. Por eso este tipo de propaganda está prohibida para los partidos políticos o las candidaturas<sup>30</sup>. Ello no quiere decir que sea una censura previa respecto

<sup>25</sup> Véase SUP-REP-109/2015.

<sup>26</sup> Artículo 471, numeral 2, de la LEGIPE.

<sup>27</sup> Véanse los SUP-REP-42/2018 y SUP-REP-154/2018.

<sup>28</sup> Artículo 19, numeral 3, inciso a) del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos.

<sup>29</sup> Tesis 1ª. CLI/2014 (10ª) de rubro: "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 [O AQUELLA] QUE FUNJA COMO INFORMADOR [O INFORMADORA]" (Las palabras entre [ ] se añaden para fomentar el lenguaje incluyente).

<sup>30</sup> Artículos 41, Base III, Apartado C, de la Constitución Federal; 443, numeral 1, inciso j), de la LEGIPE y 25, numeral 1, inciso o), de la Ley General de Partidos Políticos (LGPP)



del diseño y contenido de sus promocionales que atente contra su libertad de expresión, pero sí puede implicar un análisis posterior de la responsabilidad de los partidos políticos por la vulneración de la normativa electoral.

→ **Uso indebido de la pauta.**

32. Los partidos políticos tienen derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación social, como parte de sus prerrogativas<sup>31</sup>, para que la gente conozca su ideología, propuestas de gobierno, plataforma político-electoral y candidaturas, conforme al modelo de comunicación política.
33. 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>32</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>33</sup>.
34. Por eso los institutos políticos pueden difundir propaganda en radio y televisión en las distintas etapas del proceso electoral (precampaña, intercampaña y campaña) y también cuando no hay proceso electoral (periodo ordinario); ya que la gente tiene el derecho de acceder a la información<sup>34</sup> para que se fomente el sufragio libre y la participación ciudadana.
35. Al respecto, los partidos políticos tienen libertad para diseñar su estrategia de comunicación y los contenidos de sus mensajes<sup>35</sup>, pero siempre deben tomar en cuenta en qué etapa se encuentran para poder atender los límites que se marcan en cada una.
36. 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

---

<sup>31</sup> Artículos 41, Bases I y III, Apartados A y B, de la constitución federal; 159, numerales 1 y 2, de la LEGIPE.

<sup>32</sup> Artículo 160, párrafos primero y segundo, de la LEGIPE.

<sup>33</sup> Artículo 41, Base I, de la constitución federal.

<sup>34</sup> Artículo 247 de la LEGIPE.

<sup>35</sup> Artículos 168, párrafo 4, de la LEGIPE y 37 del RRTVME.



gubernamentales, información que propicie el debate y temas de interés general<sup>36</sup>.

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

37. 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.
38. 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>37</sup>.
39. 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.
40. 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>38</sup>.
41. 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

---

<sup>36</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 RRTVME.

<sup>37</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.

<sup>38</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.



vida, la seguridad o integridad de las personas; esto es, las restricciones deben ser racionales, justificadas y proporcionales<sup>39</sup>, sin que generen una privación a los derechos electorales.

42. En muchas de las redes sociales como *Facebook* o *Twitter* se presupone que se trata de expresiones espontáneas<sup>40</sup> que se emiten para hacer de conocimiento general una opinión 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.
43. Por eso resulta importante conocer la calidad de quienes emiten el mensaje en redes sociales y el contexto en el que lo difunde, para determinar si hubo, de alguna manera, una afectación a los principios que rigen los procesos electorales, como pudiera ser el de equidad en la contienda<sup>41</sup>.

#### Contenido del promocional.

44. Para determinar si la difusión del *spot* que se acusa es acorde o contrario a la normativa electoral, es necesario valorar su contenido.



<sup>39</sup> Tesis CV/2017 de la Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, de rubro: "LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y OPINIÓN EJERCIDAS A TRAVÉS DE LA RED ELECTRÓNICA (INTERNET). RESTRICCIONES PERMISIBLES".

<sup>40</sup> Jurisprudencia 18/2016 de la Sala Superior de rubro: "LIBERTAD DE EXPRESIÓN. PRESUNCIÓN DE ESPONTANEIDAD EN LA DIFUSIÓN DE MENSAJES EN REDES SOCIALES".

<sup>41</sup> Véase el SUP-REP-542/2015.



**Voz en off hombre:**

“Para los gobiernos del PRI los servicios básicos nunca fueron un problema. Nuestra prioridad, siempre ha sido atender las necesidades de las familias mexicanas.

La incapacidad, la improvisación e irresponsabilidad han marcado a los gobiernos de MORENA.

No hay rumbo, no hay luz, no son la esperanza.

Hoy MORENA dejó a México en completa oscuridad.

PRI, El Partido de México.”

45. El contenido (audio) del promocional en radio es idéntico al de televisión.



46. Los promocionales duran 30 segundos y se advierte lo siguiente:

- Al inicio se hace referencia que *“para los gobiernos del PRI los servicios básicos nunca fueron un problema”*, porque una de sus prioridades ha sido atender las necesidades de las familias mexicanas.
- En sentido contrario, se menciona que los gobiernos de MORENA se ven marcados por la incapacidad, improvisación e irresponsabilidad.
- Idea que concluye con expresiones: “No hay rumbo, no hay luz, no son la esperanza” “Hoy MORENA dejó a México en completa oscuridad.”
- El *spot* termina con la leyenda “PRI, el partido de México”.
- En su versión de televisión se observan diversas imágenes sobre “apagones” o fallas en la energía eléctrica.

→ **Análisis de los actos anticipados de campaña.**

47. MORENA dice que con las frases: *“La incapacidad, la improvisación e irresponsabilidad han marcado a los gobiernos de MORENA”*, *“No hay rumbo, no hay luz, no son la esperanza”* y *“Hoy MORENA dejó a México en completa oscuridad”*, el PRI tiene la intención de causarle una impresión negativa de frente al electorado, al responsabilizarlo de los “apagones” en el país.

48. Recordemos que en intercampaña los contenidos pueden incluir cuestiones de interés general y con carácter informativo, entre ellas, las que se relacionan con el cambio o la alternancia política, o críticas generales a ciertas políticas públicas.

49. Las frases que acusa MORENA, si bien pueden ser críticas fuertes<sup>42</sup> sobre un tema de interés general y debate público que se dio a raíz de fallas en la energía eléctrica a nivel nacional<sup>43</sup>, no implican un llamado a votar en contra,

<sup>42</sup> Véase el SUP-REP-235/2018.

<sup>43</sup> Véase por ejemplo: *“México enfrenta cortes de luz en 26 estados”* <https://www.forbes.com.mx/economia-mexico-cortes-luz-26-estados/>; *“Apagones en México: la enorme dependencia mexicana del gas de EE.UU. que dejó al descubierto la tormenta invernal en Texas”* <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-56106262>



sino solo expresan un ejercicio de reflexión acerca del actuar del partido que actualmente gobierna.

50. La emisión de expresiones que contrastan opciones políticas a través de la estrategia de realce de problemas nacionales no está prohibida a los partidos políticos; por lo contrario, Sala Superior nos orienta a que la libertad de expresión en estos casos debe ampliarse para proteger la deliberación democrática.
51. Respecto a las expresiones: *“Para los gobiernos del PRI los servicios básicos nunca fueron un problema”* y *“Nuestra prioridad, siempre ha sido atender las necesidades de las familias mexicanas”*, no se considera que busquen posicionarlo de frente a la ciudadanía antes del inicio de la campaña; porque en el contexto del promocional, las frases se ocupan para realizar una comparativa o contraste sobre la manera de gobernar de cada partido político.
52. Tampoco se consideran equivalentes funcionales ya que las manifestaciones del promocional no tienen como función o efecto pedir apoyo para una candidatura en el proceso electoral.
53. Por ello, esta Sala Especializada determina que la difusión del promocional es válida, 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>44</sup>.

→ **Análisis de la calumnia.**

54. MORENA señaló que el promocional busca confundir y engañar a la ciudadanía haciéndoles creer que las fallas en la energía eléctrica o “apagones” en el país son su culpa.
55. Las frases: *“La incapacidad, la improvisación e irresponsabilidad han marcado a los gobiernos de MORENA”* y *“No hay rumbo, no hay luz, no son la esperanza”*

---

<sup>44</sup> Véase el SUP-REP-53/2021.



tienen la intención de responsabilizarlo falsamente y, en consecuencia, mal posicionarlo en el proceso electoral.

56. No obstante, del análisis íntegro del promocional y de las expresiones que se acusan no se advierte la imputación de delitos o hechos falsos a MORENA, sino un punto de vista del PRI sobre el tema de falta de luz o “apagones” de frente al actuar y forma de gobernar de la actual administración.
57. Estas pueden ser para las personas que lo escuchan críticas severas, molestas o perturbadoras, pero válidas en el debate público acerca de temas de interés general<sup>45</sup>.
58. Por ello se consideran manifestaciones generales que, si bien pueden generar cierta incomodidad, fomentan la discusión de asuntos de interés público, válido en etapa de intercampaña al ser una opinión de contraste sobre los gobiernos del partido quejoso. Lo que no puede quedar sujeto a un examen de veracidad o falsedad, pues está protegida por la libertad de expresión<sup>46</sup>.
59. En este contexto, el PRI no cometió calumnia, ya que solo estamos de frente a la postura de contraste de una fuerza política con otra.

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

60. MORENA acusó que el promocional no se relaciona con la etapa de intercampaña porque de manera indirecta invita a votar (a favor o en contra de una opción política).
61. Sin embargo, al determinarse que el promocional es válido en etapa de intercampaña porque es de interés general para la sociedad y tampoco se actualiza la calumnia, en consecuencia, no existe un uso indebido de la pauta.
62. Igualmente, señala que el PRI al colocar la misma publicidad en las intercampañas federales y locales genera una sobreexposición del llamado a

<sup>45</sup> Jurisprudencia 46/2016 de rubro: “PROMOCIONALES PROTEGIDOS POR LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN. CRÍTICAS SEVERAS Y VEHEMENTES AL MANEJO DE RECURSOS PÚBLICOS”.

<sup>46</sup> SUP-REP-35/2021 y SUP-REP-17/2021.



no votar por su partido; pero, como ya se dijo: las frases y elementos del promocional son de índole política y genérica por lo que son válidas en el marco del debate político<sup>47</sup>, además que el partido denunciado cuenta con la libertad configurativa del diseño y contenido de sus promocionales<sup>48</sup>.

63. De ahí que, no existe el uso indebido de la pauta que se atribuye al PRI.

→ **Difusión en redes sociales.**

64. 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<sup>49</sup>.

65. En este sentido, si el contenido del *spot* resultó válido en radio y televisión al tratarse de información que expresa una ideología y posicionamientos políticos de contraste, en vía de consecuencia, su difusión en *Facebook* y *Twitter* también lo es.

66. **Finalmente**, MORENA solicitó dar vista a la Unidad Técnica de Fiscalización del INE para que conociera de las vulneraciones a la propaganda político-electoral y se incluya en el prorrateo de gastos de precampaña y campaña del PRI para que se considere la producción y difusión del promocional.

67. No obstante, si el contenido y difusión del *spot* resultó válido, la comunicación que solicitó el partido no resulta viable, porque la hace depender de las infracciones que no se acreditaron.

68. Además, no se advierte que existan elementos y referencias de un proceso local en un promocional que se difunde en la pauta federal o al revés.

69. Por lo expuesto se,

<sup>47</sup> Véase SUP-REP-35/2021 y SUP-REP-49/2021.

<sup>48</sup> En el mismo sentido se resolvió el SRE-PSC-36/2021.

<sup>49</sup> Esto, siempre y cuando sean razonables de frente a las obligaciones o prohibiciones en materia electoral.



## RESUELVE

**ÚNICO.** Son **inexistentes** las infracciones atribuidas al Partido Revolucionario Institucional.

**NOTIFÍQUESE;** en términos de ley.

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

Así lo resolvieron, por **unanimidad de votos**, las magistraturas que integran el Pleno de la Sala Regional Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, con el voto razonado del magistrado Rubén Jesús Lara Patrón, ante el secretario general de acuerdos, quien da fe.

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



## **VOTO RAZONADO QUE FORMULA EL MAGISTRADO PRESIDENTE RUBÉN JESÚS LARA PATRÓN EN RELACIÓN CON LA SENTENCIA DICTADA EN EL EXPEDIENTE SRE-PSC-42/2021.**

Si bien voto a favor de la 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 estimó 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 incidía en la equidad de la contienda del actual proceso electoral federal.

Además, al haber calificado como ilegal el contenido del promocional pautado en periodo ordinario, consecuentemente, se estimó que 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 citada, ya que del análisis objetivo del promocional de referencia no advirtió elementos para considerar que la propaganda pudiera configurar la comisión de actos anticipados de campaña, en virtud de que los elementos del material propagandístico 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 difundidos en periodos ordinarios, de precampaña e intercampaña, debe ser pertinente para cumplir con la finalidad que tiene cada una de las etapas del proceso electoral, voto a favor de la propuesta, 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.

Esto, dado que se señaló que para tener por acreditada la comisión de actos anticipados de campaña los elementos del material propagandístico denunciado 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 o de una fuerza política 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 de crítica 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, 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.

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.