

PROCEDIMIENTO ESPECIAL SANCIONADOR

EXPEDIENTE: SRE-PSC-183/2024

PARTE DENUNCIANTE: EMILIO NÁJERA GARCÍA

PARTE DENUNCIADA: CLAUDIA SHEINBAUM PARDO Y OTRAS PERSONAS

MAGISTRADO PONENTE: LUIS ESPÍNDOLA MORALES

SECRETARIO: JOSÉ MIGUEL HOYOS AYALA

COLABORARON: HUGO ARTURO SALVADOR GALVÁN RODRÍGUEZ, PAULA FERNANDA RIVERO MARTÍNEZ Y LAURA LORENA MUÑOZ SÁNCHEZ

Ciudad de México a seis de junio de dos mil veinticuatro.¹

SENTENCIA por la que se determina la **inexistencia** de las infracciones denunciadas.

GLOSARIO	
Autoridad Instructora	Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral de la Secretaría Ejecutiva del Instituto Nacional Electoral
Claudia Sheinbaum	Claudia Sheinbaum Pardo
Constitución	Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
Director de transporte de Guerrero	Arturo Salinas Sandoval, director general de la Comisión Técnica de Transporte y Vialidad del estado de Guerrero
Ferraez Comunicación	Ferraez Comunicación, S.A. de C.V.
Impactos, Frecuencia y Cobertura	Impactos, Frecuencia y Cobertura en Medios S.A. de C.V.
INE	Instituto Nacional Electoral
Ley Electoral	Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales
Líderes	Revista Líderes Mexicanos, de Ferraez Comunicación, S.A. de C.V.
María Portillo	María Fabiola Portillo Suástegui, concesionaria del título de transporte 1443 en Guerrero
Penguin Random House	Penguin Random House Grupo Editorial, S.A. de C.V.

¹ Las fechas señaladas en esta sentencia deberán entenderse referidas al dos mil veintitrés, salvo manifestación expresa en contrario.

GLOSARIO	
Promotora Pantera	Promotora Pantera, S.A. de C.V.
Sala Superior	Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación
Sala Especializada	Sala Regional Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación
Soluciones en Vías Comerciales	Soluciones en Vías Comerciales, S.A. de C.V.
Suprema Corte	Suprema Corte de Justicia de la Nación
Tomás García	Tomás García Gallegos

ANTECEDENTES

- 1. Proceso electoral.** El siete de septiembre inició el proceso electoral federal 2023-2024 para renovar la presidencia de la República y que tuvo las siguientes fechas relevantes:²

Precampaña	Intercampaña	Campaña	Periodo de reflexión	Día de la jornada
20 de noviembre al 18 de enero de 2024	19 de enero de 2024 al 29 de febrero de 2024	1 de marzo de 2024 al 29 de mayo de 2024	30 de mayo de 2024 al 1 de junio de 2024	2 de junio de 2024

- 2. Queja.** El catorce de julio, Emilio Nájera García denunció la presunta realización de actos anticipados de precampaña y campaña, promoción personalizada, uso indebido de recursos y vulneración al principio de neutralidad y equidad en la contienda, por la colocación de anuncios espectaculares que publicitaban una revista en la que se difundía un libro sobre Claudia Sheinbaum, para posicionarla fraudulentamente de cara al actual proceso electoral federal y generarle con ello un beneficio

² Esto constituye un hecho notorio en términos del artículo 461 de la Ley Electoral y del criterio orientador I.3º.C.35K de rubro "PÁGINAS WEB O ELECTRÓNICAS. SU CONTENIDO ES UN HECHO NOTORIO Y SUSCEPTIBLE DE SER VALORADO EN UNA DECISIÓN JUDICIAL", *Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta*, libro XXVI, tomo 2, noviembre 2013, página 1373, al obrar en la página oficial de Internet del INE: <https://ine.mx/voto-y-elecciones/elecciones-2024/eleccion-federal-2024/>. Los contenidos de páginas oficiales de Internet que se citen a lo largo de la presente sentencia constituyen hechos notorios con base en el fundamento aquí expuesto.



indebido.

3. **3. Registro y admisión.** El diecisiete de julio, la autoridad instructora registró la queja con la clave **UT/SCG/PE/ENG/CG/475/2023** y el veintitrés de agosto la admitió a trámite.
4. **4. Medidas cautelares.** El veinticuatro de agosto, la Comisión de Quejas y Denuncias del INE determinó la **improcedencia** de las medidas cautelares, en su vertiente de tutela preventiva, porque la difusión de la revista Líderes en anuncios espectaculares y la impresión del libro “Claudia Sheinbaum: Presidenta” constituían actos consumados irreparablemente y no existían indicios de que se fueran a volver a realizar.³
5. **5. Escisiones.** En los expedientes UT/SCG/PE/PAN/JL/JAL/650/2023 y UT/SCG/PE/RSA/JD04/GRO/616/2023 se ordenó la escisión⁴ de hechos que se relacionaban con la presente causa, por lo cual se remitieron a este procedimiento las constancias relativas a la colocación de un espectacular en Zapopan, Jalisco, y de microperforado en el transporte público (URVAN) de Acapulco, Guerrero, ambas relacionadas con la publicidad de la revista y el libro aquí denunciados.
6. **6. Juicio electoral SRE-JE-12/2024.** El veintiséis de enero de dos mil veinticuatro, este órgano jurisdiccional devolvió el expediente a la autoridad instructora para garantizar su debida integración y el correcto emplazamiento de las personas involucradas.
7. **7. Emplazamiento y audiencia.** El veinticinco de abril de dos mil veinticuatro, la autoridad instructora emplazó a las partes a la audiencia

³ Acuerdo ACQyD-INE-168/2023. Esta determinación no se impugnó.

⁴ Acuerdos del 29 de septiembre de 2023 y del 09 de octubre de 2023, respectivamente.

de pruebas y alegatos que se celebró el dos de mayo siguiente.

8. **8. Turno a ponencia y radicación.** En esa misma fecha, se recibió el expediente en esta Sala Especializada y, en su oportunidad, el magistrado presidente lo turnó a su ponencia, donde lo radicó y se procedió a la elaboración de la sentencia con las siguientes:

CONSIDERACIONES

PRIMERA. COMPETENCIA

Esta Sala Especializada es competente para conocer este procedimiento, al analizar la presunta comisión de actos anticipados de precampaña y campaña, promoción personalizada, uso indebido de recursos, vulneración a los principios de neutralidad y equidad en la contienda, la obtención de un beneficio indebido por la comisión de esas conductas y la omisión al deber de cuidado de un partido político, todo con probable impacto el actual proceso electoral federal.⁵

SEGUNDA. CAUSAS DE IMPROCEDENCIA

9. MORENA señala que se debe desechar la causa porque no se actualizan las infracciones denunciadas, por lo cual considera que es frívola.
10. Esta causa de improcedencia se desestima, en atención a que las conductas involucradas sí son susceptibles de generar una afectación

⁵ Con fundamento en los artículos 41, base IV, 99, párrafo cuarto, fracción IX, y 134, párrafos séptimo y octavo, de la Constitución; 166, fracción III, inciso h), 173, primer párrafo, y 176, penúltimo párrafo, de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación; así como 470, párrafo 1, incisos a), b) y c), y 475 de la Ley Electoral; 25, párrafo 1, incisos a) e y), de la Ley General de Partidos Políticos; en relación con la jurisprudencia 25/2015 de la Sala Superior, de rubro "COMPETENCIA. SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN PARA CONOCER, SUSTANCIAR Y RESOLVER PROCEDIMIENTOS SANCIONADORES".



en materia política y electoral, pero su eventual actualización o inexistencia corresponde al estudio de fondo y no a una cuestión de previo y especial pronunciamiento. De lo contrario, la cuestión sobre la que se debe proveer en el fondo se presupone o se asume como cierta para desechar la causa.⁶

11. Dicho lo anterior, esta Sala Especializada no advierte de oficio la actualización de alguna causa de improcedencia, por lo que procede analizar el fondo del asunto.

TERCERA. INFRACCIONES IMPUTADAS Y DEFENSAS

A. Infracciones imputadas

12. El **denunciante** manifestó, esencialmente, que:
 - El siete de julio, aparecieron anuncios espectaculares en diversos puntos del país, donde se publicitó la presentación del primer capítulo del libro “CLAUDIA SHEINBAUM: PRESIDENTA”, en la revista Líderes.
 - El contenido de la revista no tiene relación con esa publicidad y la propia editorial ha desmentido la existencia del libro.
 - Se trata de un posicionamiento sistemático que actualiza actos anticipados de precampaña y campaña en beneficio de Claudia Sheinbaum, su promoción personalizada y el uso indebido de recursos públicos, así como la responsabilidad indirecta de MORENA.

B. Defensas⁷

⁶ Así se sostuvo al resolver el SRE-PSC-52/2021 y SRE-PSC-151/2024.

⁷ Soluciones en Vías Comerciales, Promotora Pantera y María Portillo no comparecieron a la audiencia de pruebas y alegatos, a pesar de haber sido debidamente emplazadas a la misma.

13. **Claudia Sheinbaum** expresó en su defensa que:

- Niega haber solicitado o contratado la colocación de la publicidad señalada, aunado a que de las pruebas que obran en el expediente no se extrae algún vínculo con las personas encargadas de su elaboración y difusión.
- La estrategia de difusión del libro correspondió a las casas editoriales involucradas, independientemente de que apareciera su nombre e imagen, puesto que ella no autorizó su uso, aunado a que no se realizaron llamados de apoyo o de voto en su favor.
- La promoción de distintos temas en la revista Líderes es una práctica editorial común, dirigida a maximizar sus ventas.
- Niega haber tomado fotografías para su uso en esta publicidad, así como cualquier tipo de participación que pudiera interpretarse como colaboración en su diseño y promoción.

14. **Ferraez Comunicación** refirió que:

- La emisión y difusión del ejemplar de su revista que se denuncia corresponde a un ejercicio de libertad de expresión en su vertiente periodística y de posicionamiento comercial en el que se invita a la ciudadanía a ejercer su derecho de acceso a la información.
- En el contenido publicado no se realizan llamados de apoyo electoral en favor de persona alguna, aunado a que ha desempeñado ejercicios editoriales y periodísticos como el descrito desde hace más de treinta años.
- La publicidad denunciada se encamina a obtener mayores suscripciones, lo cual se enmarca en los ejercicios regulares de

La autoridad instructora no emplazó a Alfredo Labastida Aquique, puesto que de las diligencias de investigación desplegadas no se obtuvieron datos para su identificación.



campañas publicitarias que realiza, sin sesgos de contenido.

15. **Penguin Random House**, señaló lo siguiente:

- Niega estar vinculada con la contratación de espacios en los que se publicitó la revista denunciada, aunado a que la publicación del libro en comento es una manifestación de la libertad de expresión de su autor y de la libertad de imprenta y difusión de información a la que tiene derecho.
- La libertad de publicar contenidos y definir estrategias comerciales para su difusión, es una manifestación de libre expresión, en su vertiente de libertad comercial.

16. **Impacto, Frecuencia y Cobertura** manifestó en esencia que realizó un contrato con Ferraez Comunicación ligado a su objeto social que es la comercialización de espacios publicitarios, sin que el contenido difundido sea su responsabilidad.

17. **Idea Colors** señaló que fue contratado por Alfredo Labastida para la impresión de la publicidad denunciada y únicamente se limitó a realizar el trabajo objeto de contratación.

18. El **director de transporte en Guerrero** manifestó en su defensa que no formó parte de la elaboración, colocación o difusión de los microperforados denunciados, aunado a que su labor pública se ciñe a regular y conducir el servicio público de transporte, más no a la aceptación de permisos de publicidad.

19. **MORENA** señaló en su defensa lo siguiente:

- Niega haber instruido, operado o financiado la publicación

denunciada, aunado a que desconoce su origen y finalidad.

- En la publicidad no se menciona a dicho partido político, por lo cual no recibió beneficios electorales, y ninguna de las personas implicadas en su elaboración y difusión es su militante o tiene algún vínculo con el mismo.
- No se advierte la existencia de conductas tendentes a influir en la competencia electoral, ni elementos que desvirtúen que se trató de una actividad periodística o comercial, lícita. Tampoco se acreditó el uso de recursos públicos para llevar a cabo las actividades denunciadas.
- Los partidos políticos no son responsables de las conductas que sus militantes realicen en su calidad de personas servidoras públicas, además de que, al no configurarse las infracciones denunciadas, no existe responsabilidad indirecta que perseguir.

CUARTA. MEDIOS DE PRUEBA

20. Los medios de prueba presentados por las partes y los recabados de oficio por la autoridad instructora, así como las reglas para su valoración, se listan en el **ANEXO ÚNICO**⁸ de la presente sentencia a fin de garantizar su consulta eficaz.

QUINTA. ENUNCIADOS SOBRE HECHOS QUE SE TIENEN POR PROBADOS

21. MORENA objeta el alcance de los medios de prueba que obran en el expediente, pero la valoración probatoria corresponde a este órgano jurisdiccional y no a las partes, aunado a que dicha objeción no se sustenta en alguna vulneración sustancial a las reglas para su

⁸ Los anexos que se citen en esta sentencia son parte integrante de la misma.



ofrecimiento o presentación, por lo cual se desestima dicho planteamiento.

22. Dicho lo anterior, la valoración conjunta de las manifestaciones de las partes, los medios de prueba y la totalidad de constancias que integran el expediente, conduce a tener por probados los siguientes enunciados:
- a. Arturo Cano es autor del libro “Claudia Sheinbaum: PRESIDENTA”, impreso por Penguin Random House, el cual tuvo un tiraje de 20,619 (veinte mil seiscientos diecinueve) ejemplares.⁹
 - b. Ferraez Comunicación edita la revista Líderes y recibió una licencia temporal no remunerada de Penguin Random House para la difusión del primer capítulo del libro antes citado, por lo cual en su edición 32, tomo 420, de mayo y junio, publicó un extracto del mismo, con un tiraje de 14,000 (catorce mil) ejemplares y versión electrónica para su consulta.¹⁰
 - c. Ferraez Comunicación también contrató con Impactos, Frecuencia y Cobertura la colocación de 200 (doscientos) anuncios espectaculares.¹¹
 - d. Asimismo, Ferraez Comunicación tenía un convenio de colaboración e intercambio comercial con Soluciones en Vías Comerciales con base en el cual se colocaron 2 (dos) anuncios espectaculares.¹²

⁹ Véanse los elementos de prueba identificados en el ANEXO ÚNICO con los números 4, 12 y 43

¹⁰ Véanse los elementos de prueba identificados en el ANEXO ÚNICO con los números 4, 6, 7 y 24.

¹¹ Véanse los elementos de prueba identificados en el ANEXO ÚNICO con los números 9, 13 y 36. El contenido de los anuncios espectaculares se detalla al analizar el fondo de la causa.

¹² Véanse los elementos de prueba identificados en el ANEXO ÚNICO con los números 13 y 29.

- e. Por su parte, Alfredo Labastida Aquique contrató a Idea Colors para la colocación de microperforados en 4 (cuatro) vehículos del transporte público y dicha empresa contrató, a su vez, con Promotora Pantera la elaboración y arrendamiento del referido material.¹³

SEXTA. ESTUDIO DE FONDO

Fijación de la controversia

- 23. Esta Sala Especializada debe resolver si la colocación de anuncios espectaculares y microperforados en los que aparece la portada del libro “Claudia Sheinbaum: PRESIDENTA” actualizan actos anticipados de precampaña y campaña, promoción personalizada, uso indebido de recursos públicos, y vulneración a los principios de neutralidad y equidad en la competencia, así como un beneficio electoral indebido para Claudia Sheinbaum y la presunta omisión al deber de cuidado de MORENA.

Contenido denunciado

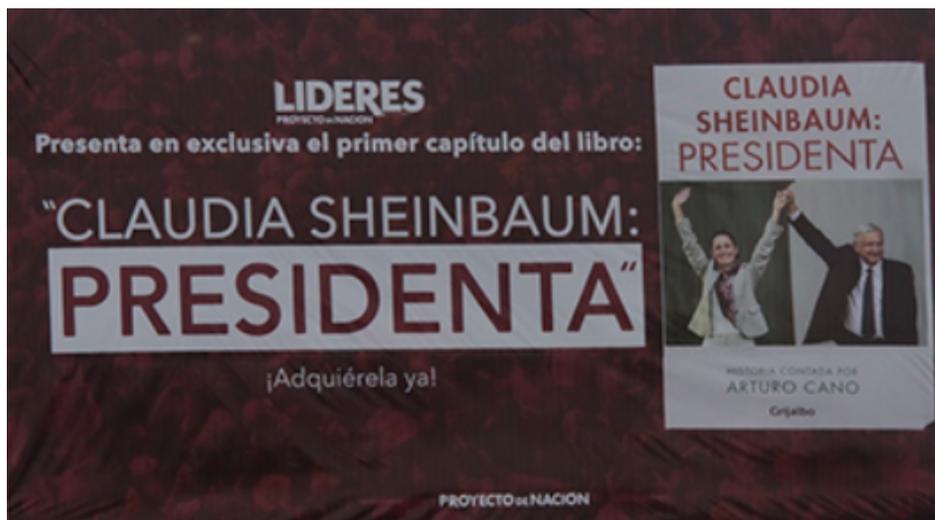
- 24. El contenido de los espectaculares y microperforados que se denuncian en la causa, es el siguiente:

¹³ Véanse los elementos de prueba identificados en el ANEXO ÚNICO con los números 62, 67 y 70.



TRIBUNAL ELECTORAL
del Poder Judicial de la Federación
SALA REGIONAL ESPECIALIZADA

SRE-PSC-183/2024



Descripción de los materiales

En ambos casos se presenta una imagen de la portada del libro "Claudia Sheinbaum: PRESIDENTA" en la cual aparece la imagen de la referida persona tomada de la mano del presidente de la República y levantando los brazos, así como el título del libro, la leyenda "Historia contada por Arturo Cano" y el nombre de la editorial Grijalbo.

Asimismo, se identifica el nombre de la revista "Líderes" y debajo la leyenda "Proyecto de Nación", acompañada de la siguiente invitación: *Presenta en exclusiva el primer capítulo del libro: "Claudia Sheinbaum: PRESIDENTA" ¡Adquiérela ya!*

Elementos contextuales

25. A fin de llevar a cabo el análisis de las infracciones denunciadas, es necesario identificar los elementos contextuales que rodean la elaboración y difusión del material denunciado, como a continuación se expone.
- **Elaboración e impresión del libro “Claudia Sheinbaum: PRESIDENTA”**
26. Como se mencionó, Arturo Cano es autor del referido libro que fue impreso por Penguin Random House y tuvo un tiraje de 20,619 (veinte mil seiscientos diecinueve) ejemplares.
27. Claudia Sheinbaum negó haber participado en su elaboración, difusión o haber dado su autorización para el uso de su imagen, nombre o características y también rechazó haber colaborado con su autor en algún sentido para su configuración.¹⁴
28. En esta línea, las autoridades de administración y finanzas de la administración pública de la Ciudad de México informaron que en sus registros no se encontraban contratos, convenios o acuerdos formalizados con el autor del libro para su elaboración.¹⁵
29. Penguin Random House también negó alguna solicitud externa o contratación para la elaboración del libro por parte de Claudia Sheinbaum e informó que la estrategia para su posicionamiento por parte de esa casa editorial consistió en una agenda de medios con base en la cual se realizaron de tres a cinco entrevistas por día para abordar

¹⁴ Elemento de prueba identificado en el ANEXO ÚNICO con el número 2.

¹⁵ Elemento de prueba identificado en el ANEXO ÚNICO con el número 11.



su contenido.¹⁶

30. En el mismo sentido, Arturo Cano rechazó la existencia de algún acuerdo comercial, de prestación de servicio o la recepción de cualquier contraprestación por parte de la administración pública de la Ciudad de México o de Claudia Sheinbaum para la elaboración del libro de su autoría y refirió que la motivación para tal tarea surgió de su actividad periodística y de la propia trayectoria de la citada persona.¹⁷

31. Así, este órgano jurisdiccional advierte que, de los elementos disponibles en el expediente con motivo de la investigación desplegada por la autoridad instructora, se extrae que la elaboración del libro cuya difusión se denuncia atendió a la motivación personal de su autor, sin que existan constancias que permitan advertir, siquiera de manera indiciaria, que fue el resultado de una solicitud o contratación de terceras personas con alguna finalidad externa a dicha motivación personal.

- **Acuerdo comercial y estrategia de difusión de la revista Líderes**

32. Se ha tenido por acreditado que Ferraez Comunicación recibió una licencia temporal no remunerada de Penguin Random House para promocionar el primer capítulo del libro en la revista Líderes, por lo cual en su edición identificada con el tomo 420, año 32, mayo-junio, publicó un extracto del mismo, con un tiraje de 14,000 (catorce mil) ejemplares y una versión de consulta electrónica.

33. A partir de ello, Ferraez Comunicación desplegó una estrategia de publicidad consistente en la colocación de 202 (doscientos dos)

¹⁶ Elemento de prueba identificado en el ANEXO ÚNICO con el número 4.

¹⁷ Elemento de prueba identificado en el ANEXO ÚNICO con el número 12.

espectaculares, de la siguiente manera:¹⁸

- Contrató la colocación de doscientos anuncios espectaculares con Impactos, Frecuencia y Cobertura.
 - Empleó su convenio de colaboración e intercambio comercial con Soluciones en Vías Comerciales para la colocación de dos anuncios espectaculares.
34. La estrategia de difusión se planeó del veintitrés de junio al veinticinco de julio, pero Ferraez Comunicación decidió terminarla de manera anticipada el seis de julio, por lo cual los anuncios se retiraron en distintas fechas a partir de esa determinación.¹⁹
35. Por su parte, Claudia Sheinbaum negó haber ordenado o contratado la colocación de la publicidad denunciada.²⁰
36. En igual sentido, MORENA refirió que no solicitó o contrató el diseño o impresión de la publicidad, aunado a que no se solicitó a su militancia la colocación o difusión de dichos contenidos.²¹
37. La administración pública de la Ciudad de México informó que no existían contratos para la publicación o difusión de libros con ninguna de las empresas denunciadas.²²
38. En atención a lo expuesto, en el expediente no obran constancias que

¹⁸ Elementos de prueba identificado en el ANEXO ÚNICO con los números 34, 36, 37.

¹⁹ Elementos de prueba identificados en el ANEXO ÚNICO con los números 36 y 47. La propia Ferraez Comunicación informó las fechas de colocación y retiro de cada uno de los anuncios involucrados.

²⁰ Elementos de prueba identificados en el ANEXO ÚNICO con los números 18 y 23.

²¹ Elemento de prueba identificado en el ANEXO ÚNICO con el número 22.

²² Elemento de prueba identificado en el ANEXO ÚNICO con el número 44.



pongan de manifiesto que la difusión del primer capítulo del libro “Claudia Sheinbaum: PRESIDENTA” fuera el resultado de alguna petición de la persona sobre la que versa (Claudia Sheinbaum), el partido en el que milita y que la postuló para acceder a la Jefatura de Gobierno (MORENA) o de algún organismo o ente de la administración pública que encabezaba (Ciudad de Mexico).

39. Tampoco se tienen elementos que pongan de manifiesto que hubiera sido una solicitud ajena al acuerdo realizado entre Penguin Random House y Ferraez Comunicación para el beneficio comercial entre ambas empresas, consistente en el posicionamiento del libro editado por la primera y la captación de una mayor audiencia en la revista propiedad de la segunda.
40. Por tanto, este órgano jurisdiccional determina que, hasta este punto, es válido presumir que la publicidad emitida para difundir un extracto del primer capítulo del libro que nos ocupa corresponde a un ejercicio de comercio ordinario consistente en el posicionamiento de contenidos, tanto para la generación de adeptos o de un auditorio interesado como para el consumo de materiales.
41. Ahora, derivado de las diligencias de investigación desplegadas por la autoridad instructora se advierte que Ferraez Comunicación remitió un informe en el que señaló los contenidos centrales que publicó en su revista de enero a junio, consistentes en entrevistas al exgobernador de Michoacán, Silvano Aureoles Conejo, a la entonces jefa de gobierno, así como al exgobernador de Chiapas y senador de la República, Manuel Velasco.²³

²³ Elemento de prueba identificado en el ANEXO ÚNICO con el número 6.

42. También se cuenta con un acta circunstanciada realizada por la autoridad instructora en la que dio cuenta con diversas ediciones de la referida revista de 2022 y 2023, cuyas portadas y temáticas anunciadas esencialmente consistieron en lo siguiente:²⁴

- Título ***Mujeres de poder***, en cuya portada aparecen Claudia Sheinbaum, Xóchitl Gálvez, Rosa Icela Rodríguez, Beatriz Paredes, Evelyn Salgado, Ivonne Ortega, Lili Campos, Sandra Cuevas, Patricia Lobeira y Clara Brugada.
- Título ***Ricardo Monreal Ávila, Capacidad para continuar la transformación***, en cuya portada aparece el referido senador de la República.
- Título ***Sandra Cuevas, Alcaldesa de mil batallas***, en cuya portada aparece la exalcaldesa de Cuauhtémoc, Ciudad de México.
- Título ***Justicia en la balanza***, en cuya portada aparecen las magistradas y magistrados federales y locales, así como ministras y ministros de la Suprema Corte de Justicia de la Nación.
- Título ***Marcelo Ebrard, Cuarta Transformación***, en cuya portada aparece el exsecretario de relaciones exteriores.
- Título ***Honestidad que da resultados, Claudia Sheinbaum***, en cuya portada aparece la entonces jefa de gobierno.
- Título ***Por amor a México Silvano, ¡Claro que sí!***, en cuya portada aparece el exgobernador de Michoacán.
- Título ***Manuel Velasco, México nos une***, en cuya portada aparece el referido senador de la República.
- Título ***Claudia Sheinbaum, Seguridad con resultados***, en cuya portada aparecen la entonces jefa de gobierno, la exfiscal y el

²⁴ Elemento de prueba identificado en el ANEXO ÚNICO con el número 8.



exsecretario de seguridad de la Ciudad de México.

- Título **Alba Medina, Mi color es México**, en cuya portada aparece la referida empresaria.
- Título **Cero impunidad, Ricardo Mejía**, en cuya portada aparece el exsubsecretario federal de seguridad y protección ciudadana.
- Título **Gobernador@s de México**, en cuya portada aparecen algunos diseños asociados a ese título.
- Título **Sandra Cuevas, La mujer que ganó el corazón de México**, en cuya portada aparece la exalcaldesa de Cuauhtémoc, Ciudad de México.
- Título **Alejandro Murat, Soy la mejor opción por el 2024**, en cuya portada aparece el referido exgobernador de Oaxaca.
- Título **Ricardo Monreal, La transformación desde el Senado de la República**, en cuya portada aparece el citado senador.
- Título **Alejandra del Moral, Una mujer inquebrantable**, en cuya portada aparece la excandidata a la gubernatura del Estado de México.
- Título **Sergio Gutiérrez Luna, Veracruzano presidente del Congreso de la Unión**, en cuya portada aparece el referido diputado federal.
- Título **Las siete fuerzas políticas y sus visiones**, en cuya portada aparecen las y los presidentes nacional de los partidos políticos con igual tipo de registro.

43. Así, este órgano jurisdiccional también extrae que la revista Líderes dedica sus ediciones de manera cotidiana y preponderante a la difusión de contenidos asociados a personajes relevantes en la vida pública en general y política en particular, a nivel nacional y local, respecto de representantes o integrantes de los distintos partidos y grupos políticos

en nuestro país. Esto es acorde con el contenido cuya difusión se denuncia en este caso, relativo a la portada de un libro que versa sobre Claudia Sheinbaum y sus presuntas aspiraciones públicas.²⁵

44. Ello pone de manifiesto que este ejercicio de difusión tuvo un contenido que guarda correspondencia sustancial con la línea editorial empleada por dicha empresa de comunicación, conforme a los contenidos mostrados con anterioridad.
45. Ahora, respecto de la estrategia de difusión de dicho contenido, en el expediente obran constancias por las cuales se deja de manifiesto, por ejemplo, que en el caso de la edición identificada con el tomo 409, año 32, enero-febrero, en que se publicó la entrevista al ex gobernador de Michoacán, para su estrategia de posicionamiento comercial Ferraez Comunicación también contrató los servicios de Impactos, Frecuencia y Cobertura, para promocionarla con una vigencia indefinida en sesenta y un anuncios espectaculares de diversos estados de la República, veinte autobuses de la Ciudad de México, cuarenta de Jalisco y veinte más de Monterrey.²⁶
46. En esta misma línea, constituye un hecho notorio para este órgano jurisdiccional²⁷ que en la edición del tomo 391, año 31, julio-agosto, en que se entrevistó al exgobernador de Oaxaca, Ferraez Comunicación desplegó una estrategia de difusión que involucró la contratación con distintas empresas para la colocación de vallas móviles, pantallas tipo

²⁵ En atención a estos contenidos de carácter político que la referida revista difunde, se han presentado diversas impugnaciones ante este órgano jurisdiccional como las que se señalan en el escrito de queja de este expediente; sin embargo, ello no pone de manifiesto por sí mismo un actuar sistemático de posicionamiento indebido por parte de dicho medio como de manera genérica se plantea en la queja, puesto que los ejercicios de difusión de las distintas ediciones de esta revista deben valorarse conforme al contenido, elementos de prueba y particularidades de cada procedimiento, como en el presente caso se realiza.

²⁶ Elemento de prueba identificado en el ANEXO ÚNICO con el número 8.

²⁷ En términos del artículo 461 de la Ley Electoral, puesto que los datos que se citan obran en el expediente SRE-PSC-3/2023.



LED, anuncios espectaculares, lonas en puentes peatonales y carteleras en distintas entidades federativas de la República.

47. Conforme a lo expuesto, se advierte que la estrategia de difusión empleada respecto de la edición que se denuncia en este procedimiento resulta sustancialmente análoga a otros ejercicios en que Ferraez Comunicación buscó posicionar otras ediciones, por lo cual no se advierte que en este caso se hubieran desplegado acciones desconocidas o atípicas para dicha empresa en el marco de sus actividades de difusión comercial.

48. En consecuencia, esta Sala Especializada determina que la estrategia de difusión que aquí se analiza constituyó un ejercicio comercial ordinario, que no devisa alguna conducta extraordinaria o irregular respecto de la actividad cotidiana que las empresas involucradas desempeñan y respecto del cual no obran elementos que desvirtúen la presunción de que su finalidad fue la de captar mayores adeptos y generar la venta o consumo de sus productos.

- **Microperforados en vehículos de transporte urbano en Guerrero**

49. Se ha acreditado que Alfredo Labastida Aquique contrató a Idea Colors la colocación de microperforados en 4 (cuatro) vehículos del transporte público y dicha empresa contrató, a su vez, con Promotora Pantera la elaboración y arrendamiento del referido material.

50. En este punto, Claudia Sheinbaum y MORENA también negaron haber solicitado o contratado la colocación de la publicidad que nos ocupa, aunado a que el partido político rechazó haber pedido a su militancia

que realizara tal acción.²⁸

51. Ferraez Comunicación rechazó que, como parte de su campaña publicitaria, la revista Líderes hubiera contratado microperforados, por lo cual no reconoció como propio el contenido de la publicidad colocada en las cuatro unidades de transporte en Guerrero.²⁹
52. Por su parte, Promotora Pantera, empresa responsable de la colocación del microperforado, Idea Colors, empresa que la contrató para tal servicio, y Alfredo Labastida Aquique, quien solicitó el servicio, negaron haber recibido solicitud o contratado con Ferraez Comunicación, Claudia Sheinbaum, María Portillo o MORENA para la colocación de dicho material.³⁰
53. En el caso del solicitante Alfredo Labastida Aquique, el Registro Federal de Electores del INE no encontró un registro para su identificación, aunado a que Idea Colors señaló que únicamente le había expedido una nota de pago, dado que no solicitó factura, por lo cual no contaba con su domicilio o datos fiscales.³¹
54. Aunado a ello, al tratarse de la difusión de un material presuntamente comercial, la jefa del departamento jurídico de la Comisión Técnica de Transporte y Vialidad del estado de Guerrero informó que no existe una prohibición para tal efecto, por lo cual no se cuenta con un registro de los vehículos que portaron dicha publicidad.³²
55. De acuerdo con la información expuesta, en este caso se observa que

²⁸ Elementos de prueba identificados en el ANEXO ÚNICO con los números 22 y 23.

²⁹ Elementos de prueba identificados en el ANEXO ÚNICO con los números 35, 47 y 72.

³⁰ Elementos de prueba identificados en el ANEXO ÚNICO con los números 62 y 67.

³¹ Elementos de prueba identificados en el ANEXO ÚNICO con los números 68 y 70.

³² Elemento de prueba identificado en el ANEXO ÚNICO con el número 25.



en el expediente únicamente se tiene por acreditado que el solicitante de la colocación de los cuatro microperforados fue Alfredo Labastida Aquique, pero no obran sus datos de identificación y tampoco se encuentra acreditado que Ferraez Comunicación o Penguin Random House le hubieran contratado para realizar dicha publicidad.

56. En línea con lo anterior, si bien ello pudiera generar algún conflicto comercial de uso no autorizado de marca o de producto tanto en el caso del libro “Claudia Sheinbaum: PRESIDENTA” como de la revista Líderes, lo cierto es que para efectos electorales cobra relevancia el hecho de que en el expediente no obran constancias que permitan acreditar algún vínculo entre las personas involucradas en su impresión y colocación y Claudia Sheinbaum o MORENA, puesto que son presuntamente dichas personas quienes recibirían los réditos de un posicionamiento electoral indebido a partir de dicha publicidad.

- **Ausencia de filiación partidista**

57. Arturo Cano negó ser militante de partido político alguno y la autoridad instructora certificó que no está registrado como afiliado de MORENA, por lo cual no se acreditó alguna relación partidista de militancia activa con el citado partido político, mismo que postuló a Claudia Sheinbaum para acceder al cargo de jefa de gobierno y que eventualmente participó en el proceso de selección interna para elegir candidatura a la Presidencia de la República.³³
58. Lo mismo aconteció en el caso de María Portillo, respecto de quien MORENA negó que estuviera afiliada a su partido, lo cual se constató por la autoridad instructora mediante acta circunstanciada, aunado a

³³ Elementos de prueba identificado en el ANEXO ÚNICO con los números 9 y 12.

que ella misma negó tener simpatía por cualquier partido político.³⁴

- **Conclusión preliminar**

59. A partir de los elementos contextuales que fueron descritos conforme a las constancias que se encuentran disponibles para el análisis de este órgano jurisdiccional, se concluye de manera preliminar que:

- El libro “Claudia Sheinbaum: Presidenta” se originó a partir de la motivación individual de su autor, cuyo trabajo fue contratado por una casa editorial con la cual había trabajado en ocasiones anteriores.
- La difusión del primer capítulo del libro fue el resultado de un acuerdo entre dos empresas privadas, para su beneficio comercial.
- De las diligencias desahogadas por la autoridad instructora no se extrae algún vínculo entre el autor del libro y las empresas involucradas en su difusión con Claudia Sheinbaum, MORENA o las entidades que conforman la administración pública de la Ciudad de México.

60. Estos elementos y las conclusiones anunciadas servirán de base común para el análisis de las infracciones involucradas en la causa.

I. Actos anticipados de precampaña y campaña

A. Marco normativo y jurisprudencial aplicable

³⁴ Elementos de prueba identificados en el ANEXO ÚNICO con los números 46, 51 y 61.



61. La Sala Superior ha desarrollado una línea jurisprudencial en la que ha definido que los actos anticipados de precampaña y campaña se configuran a partir de tres elementos:³⁵

a) **Temporal.** Siguiendo lo dispuesto en la ley, ha establecido que los actos o expresiones se deben realizar antes de la etapa de campañas (anticipados de campaña) o entre el inicio del proceso y antes de que inicien las precampañas (anticipados de precampaña).³⁶

b) **Personal.** Los actos o expresiones se realizan por partidos políticos, su militancia, aspirantes o precandidaturas y en el contexto del mensaje se advierten voces, imágenes o símbolos que hacen plenamente identificables a las personas sobre las que versan.³⁷

c) **Subjetivo.** Los actos o expresiones revelan la intención de llamar a votar o pedir apoyo a favor o en contra de cualquier persona o partido político, para contender en el ámbito interno (determinación de candidaturas) o en el proceso electoral, o bien, que de dichas expresiones se advierta la finalidad de promover u obtener la postulación a una precandidatura, candidatura o cargo de elección popular.

62. Respecto del elemento subjetivo ha determinado que para su análisis y

³⁵ Véase a manera de ejemplo las sentencias emitidas en los expedientes SUP-REP-502/2021, SUP-REP-489/2021 y acumulado y SUP-REP-680/2022.

³⁶ Tesis XXV/2012 de rubro "ACTOS ANTICIPADOS DE PRECAMPAÑA Y CAMPAÑA. PUEDEN DENUNCIARSE EN CUALQUIER MOMENTO ANTE EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL". Respecto de este elemento la Sala ha señalado que cuando las conductas se verifiquen fuera del proceso electoral, se debe atender a su proximidad y sistematicidad SUP-REP-822/2022 y SUP-REP-145/2023.

³⁷ Respecto de las personas servidoras públicas, la Sala ha establecido condiciones específicas para la acreditación de este elemento en el SUP-JE-292/2022 y acumulado.

eventual acreditación se deben configurar dos cuestiones:³⁸ i) las expresiones deben ser explícitas o inequívocas (equivalentes funcionales)³⁹ para buscar el apoyo o rechazo de una opción política y ii) deben trascender al conocimiento de la ciudadanía.

63. El abordaje de probables equivalentes funcionales de apoyo o rechazo debe garantizar el análisis integral y contextual del mensaje involucrado en la causa.⁴⁰
64. Estos elementos buscan acotar la discrecionalidad y generar certeza sobre los actos que se estiman ilícitos, maximizar el debate público y facilitar el cumplimiento de los fines de los partidos políticos, así como el diseño de su estrategia electoral y el desarrollo de sus actividades.⁴¹

B. Caso concreto

Elemento personal

65. En este caso ha quedado acreditado que Claudia Sheinbaum no tuvo una participación en la elaboración o difusión del material denunciado, por lo cual no puede sostenerse que se acredite este elemento respecto de su implicación directa en dichas actividades.

³⁸ 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)”.

³⁹ Véanse las sentencias emitidas en los expedientes SUP-JRC-194/2017, SUP-REP-146/2017, SUP-REP-159/2017, así como SUP-REP-594/2018 y acumulado. La metodología para analizar este tipo de manifestaciones se estableció en los expedientes SUP-REC-803/2021 y SUP-REC-806/2021.

⁴⁰ La Sala ha establecido que un *riguroso análisis contextual* debe verificar si se busca la continuidad de una política o presentación de plataforma electoral; si existe sistematicidad en las conductas; o si existen expresiones de terceras personas que mencionen a las personas involucradas como probable precandidata o candidata SUP-REP-535/2022 y SUP-REP-574/2022.

⁴¹ Véanse las sentencias emitidas en los expedientes SUP-JRC-194/2017, el SUP-REP-10/2021, SUP-JE-21/2022 y SUP-REP-608/2022.



66. Ahora, en el expediente también se ha tenido por acreditado que terceras personas participaron en la elaboración y difusión tanto del libro como de la revista involucrados, aunado a que de su contenido se observa que emplearon el nombre y la imagen de Claudia Sheinbaum.
67. No obstante, como se ha expuesto, en el expediente no obra elemento de prueba que actualice un nexo entre la antes citada y el autor del libro o cualquiera de las personas implicadas en su difusión y la de la revista Líderes, por lo cual tampoco se podría tener por acreditado este elemento personal respecto de Claudia Sheinbaum, por alguna participación indirecta para recibir algún beneficio indebido.
68. En lo que concierne a Ferraez Comunicación, Penguin Random House, Impactos, Frecuencia y Cobertura, Soluciones en Vías Comerciales, Promotora Pantera, Idea Colors y María Portillo, se observa que se trata de personas físicas y morales de las cuales no se acreditó algún tipo de relación con Claudia Sheinbaum o MORENA que pudiera poner de manifiesto, por una parte, alguna calidad específica con la que hubieran realizado las conductas analizadas como militantes o simpatizantes de dichas opciones políticas y, por otra, alguna estrategia indebida de posicionamiento del mensaje denunciado.
69. En consecuencia, se trata de personas ciudadanas o personas morales privadas que no cuentan con una especial cualificación que permita tener por acreditado el elemento personal de los actos anticipados, pues atendiendo a la razón esencial del criterio de la Sala Superior que ha sido citado, las personas que no cuentan con un carácter como los señalados por dicho órgano jurisdiccional, tampoco obran como sujeto activo de la infracción en comento, por lo cual no les es oponible este tipo de conducta.

70. Por último, el director de transporte de Guerrero es un servidor público que no generó acciones de posicionamiento electoral personal, por lo cual no es sujeto activo de esta infracción en los términos que han sido expuestos, aunado a que no participó directa ni indirectamente en las actividades de elaboración o difusión del material denunciado, por lo cual tampoco se acredita este elemento respecto de dicha persona.
71. Ahora, si bien no se ha tenido por configurado el elemento personal de los actos anticipados de precampaña y campaña respecto de ninguna de las publicaciones involucradas, siguiendo el proceder empleado por esta Sala Especializada en casos anteriores⁴² se analizarán los restantes elementos de la infracción.

Elemento temporal

72. La Sala Superior estableció que el elemento temporal es el período en el cual ocurren los hechos y puede acontecer con anterioridad a las campañas o incluso antes del inicio del proceso electoral⁴³.
73. Por tanto, si la difusión del material denunciado se llevó a cabo a partir de junio y el proceso comenzó la primera semana de septiembre, las conductas denunciadas se llevaron a cabo antes del inicio del proceso electoral federal, por lo cual **se actualiza el elemento temporal** de la infracción.

Elemento subjetivo

74. La portada del libro que obra en los anuncios espectaculares y en el

⁴² Véanse a manera de ejemplo la sentencia emitida en los expedientes SRE-PSC-31/2023, SRE-PSC-41/2023 y acumulado.

⁴³ SUP-REP-108/2023.



microperforado en que se promocionó la revista Líderes, presenta la imagen y el nombre de Claudia Sheinbaum, pero de su contenido no se extrae alguna solicitud expresa o explícita de apoyo o voto en su favor, puesto que no se señala “apoya a”, “vota por” o se realiza alguna mención directa del actual proceso electoral federal.

75. Dicho esto, en un segundo plano de análisis, este órgano jurisdiccional considera que el contenido de los anuncios espectaculares y de los microperforados que nos ocupan tampoco se traducen en equivalentes funcionales de alguna solicitud de índole electoral como *apoya o vota por Claudia Sheinbaum para ser presidenta de la República* o en un uso fraudulento de la libertad de expresión como se señaló en la queja, conforme a lo siguiente.
76. En el material denunciado se señala “Claudia Sheinbaum: PRESIDENTA” y una imagen en la que aparece la referida tomada de la mano del presidente de la República y levantando los brazos, pero debemos recordar que ello corresponde al título del libro escrito por Arturo Cano y a su portada que fue materia de contratación por Penguin Random House.
77. En ese sentido, se trata de un contenido ligado a la difusión de un trabajo editorial que, como ya se ha tenido por acreditado, formó parte de una relación comercial entre empresas privadas tendente a posicionar productos para su consumo (el libro y la revista Líderes).
78. Así, se trató de contenido difundido por terceras personas respecto del cual, inicialmente, Claudia Sheinbaum no es responsable,⁴⁴ puesto que no se acreditó su participación en la configuración de dicho mecanismo

⁴⁴ Así lo determinó Sala Superior al resolver los expedientes SUP-REP-535/2022 y SUP-REP-574/2022.

de posicionamiento de contenidos.

79. Ahora, de las constancias que obran en el expediente y de los elementos contextuales que fueron descritos en esta sentencia tampoco se advierte que se hubiera desplegado algún mecanismo de posicionamiento electoral velado o indirecto de Claudia Sheinbaum, como se explica.⁴⁵
80. En principio, debemos recordar que la estrategia de difusión de los contenidos denunciados se desahogó a partir del veintitrés de junio, es decir, con posterioridad al dieciséis de junio, fecha en que el Congreso de la Ciudad de México aprobó la separación definitiva de Claudia Sheinbaum a su cargo de jefa de gobierno para participar en el procedimiento de selección de la persona titular de la *Coordinación Nacional de los Comités de Defensa de la Transformación 2024-2030*.⁴⁶
81. Dicho procedimiento dio inicio con la celebración de la sesión extraordinaria del Consejo Nacional de Morena de once de junio en la que se aprobó el acuerdo⁴⁷ en el que se establecieron los términos y etapas para la elección de la persona titular de la referida Coordinación y que culminó el seis de septiembre en que se dieron a conocer los

⁴⁵ Los datos que a continuación se citan con relación al proceso interno que desplegó MORENA para elegir a la persona coordinadora de los Comités de Defensa de la Cuarta Transformación, constituyen un hecho notorio al haberse citado por este órgano jurisdiccional al resolver el expediente SRE-PSC-138/2023.

⁴⁶ Lo cual constituye un hecho notorio en términos del artículo 461 de la Ley Electoral y del criterio I.3º.C.35K de rubro "PÁGINAS WEB O ELECTRÓNICAS. SU CONTENIDO ES UN HECHO NOTORIO Y SUSCEPTIBLE DE SER VALORADO EN UNA DECISIÓN JUDICIAL", *Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta*, libro XXVI, tomo 2, noviembre 2013, página 1373, al obrar en la página oficial del Congreso de la Ciudad de México. Véanse las ligas electrónicas:

<https://www.congresocdmx.gob.mx/media/documentos/29474e757301fdab70c169aac1dc189858cc5c49.pdf> y <https://congresocdmx.gob.mx/comsoc-congreso-capitalino-avalo-relevotitular-jefatura-gobierno-4553-1.html>

⁴⁷ "ACUERDO DEL CONSEJO NACIONAL DE MORENA PARA QUE DE MANERA IMPARCIAL, DEMOCRÁTICA, UNITARIA Y TRANSPARENTE SE LOGRE PROFUNDIZAR Y DAR CONTINUIDAD A LA CUARTA TRANSFORMACIÓN DE LA VIDA PÚBLICA DE MÉXICO".



resultados de las encuestas correspondientes.⁴⁸

82. Tal como lo señaló la Sala Superior,⁴⁹ ese procedimiento fue un mecanismo partidista para preparar la estrategia de participación en el proceso electoral federal en curso, que no solo se limitó a la militancia de MORENA, sino a la del Partido del Trabajo y Partido Verde Ecologista de México y en el que, entre otras personas, Claudia Sheinbaum contendió para obtener dicho puesto (aspirante material a contender por la Presidencia de la República).
83. Con base en lo expuesto, se puede señalar que la estrategia de difusión de la revista Líderes que versaban sobre el libro “Claudia Sheinbaum: PRESIDENTA”, se emitió en el contexto de su participación dentro del proceso partidista para seleccionar a la persona titular de la *Coordinación Nacional de los Comités de Defensa de la Transformación 2024-2030*, el cual fue avalado por la Sala Superior como un ejercicio de autodeterminación de los partidos políticos involucrados, directamente relacionado o vinculado con el proceso electoral federal 2023-2024.
84. No obstante, la utilización de la palabra *presidenta* ligada al nombre de Claudia Sheinbaum no se tradujo en un equivalente funcional o llamado inequívoco de apoyo o posicionamiento electoral de esta última en el actual proceso electoral, puesto que ya se ha referido que:
 - La difusión del primer capítulo del libro fue el resultado de un acuerdo entre dos empresas privadas, para su beneficio comercial, sin que obren elementos de prueba que lleven a

⁴⁸ Sentencia emitida en el expediente SUP-REP-180/2023 y acumulado.

⁴⁹ Sentencia emitida en el expediente SUP-JDC-255/2023 y acumulado.

desvirtuar dicha consideración.

- De las diligencias desahogadas por la autoridad instructora no se extrae algún vínculo entre el autor del libro y las empresas involucradas en su difusión con Claudia Sheinbaum, MORENA o las entidades que conforman la administración pública de la Ciudad de México.

85. Así, esta Sala Especializada no advierte la configuración de un actuar sistemático en el que se involucrara Claudia Sheinbaum para buscar identificarse frente a la ciudadanía en general como la opción a elegir para renovar la Presidencia de la República, puesto que, al no acreditarse su nexo, directo o indirecto, en la elaboración y difusión del referido material, se trata de expresiones de empresas privadas que no exceden de su ámbito comercial.
86. En consecuencia, no estamos ante personas a las que les sea oponible una especial cualificación que haga que sus expresiones sean susceptibles de actualizar la infracción, al no tratarse de conductas que tengan prohibido realizar en condiciones como las que aquí se han descrito y tampoco se actualiza el elemento subjetivo de esta infracción.
87. Por lo expuesto son **inexistentes los actos anticipados de precampaña y campaña** imputados en la causa a todas las personas denunciadas.⁵⁰

II. Promoción personalizada

A. Marco normativo y jurisprudencial aplicable

⁵⁰ Una determinación análoga se adoptó al resolver el expediente SRE-PSC-89/2024.



88. El artículo 134, párrafo octavo, de la Constitución, señala que 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 niveles de gobierno, **deberá tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social**, además de que en ningún caso esta propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen **promoción personalizada** de cualquier persona servidora pública⁵¹.
89. La Sala Superior ha identificado que este párrafo regula dos tópicos: uno de carácter enunciativo que se limita a especificar lo que deberá entenderse como propaganda del Estado y otro que dispone la prohibición de emplear dicha propaganda para la promoción personalizada de personas en el servicio público.⁵²
90. En línea con esto, también ha definido⁵³ que no toda propaganda institucional que de alguna manera utilice la imagen o el nombre de una persona servidora pública, pueda catalogarse como promoción personalizada, puesto que se debe analizar si los elementos que contiene constituyen una verdadera vulneración a los principios de imparcialidad y equidad en los procesos electorales.
91. Así, la promoción personalizada se actualiza cuando se satisfagan estos elementos:⁵⁴

- **Personal.** Supone la emisión de voces, imágenes o símbolos que

⁵¹ Además, la propaganda gubernamental y la promoción personalizada se regulan en los siguientes: artículos 5, inciso f), y 9, fracción I de la Ley General de Comunicación Social; 159, párrafo 4; 226, párrafo 5; 372, párrafo 2; y 447, párrafo primero, inciso b) de la Ley Electoral;

⁵² Sentencia emitida en los expedientes SUP-REP-37/2019 y acumulados.

⁵³ Expediente SUP-RAP-43/2009.

⁵⁴ Jurisprudencia de la Sala Superior 12/2015 de rubro "PROPAGANDA PERSONALIZADA. ELEMENTOS PARA IDENTIFICARLA", en relación con lo resuelto en el SUP-REP-229/2023.

hagan plenamente identificable a la persona servidora pública.

- **Objetivo.** Impone el análisis del contenido del mensaje para determinar si de manera efectiva revela el ejercicio prohibido de promoción personalizada.
- **Temporal.** Impone presumir que la propaganda emitida dentro de un proceso electoral tuvo el propósito de incidir en la contienda, sin excluir que la infracción puede suscitarse fuera del mismo, caso en el cual se deberá analizar su proximidad con el debate para determinar la incidencia o influencia correspondiente.

B. Caso concreto

Elemento personal

92. No se tiene por actualizado este elemento porque si bien en todos los anuncios espectaculares y los microperforados materia de denuncia es plenamente identificable el nombre y la imagen de Claudia Sheinbaum, la estrategia para su difusión inició el veintitrés de junio que, como ya se señaló en esta sentencia, fue posterior a la fecha en que se otorgó la licencia a la entonces jefa de gobierno (dieciséis de junio) para dejar su cargo, por lo cual no tenía la calidad de persona servidora pública en dicho momento.

Elemento objetivo

93. A fin de proveer sobre este elemento, la Sala Superior ha definido⁵⁵ que la promoción personalizada de una persona servidora pública, constituye todo aquel elemento gráfico o sonoro que se presente a la

⁵⁵ Sentencia emitida en el expediente SUP-REP-393/2023.



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 la persona 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.**

94. La misma Sala Superior ha establecido que, en el caso de esta propaganda que se ha entendido como *gubernamental*, este último término sólo constituye un adjetivo para calificar algo perteneciente o relativo al gobierno como pieza angular del Estado, sin que exija alguna cualidad personal de quien la emite. De esta forma, existe propaganda gubernamental cuando el mensaje se relaciona con **informes, logros de gobierno, avances o desarrollo económico, social, cultural o político, o beneficios y compromisos cumplidos por parte de algún ente público y no solamente cuando la propaganda sea difundida, publicada o suscrita por órganos o sujetos de autoridad o financiada con recursos públicos, que no pueda considerarse una nota informativa o periodística.**⁵⁶

95. En ese sentido, no es necesario que se acredite la difusión de

⁵⁶ Al respecto, se ha señalado que, en sentido estricto, la propaganda gubernamental “es aquella que es difundida, publicada o suscrita por cualquiera de los poderes federales o estatales, como de los municipios, órganos de Gobierno de la Ciudad de México, o cualquier otro ente público cuyo contenido esté relacionado con informes, logros de Gobierno, avances o desarrollo económico, social, cultural o político, o beneficios y compromisos cumplidos”. Véase lo sustentado entre otros, al resolver los expedientes SUP-REP-619/2022, SUP-REP-151/2022 y acumulados, SUP-REP-109/2019 y SUP-JE-23/2020.

propaganda gubernamental en sentido estricto (emitida directamente por un ente público) para dilucidar si se actualiza o no la promoción personalizada, pues lo relevante es atender a su **contenido** y al **contexto de su difusión**.⁵⁷

96. En el presente caso, del contenido de los anuncios espectaculares y de los microperforados no se extrae que se hubiera señalado alguna acción o logro de la gestión de Claudia Sheinbaum cuando fue jefa de gobierno, ni alguna referencia indirecta a la administración pública que encabezó, puesto que únicamente se identificó su nombre, su imagen y la invitación a adquirir la revista Líderes en la que se dio cuenta con el primer capítulo de un libro sobre su persona, por lo cual dicho contenido no satisface las exigencias para ser susceptible de calificarse como un ejercicio de promoción personalizada.
97. Además, si bien es cierto que se hacen manifestaciones sobre su persona, lo cierto es que ha quedado acreditado que ni ella ni ninguna persona servidora pública fue la encargada de su elaboración y difusión, por lo cual, conforme lo ha establecido Sala Superior en su línea jurisprudencial⁵⁸ no se cumple ese presupuesto indispensable para la configuración de ese elemento.
98. En consecuencia, tampoco se satisface este elemento de la infracción.

Elemento temporal

99. Por último, este elemento tampoco se satisface porque, tal como se ha

⁵⁷ La propaganda es susceptible de difundirse por cualquier medio de comunicación que permita el conocimiento social sobre su contenido. Véase lo resuelto en el expediente SUP-REP-151/2022 y acumulados, así como la Jurisprudencia 17/2016 de rubro *INTERNET. DEBE TOMARSE EN CUENTA SUS PARTICULARIDADES PARA DETERMINAR INFRACCIONES RESPECTO DE MENSAJES DIFUNDIDOS EN ESE MEDIO.*

⁵⁸ Véase lo resuelto en el SUP-REP-393/2023.



señalado, las publicaciones denunciadas no se tradujeron en el posicionamiento personalizado indebido de Claudia Sheinbaum y, al haberse emitido fuera del actual proceso electoral federal, no se desvirtuó la presunción inicial de que no influyeron en el mismo.

100. Así, en atención a que no se acreditaron la totalidad de elementos que integran esta infracción, es **inexistente la promoción personalizada imputada en la causa.**

III. Uso indebido de recursos públicos y vulneración a los principios de neutralidad y equidad

A. Marco normativo y jurisprudencial aplicable

101. La Constitución dispone que las personas servidoras públicas 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.⁵⁹
102. Impone un deber de actuación a las personas en el servicio público, consistente en observar un **actuar imparcial en el empleo de los recursos públicos**. A dicha obligación subyace el deber de tutela al principio de equidad en la contienda electoral.
103. La Sala Superior ha determinado⁶⁰ que esta disposición constitucional impone deberes específicos a las personas servidoras públicas de los tres niveles de gobierno, relativos a abstenerse de utilizar recursos

⁵⁹ Artículo 134, párrafo séptimo.

⁶⁰ Sentencia emitida en el expediente SUP-REP-163/2018.

públicos, esto es, humanos, materiales y económicos.

104. Ahora, si bien el precepto constitucional en cita hace referencia a que los recursos públicos sean utilizados sin influir en la contienda electoral, también es posible desprender la exigencia de que se dé una **actuación imparcial de las personas servidoras públicas, con el objeto de que ningún partido, candidatura o coalición obtenga algún beneficio que pueda afectar el equilibrio que debe imperar en una contienda electoral.**⁶¹
105. En este sentido, la Ley Electoral⁶² establece como conducta sancionable a las personas en el servicio público, el incumplimiento al principio constitucional de imparcialidad antes señalado, cuando tal conducta afecte la equidad en la competencia.
106. Así, la Sala Superior ha establecido que la vulneración a la imparcialidad en una contienda electoral está sujeta a la actualización de un **supuesto objetivo necesario**, consistente en que **el proceder de las personas servidoras públicas influya o busque influir en la voluntad de la ciudadanía.**⁶³ Esto es, no solo se busca sancionar conductas que por su resultado generen un menoscabo a los referidos principios, sino el que los mismos se puedan poner en riesgo con un actuar indebido.
107. Por su parte, respecto del principio de neutralidad, la misma Sala ha establecido⁶⁴ que exige a todas las personas servidoras públicas que el ejercicio de sus funciones se realice sin sesgos, en cumplimiento

⁶¹ SUP-JRC-678/2015 y SUP-JRC-55/2018.

⁶² Artículo 449, párrafo primero, inciso d).

⁶³ Ver SUP-REP-163/2018 y SUP-REP-88/2019. La Sala expresamente señala que lo que se busca prevenir y sancionar son los actos que puedan *tener un impacto real o poner en riesgo* los principios de equidad en la competencia y legalidad.

⁶⁴ Tesis V/2016 de rubro PRINCIPIO DE NEUTRALIDAD. LO DEBEN OBSERVAR LOS SERVIDORES PÚBLICOS EN EL EJERCICIO DE SUS FUNCIONES (LEGISLACIÓN DE COLIMA).



estricto de la normatividad aplicable, lo cual implica la prohibición de intervenir en las elecciones de manera directa o por medio de otras autoridades o agentes⁶⁵.

108. En el marco de estas obligaciones, existen determinadas personas servidoras públicas que deben observar un **especial deber de cuidado** en el ejercicio de sus funciones, para lo cual se debe atender al nivel de riesgo o afectación que sus conductas pueden generar dependiendo de los siguientes factores: **facultades y capacidad de decisión, nivel de mando, personal a su cargo y jerarquía**.
109. En el caso de los poderes ejecutivos, se ha hecho una distinción entre sus **titulares**⁶⁶ y las personas **integrantes de la administración pública**. Específicamente respecto de **titulares de gubernaturas o de la jefatura de gobierno de la Ciudad de México**, la Sala Superior ha establecido que tiene deber **especial de cuidado respecto de las expresiones que emiten** y que puedan derivar de los principios de imparcialidad y neutralidad, puesto que cuenta con una presencia protagónica en el marco histórico-social en nuestro país y la disposición amplia de recursos públicos (económicos, materiales y humanos).⁶⁷

B. Caso concreto

110. Contrario a lo que se señaló en la queja, de las constancias que obran en el expediente no se extrae que se hubieran empleado recursos públicos, porque:
 - Arturo Cano elaboró el libro difundido por un contrato privado con

⁶⁵ Sentencia emitida en el SUP-REP-21/2018.

⁶⁶ Presencia protagónica en el marco histórico-social mexicano con un poder de mando que le permite disponer de todos los recursos de la administración pública.

⁶⁷ Ver sentencia SUP-REP-163/2018, SUP-REP-64/2023 y SUP-REP-114/2023.

Penguin Random House, por lo cual no se involucraron recursos públicos en su elaboración y dicha casa editorial empleó sus propios recursos para su impresión.⁶⁸

- Asimismo, del informe que remitió la Comisión Nacional Bancaria y de Valores que obra en el expediente se extrae que no existieron movimientos que reportar entre el gobierno de la Ciudad de México y las empresas encargadas de la difusión de los contenidos denunciados, por lo cual tampoco en este punto se observa el uso indebido de recursos públicos.⁶⁹
- Por último, Ferraez Comunicación señaló que los recursos empleados para la contratación de los espectaculares con Impactos, Frecuencia y Coberturas empleó los recursos propios de su actividad comercial y remitió la factura correspondiente, por lo cual se trató de recursos privados.⁷⁰

111. Con base en lo expuesto, se observa que ninguna de las personas o procesos involucrados en la elaboración y difusión del contenido denunciado utilizó recursos públicos, por lo cual no eran aplicables las exigencias constitucionales correspondientes.

112. Por otro lado, tampoco se acredita que Claudia Sheinbaum fuera servidora pública al momento de la comisión de las conductas ni que hubieran participado ella o alguna persona servidora pública en las actividades descritas, por lo cual no estamos ante el ejercicio de cargos públicos que pudieran haberse empleado de manera sesgada, en contra de las exigencias del diverso principio de neutralidad, por lo cual

⁶⁸ Elemento de prueba identificado en el ANEXO ÚNICO con el número 43.

⁶⁹ Elemento de prueba identificado en el ANEXO ÚNICO con el número 69.

⁷⁰ Elemento de prueba identificado en el ANEXO ÚNICO con el número 13.



tampoco se configura una vulneración al mismo.

113. En consecuencia, **es inexistente el uso indebido de recursos públicos y la vulneración al principio de neutralidad en la causa y, por tanto, de la equidad en la competencia del proceso electoral federal.**

IV. Beneficio indebido

114. En la queja se denunció el presunto beneficio electoral indebido que Claudia Sheinbaum obtuvo con motivo de la estrategia de difusión que ha sido analizada, por lo cual, en el juicio electoral emitido en el curso de este procedimiento, esta Sala Especializada determinó que se le debía emplazar en esos términos.
115. A este respecto, la Sala Superior ha validado⁷¹ la imputabilidad del presunto beneficio electoral indebido que una persona pueda obtener con motivo de la comisión de infracciones cometidas por otras personas, concretamente personas del servicio público.
116. No obstante, en el presente caso no se ha tenido por acreditada infracción alguna, por lo cual no existe beneficio que acreditar, en favor de Claudia Sheinbaum o persona alguna, por lo cual es inexistente esa vertiente de responsabilidad.

V. Omisión al deber de cuidado (*culpa in vigilando*)

A. Marco normativo y jurisprudencial aplicable

⁷¹ Véase SUP-REP-616/2022 y acumulado que confirmó el SRE-PSC-143/2022.

117. La Ley General de Partidos Políticos señala como una de las obligaciones de dichos entes ajustar su conducta *y la de sus militantes* a los principios del Estado democrático, respetando la libre participación política de los demás partidos políticos y los derechos de la ciudadanía.
72
118. En concordancia con ello, la Sala Superior ha definido que los partidos políticos tienen la calidad de garantes respecto de las conductas de sus integrantes y simpatizantes, excepción hecha de aquellos momentos en que funjan como personas servidoras públicas.⁷³
119. Así, los partidos políticos cuentan con un mandato legal respecto de las conductas de su militancia y personas simpatizantes, cuyos alcances se deben definir atendiendo a las consideraciones concretas de cada caso.

A. Caso concreto

120. En atención a que se determinó la inexistencia de las infracciones denunciadas, este órgano jurisdiccional considera que no se actualiza la omisión al deber de cuidado de MORENA, puesto que no puede existir una responsabilidad indirecta de conductas que no se configuraron como ilícitos administrativos.

Por lo expuesto y fundado, se

RESUELVE

⁷² Artículo 25.1, inciso a).

⁷³ Jurisprudencia 19/2015, de rubro *CULPA IN VIGILANDO. LOS PARTIDOS POLÍTICOS NO SON RESPONSABLES POR LAS CONDUCTAS DE SUS MILITANTES CUANDO ACTÚAN EN SU CALIDAD DE SERVIDORES PÚBLICOS.*



TRIBUNAL ELECTORAL
del Poder Judicial de la Federación
SALA REGIONAL ESPECIALIZADA

SRE-PSC-183/2024

ÚNICO. Son **inexistentes** las infracciones denunciadas.

NOTIFÍQUESE en términos de la normativa aplicable.

Así lo resolvió la Sala Regional Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación por **unanimidad** de votos de las magistraturas que la integran, con el voto concurrente del magistrado Rubén Jesús Lara Patrón, ante la secretaria 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 2/2023, que regula, entre otras cuestiones, las sesiones presenciales de las Salas del Tribunal Electoral.

ANEXO ÚNICO

Elementos de prueba

- 1. Documental pública.**⁷⁴ Acta circunstanciada instrumentada por la autoridad instructora el diecisiete de julio, con el propósito de verificar y certificar el contenido de dos enlaces electrónicos proporcionados en el escrito de queja, en relación con dos notas periodísticas de los periódicos Reforma y Zócalo, en los que se hace referencia a la colocación de los espectaculares denunciados.
- 2. Documental privada.**⁷⁵ Escrito de Claudia Sheinbaum con el que niega la contratación o colocación de espectaculares por sí o por una tercera persona. Además, que no solicitó u ordenó aparecer en la revista LÍDERES ni participó en la elaboración del libro "Claudia Sheinbaum: Presidenta" o tenía conocimiento si alguna otra persona u organización lo hizo. Negó haber dado autorización para la difusión de su imagen en la revista o libro; en ese sentido, no le fueron tomadas fotografías para su aparición en la portada del libro, y para su elaboración no tuvo interacción con Arturo Cano.
- 3. Documental privada.**⁷⁶ Correo electrónico de veintiocho de julio con el que la coordinadora legal y en derechos de autor de Penguin Random House remitió la versión digital del libro "Claudia Sheinbaum: Presidenta".
- 4. Documental privada.**⁷⁷ Escrito de Penguin Random House, de veintiocho de julio, con el que informa que editó el libro "Claudia Sheinbaum, Presidenta" de Arturo Cano Blanco. Niega la contratación de publicidad en algún medio de comunicación, sin embargo, se otorgó una licencia temporal para el uso y difusión del primer capítulo de la obra "Claudia Sheinbaum: Presidenta"; misma que se celebró el veintiocho

⁷⁴ Hojas 033 a 042 del cuaderno accesorio uno.

⁷⁵ Hojas 085 a 089 del cuaderno accesorio uno.

⁷⁶ Hoja 135 del cuaderno accesorio uno.

⁷⁷ Hojas 136 a 145 y 168 a 176 del cuaderno accesorio uno.



de abril con la empresa Ferraez Comunicación. Claudia Sheinbaum no solicitó la publicación del citado libro ni tenía conocimiento si participó en el diseño de publicidad de la revista LIDERES. Desconoce los términos de todos los actos que ha desarrollado la citada revista. La estrategia publicitaria para el sello Grijalbo es de una agenda de medios y de tres a cinco entrevistas por día en diversos medios de comunicación.

5. **Documental privada.**⁷⁸ Escrito de Penguin Random House, de dieciocho de agosto, con el que manifiesta que la respuesta al acuerdo de veintisiete de julio de la misma anualidad, se entregó dentro de los plazos establecidos.
6. **Documental privada.**⁷⁹ Escrito de Ferraez Comunicación, titular de los derechos de uso exclusivo del medio de comunicación denominado "Lideres Mexicanos", con el que manifiesta que la revista en mención es editada periódicamente con ediciones especiales, cuyo contenido se enfoca a temas de interés público, periodístico e informativo, y su objeto es la libre difusión de las ideas y fomento del debate democrático, además de atraer nuevas personas lectoras. En particular la edición del año 32, tomo 420, correspondiente a los meses mayo y junio, incluyó en exclusiva y con permiso de la editorial Grijalbo el primer capítulo del libro "Claudia Sheinbaum: PRESIDENTA", para ello se generó una campaña publicitaria, que consistió en la colocación de espectaculares en diversas entidades federativas, durante los meses de mayo y junio, y se ejecutó mediante instrumentos contractuales, sin embargo, para el primer capítulo del libro tuvo una duración de un mes en el periodo comprendido del 26 de junio al 25 de julio de 2023, mismo que fue acortado el 6 de julio. La revista tiene un tiraje de 14 mil ejemplares impresos más su versión digital que a la fecha sigue en difusión. Manifiesta que existe un contrato de licencia de uso temporal no

⁷⁸ Hojas 181 y 287 del cuaderno accesorio uno.

⁷⁹ Hojas 188 a 230 y 231 a 285 del cuaderno accesorio uno.

exclusivo y no remunerado con Penguin Random House el cual permite la difusión única y exclusivamente del primer capítulo de la obra en mención. Ninguna persona física o moral solicitó la elaboración de la publicación o edición en comento ni erogó costo alguno para su publicidad. La revista presenta contenidos periodísticos, políticos, sociales y académicos. En los meses de enero a junio se publicitó la revista con los siguientes temas:

- i. Tomo 409, Año 32, enero-febrero 2023. Tema central entrevista con el ex gobernador de Michoacán Silvano Aureoles Conejo.
- ii. Tomo 411, Año 32, marzo 2023.- Tema central entrevista con la jefa de gobierno de la Ciudad de México, Claudia Sheinbaum Pardo.
- iii. Tomo 412, Año 32, abril 2023. Tema central entrevista con ex gobernador del estado de Chiapas y senador de la República, Manuel Velasco Coello.
- iv. Tomo 420, Año 32, mayo-junio 2023. Se publicitó la publicación mediante la presentación en exclusiva, con autorización de la editorial Grijalbo, del primer capítulo del Libro "Claudia Sheinbaum Presidenta", el cual se incluyó íntegramente en sus páginas 78 a 80.
- v. Tomo 420, Año 32, mayo-junio 2023. Tema central entrevista con ex gobernador del estado de Chiapas y senador de la República, Manuel Velasco Coello.

7. Documental pública.⁸⁰ Acta circunstanciada de veintitrés de agosto instrumentada por la autoridad instructora con el objetivo de verificar el contenido de las ligas electrónicas proporcionadas por Ferraez Comunicación, y que se relacionan con el contenido de la revista

⁸⁰ Hojas 296 a 306 del cuaderno accesorio uno.



LIDERES, en su edición del año 32, tomo 420, en relación con la portada de libro "Claudia Sheinbaum Presidenta".

8. **Documental pública.**⁸¹ Acta circunstanciada de veintinueve de agosto instrumentada por la autoridad instructora con el objetivo de verificar el contenido de cinco ligas electrónicas proporcionadas por Ferraez Comunicación, de las que se advirtieron diversas ediciones electrónicas de la revista LIDERES.
9. **Documental pública.**⁸² Acta circunstanciada de veintiséis de septiembre instrumentada por la autoridad instructora con la que se verificó en el portal de afiliados del partido político MORENA, sin encontrar algún registro de Arturo Cano Blanco.
10. **Documental pública.**⁸³ Oficio **DJO/477/2023**, suscrito por la subdirectora de asuntos contenciosos del Instituto Nacional del Derecho de Autor, al que acompañó el Memorándum RD.308.2023, y anexos, en el que el director de reservas de derechos de ese Instituto informa que el número ISBN 978-607-38-3502-2, corresponde al título "Claudia Sheinbaum. Presidenta", mismo que se encuentra en formato impreso, primera edición, bajo la editorial "Penguin Random House Grupo Editorial, S.A. de C.V.", el cual se asignó el veinte de junio de dos mil veintitrés. Igualmente, que Arturo Cano Blanco se encuentra inscrito en el padrón de proveedores.
11. **Documental pública.**⁸⁴ Oficio SG/DGJyEL/DAJ/01301/2023 de veintiséis de septiembre remitido por la Dirección de Asuntos Jurídicos de la Secretaría de Gobierno de la Ciudad de México con el que remite los oficios SG/DGJyEL/DAJ/01291/2023 de la directora general de administración y finanzas en la referida Secretaría y SG/DGAyF/CRMAS/1158/2023 de la coordinadora de recursos

⁸¹ Hojas 385 a 408 del cuaderno accesorio uno.

⁸² Hojas 519 a 523 del cuaderno accesorio uno.

⁸³ Hojas 542 a 552 y 687 a 692 del cuaderno accesorio uno.

⁸⁴ Hojas 554 a 565 del cuaderno accesorio uno.

materiales, abastecimiento y servicios de la Dirección General de Administración y Finanzas en la citada Secretaría, de los que se desprende que derivado de una búsqueda en sus archivos no existe o existió registro respecto a contratos, convenio o acuerdos formalizados con el c. Arturo Cano Blanco, así como con la persona moral Ferraez Comunicación.

12. Documental privada.⁸⁵ Escrito de Arturo Cano Blanco de veintisiete de septiembre con el que niega la celebración de algún contrato, convenio o acuerdo comercial o prestación de servicio con el Gobierno de la Ciudad de México para la difusión de publicidad de cualquier índole o haber recibido algún pago o contraprestación. Igualmente, manifiesta no celebró ningún contrato con Penguin Random House ni con Ferraez Comunicación, para la difusión de publicidad en espectaculares. Asimismo, expuso que no firmó contrato o convenio con Claudia Sheinbaum Pardo por la publicación del libro. Su actividad periodística y la trayectoria de Claudia Sheinbaum lo motivó para escribir el libro a principios de 2019 entregando la versión final en junio de dos mil veintitrés. Niega haber registrado los derechos de autoría del libro "Claudia Sheinbaum: Presidenta", y que no realizó el trámite para los derechos de las fotografías del libro mencionado. El origen de los recursos fue privado, y los proporcionó la editorial. Finalmente, indicó no ser militante de algún partido político.

13. Documental privada.⁸⁶ Escrito de veintiocho de septiembre de Ferraez Comunicación con el manifiesta que fueron doscientos espectaculares contratados con la empresa Impactos, Frecuencia y Cobertura con un rango económico por mes de treinta y seis mil pesos, aunque dado que la campaña sólo duro doce días exhibida ese rango económico estimado es de dieciocho mil pesos, mientras que con la empresa Soluciones en Vías Comerciales fue un total de dos

⁸⁵ Hojas 573 a 576 y 634 a 638 del cuaderno accesorio uno.

⁸⁶ Hojas 578 a 597 del cuaderno accesorio uno.



espectaculares vía intercambio comercial. Niega tener una relación comercial con Naranti México, S.A. de C.V. Los recursos utilizados para el pago del contrato de prestación de servicios celebrado con Impactos, Frecuencia y Cobertura son propios y resultados de su actividad comercial.

14. Documental pública.⁸⁷ Oficio TEPJF-SRE-SGA-3584/2023 de veintiocho de septiembre por el que el secretario general de acuerdos de la Sala Regional Especializada remite el oficio 103-05-07-2023-0972 digitalizado suscrito por el Administrador de Evaluación de Impuestos Internos "7" del Servicio de Administración Tributaria.

15. Documental privada.⁸⁸ Escrito de veinticinco de septiembre de Impactos, Frecuencia y Cobertura, con el que manifiesta que no proporcionó servicio alguno relacionado con la difusión de la revista LIDERES en el mes de marzo.

16. Documental privada.⁸⁹ Escrito de veintisiete de septiembre en el que NARANTI MÉXICO, S.A. DE C.V. manifiesta que no existió vínculo contractual ni prestó servicio publicitario o contratación de espacios publicitarios a Ferraez Comunicación, para la difusión de la revista "Líderes Mexicanos" para la edición 32, tomo 420, de los meses de mayo y junio y, por tanto, no se emitió ninguna factura.

17. Documental privada.⁹⁰ Escrito de ocho de agosto de dos mil veintitrés, en el que MORENA informa que no instruyó a sus militantes, dirigentes federales, locales, municipales, así como tampoco a directivas locales o municipales en el estado de Jalisco, a efecto de colocar espectaculares. Presenta el deslinde formal de los hechos denunciados.

⁸⁷ Hojas 598 a 599 del cuaderno accesorio uno.

⁸⁸ Hojas 600 a 628 del cuaderno accesorio uno.

⁸⁹ Hojas 655 a 686 del cuaderno accesorio uno.

⁹⁰ Hojas 119 a 124 del cuaderno accesorio dos.

18. Documental privada.⁹¹ Escrito de nueve de agosto en el que Claudia Sheinbaum Pardo niega haber ordenado o contratado la colocación de la publicidad materia de la denuncia.

19. Documental pública.⁹² Oficio 0800/0113/2023/2423 de nueve de agosto con el que la secretaría particular del presidente municipal de Zapopan, Jalisco, niega que se haya autorizado la colocación de anuncios [como el espectacular relacionado con la revista LIDERES materia de análisis].

20. Documental pública.⁹³ Folio E1000023-4348/19806 de catorce de agosto de la titular de la Unidad de Asuntos Jurídicos de la Secretaría de Infraestructura, Comunicaciones y Transportes con el que manifiesta que mediante oficio 3.2.193/02023 se informó que no se otorgó ningún permiso para la colocación de anuncios publicitarios en el estado de Jalisco.

21. Documental pública.⁹⁴ Acta circunstanciada INE/JDE1 0/JAL/OE/CIRC4/15-08-23 instrumentada por la 10 Junta Distrital Ejecutiva en Zapopan, Jalisco de quince de agosto con la que se realiza la diligencia de verificación de la existencia de un anuncio espectacular, sin que las características del mismo coincidan con el denunciado.

22. Documental privada.⁹⁵ Escrito de dos de agosto de MORENA con el que informa que el partido no ha contratado u ordenado el diseño o impresión de publicidad en el transporte público ni ha solicitado a su militancia la colocación y difusión de publicidad relacionada con Claudia Sheinbaum Pardo en transporte público en Acapulco, Guerrero. Presenta formal deslinde de los hechos denunciados.

⁹¹ Hojas 125 a 128 del cuaderno accesorio dos.

⁹² Hojas 129 a 130 del cuaderno accesorio dos.

⁹³ Hojas 136 a 142 del cuaderno accesorio dos.

⁹⁴ Hojas 219 a 222 del cuaderno accesorio dos.

⁹⁵ Hojas 313 a 317 del cuaderno accesorio dos.



23. Documental privada.⁹⁶ Escrito de siete de agosto de Claudia Sheinbaum con el que niega haber ordenado el diseño, contratado o impreso de la propaganda fijada en transporte público en Acapulco, Guerrero.

24. Documental privada.⁹⁷ Escrito de diez de agosto de Ferraez Comunicación con el que reitera lo informado la documental privada marcada con el número 6 del presente anexo.

25. Documental pública.⁹⁸ Oficio **CCTV/DJ/111/2023** del cuatro agosto de la jefa del departamento jurídico de la Comisión Técnica de Transporte y Vialidad del estado de Guerrero, con el que niega tener facultades para regular lo relativo a la publicidad en los vehículos de transporte público. No existe una sanción por portar publicidad y señala que no se realiza ninguna verificación de los vehículos que tienen publicidad y tampoco existe un área encargada de dicha verificación. Puntualiza que no existe ningún registro de concesionarios y/o permisionarios que hayan realizado el trámite para colocar la publicación denunciada en vehículos de transporte público. La concesión de las placas de circulación A-37359-K, en la modalidad de Urvan y con número económico 1443 se encuentra registrada a nombre de la c. María Portillo, precisando que dicha concesión presta el servicio público en la ruta Infonavit-Pancho Villa-Centro-caleta, del municipio de Acapulco de Juárez, Guerrero.

26. Documental privada.⁹⁹ Escrito de once de septiembre de María Portillo con el que informa que desconoce el domicilio de la persona moral "Publicidad Pantera"; además, niega haber recibido alguna aportación por la publicidad denunciada, ya que la concesión que tiene

⁹⁶ Hojas 318 a 320 del cuaderno accesorio dos.

⁹⁷ Hojas 323 a 335 del cuaderno accesorio dos.

⁹⁸ Hojas 339 a 341 del cuaderno accesorio dos.

⁹⁹ Hoja 391 del cuaderno accesorio dos.

a su nombre la tiene rentada, aunado a que no le realizaron ninguna petición para la colocación de la publicidad.

27. Documental privada.¹⁰⁰ Escrito de quince de septiembre de Claudia Sheinbaum con el que manifiesta haber realizado las acciones y gestiones dentro de su competencia para la eliminación de publicidad en unidades de transporte público. Agrega que se dirigió un escrito a la representación de MORENA para que realizaran las acciones necesarias para eliminar la publicidad denunciada.

28. Documental pública.¹⁰¹ Acta circunstanciada INE/OE/GRO/JDE04/09/2023, del catorce de agosto, instrumentada por la 04 Junta Distrital Ejecutiva en el estado de Guerrero, con el objeto de brindar fe pública, de la existencia y contenido de presunta propaganda electoral en tres avenidas principales de la ciudad de Acapulco, Guerrero, así como verificar la existencia de publicidad denunciada en una unidad de transporte público.

29. Documental privada.¹⁰² Escrito de doce de octubre de Soluciones en Vías Comerciales, con el que manifiesta que los espectaculares colocados se realizaron mediante la figura jurídica del convenio de colaboración e intercambio comercial, bajo el concepto de rotativos puntualizando que se habría de publicitar en las ediciones de la revista, durante el final del año 2023 y el primer trimestre de 2024. Manifiesta no tener evidencia del contenido publicitario. Señala que la temporalidad se realizó acorde al convenio signado con Ferraez Comunicación. Señala que la vigencia del convenio celebrado es de un año calendario (es decir, hasta el 28 de abril de 2024). Indica que no se ha recibido ninguna observación o reclamación de parte de Ferraez Comunicación; sin embargo, el convenio de intercambio se mantenía

¹⁰⁰ Hojas 481 a 484 del cuaderno accesorio dos.

¹⁰¹ Hojas 487 a 493 del cuaderno accesorio dos.

¹⁰² Hojas 512 a 519 del cuaderno accesorio dos.



vigente. El origen de los recursos utilizados para el pago de publicidad es a través de intercambio comercial y la propia actividad comercial.

30. Documental privada.¹⁰³ Escrito de Publicistas Masaya, S.A. de C.V., con el que informa que se hizo llegar de forma puntual un escrito de fecha trece de octubre con el que se desahogó el requerimiento de la autoridad.

31. Documental privada.¹⁰⁴ Escrito de veintiocho de septiembre de Ferraez Comunicación en los mismos términos y alcances descritos en la documental privada 13 del presente anexo.

32. Documental privada.¹⁰⁵ Escrito de Impactos, Frecuencia y Cobertura, con el que manifiesta que el contrato con Ferraez Comunicación tenía una vigencia indefinida a partir del uno de mayo en el cual se contempla un listado de 61 (sesenta y uno) espectaculares en diversos estados de la República Mexicana, 20 (veinte) autobuses en la Ciudad de México, 40 (cuarenta) autobuses en “estado de Guadalajara” y 20 (veinte) autobuses en Monterrey. Sin embargo, señala que la publicidad colocada respecto del requerimiento al que se dio cumplimiento fue relacionada exclusivamente con Silvano Aureoles Conejo.

33. Documental privada.¹⁰⁶ Escrito de treinta y uno de octubre de Publicistas Masaya, S.A. de C.V., con el que informa que se hizo llegar de forma puntual un escrito de fecha trece de octubre con el que se desahoga el requerimiento de la autoridad.

34. Documental privada.¹⁰⁷ Escrito de uno de noviembre de Ferraez Comunicación, con el que manifiesta que con fecha de veintiocho de septiembre se entregó el reporte de testigos correspondiente de la

¹⁰³ Hoja 521 a 523 y 650 a 651 del cuaderno accesorio dos. 650-651.

¹⁰⁴ Hojas 525 a 648 del cuaderno accesorio dos.

¹⁰⁵ Hojas 685 a 868 del cuaderno accesorio dos.

¹⁰⁶ Hoja 870 a 871 y 906 a 907 del cuaderno accesorio dos.

¹⁰⁷ Hoja 874 a 904 del cuaderno accesorio dos.

difusión de espectaculares. Señala que con fecha veintidós de agosto se entregó copia de los contratos de prestación de servicios e intercambio comercial mediante los cuales se realizó la campaña publicitaria y comercial de la exclusiva editorial contenida en la edición del Año 32, tomo 420, concretamente dentro de la sección Pensamiento/ Coyuntural/ Libros en las páginas 78 a 80, así como copia de la factura y pagos realizados.

35. Documental privada.¹⁰⁸ Escrito de quince de noviembre de Ferraez Comunicación, con el que manifiesta que Impactos, Frecuencia y Cobertura realizó la promoción de la edición del Año 32, Tomo 409 de los meses enero y febrero de 2023, cuya portada contiene la presentación de la entrevista realizada a Silvano Aureoles. Respecto de la edición del año 32, Tomo 420, de los meses de mayo y junio el contrato referido tuvo una vigencia del veintiséis de junio al veinticinco de julio, cuya contraprestación es coincidente con el monto que expresa la factura con folio MX4162. No se contrató la difusión de microperforados como parte de la campaña publicitaria.

36. Documental privada.¹⁰⁹ Escrito de Impactos, Frecuencia y Cobertura con el que manifiesta que sí se celebró contrato con Ferraez Comunicación con vigencia del 23 de junio al 25 de julio para la difusión de 200 (doscientos) espectaculares de la edición año 32, Tomo 420. Señala que la citada empresa con fecha seis de julio solicitó en apego a la cláusula sexta la cancelación del contrato.

37. Documental privada.¹¹⁰ Escrito de quince de noviembre en el que Ferraez Comunicación manifiesta que Impactos, Frecuencia y Cobertura realizó la publicidad de la revista denunciada, que el concepto por el que se emitió la factura fue “exhibición de carteleras, según anexo. Periodo del 22 de junio al 23”. El contrato tuvo una vigencia del

¹⁰⁸ Hoja 936 a 964 del cuaderno accesorio dos.

¹⁰⁹ Hoja 965 a 966 del cuaderno accesorio dos.

¹¹⁰ Hojas 3 a 16 del cuaderno accesorio tres.



veintiséis de junio al veinticinco de julio y la contraprestación que recibió coincide con la de la factura. Señala que no se contrató la difusión de microperforados como parte de la campaña publicitaria.

38. Documental pública.¹¹¹ Oficio TEPJF-SRE-SGA-4 768/2023 de ocho de diciembre de dos mil veintitrés del secretario general de acuerdos de la Sala Regional Especializada con el que remite oficio 103-05-07-2023-1213 suscrito por el Administrador de Evaluación de Impuestos Internos "7" del Servicio de Administración Tributaria.

39. Documental pública.¹¹² Acta circunstanciada **INE/DS/OE/CIRC/089/2024** de seis de febrero de dos mil veinticuatro, constituida por la Oficialía Electoral con la que se certifica el contenido del enlace electrónico proporcionado por el quejoso, en el que se encuentra la digitalización de la revista denunciada (51 hojas) y dentro de su contenido está un extracto del primer capítulo del libro "Claudia Sheinbaum: Presidenta, Una historia contada por Arturo Cano"

40. Documental privada. ¹¹³ Oficio **REP-PT-INE-SGU-092/2024** de siete de febrero de dos mil veinticuatro, por el cual el Partido del Trabajo informa que María Portillo no se encuentra afiliada al mismo.

41. Documental pública. ¹¹⁴ Oficio **08300/DPL-0527/7074** de ocho de febrero de dos mil veinticuatro, con el que el director de padrón y licencias del gobierno de Zapopan, Jalisco, manifiesta que realizó una búsqueda arrojando resultados respecto a Impactos, Frecuencia y Cobertura sin que se advirtiera coincidencias con el domicilio proporcionado "Avenida Vallarta esquina con Avenida Aviación, en el Municipio de Zapopan, Jalisco". Señala que no se ha expedido algún tipo de autorización respecto al anuncio requerido.

¹¹¹ Hojas 84 a 85 del cuaderno accesorio tres.

¹¹² Hojas 075 a 085 del cuaderno accesorio cuatro.

¹¹³ Hojas 117 a 119 del cuaderno accesorio cuatro.

¹¹⁴ Hoja 123 del cuaderno accesorio cuatro.

42. Documental privada.¹¹⁵ Oficio **PVEM-INE-078/2024** de ocho de febrero de dos mil veinticuatro, remitido por el Partido Verde Ecologista de México ante el INE con el que solicita mayores elementos de identificación para poder informar sobre la posible aflicción de María Portillo al partido.

43. Documental privada.¹¹⁶ Escrito de Penguin Random House de siete de febrero de dos mil veinticuatro, con el que remite copia del contrato de edición celebrado con Arturo Cano el veinte de abril, por la obra provisionalmente titulada "Presidenta" publicada como "Claudia Sheinbaum: Presidenta".

44. Documental pública.¹¹⁷ Oficio **SAF/DGAyF/0545/2024** de siete de febrero de dos mil veinticuatro, signado por el director general de administración y finanzas del gobierno de la Ciudad de México, en el que manifiesta que no existe un registro relacionado con la contratación, publicación, o emisión de libros; también niega haber celebrado contrataciones con Impactos, Frecuencia y Cobertura, Soluciones en Vías Comerciales, Publicistas Masaya S.A de CV., Maranta México, SA de CV., y/o Naranti México, S.A. de C. V.

Se adjunta el oficio **SAF/CGCC/024/2024**, signado por el coordinador general de comunicación ciudadana del gobierno de la Ciudad de México, negando algún tipo de contratación, publicación, o emisión de libros y haber celebrado algún tipo de contratación con las empresas mencionadas.

45. Documental pública.¹¹⁸ Oficio **192.2024.000348** de ocho de febrero de dos mil veinticuatro del director de coordinación del Registro Público de Comercio con el que informa que no se encontraron

¹¹⁵ Hoja 124 del cuaderno accesorio cuatro.

¹¹⁶ Hojas 126 a 139 y 259 a 272 del cuaderno accesorio cuatro.

¹¹⁷ Hojas 140 a 142 del cuaderno accesorio cuatro.

¹¹⁸ Hojas 145 a 148 y 257 a 258cuaderno accesorio cuatro.



antecedentes registrales de "Publicidad Pantera" y/o "Pantera Publicidad".

46. Documental privada.¹¹⁹ Escrito de MORENA de ocho de febrero de dos mil veinticuatro, con el que manifiesta que María Portillo no se encuentra registrada en el padrón de ese instituto político.

47. Documental privada.¹²⁰ Escrito de nueve de febrero de dos mil veinticuatro de Ferraez Comunicación, con el que niega la contratación, la elaboración y/o difusión de microperforados como parte de la campaña publicitaria de la revista denunciada; remite reporte fotográfico de los espectaculares colocados. Manifiesta que los espectaculares se retiraron anticipadamente el seis julio de 2023.

48. Documental pública.¹²¹ **Oficio SEFODECO/2024/0129** de ocho de febrero de dos mil veinticuatro, remitido por la Secretaria de Fomento y Desarrollo Económico en el estado de Guerrero, con el que manifiesta que la dirección general de vinculación comercial tiene un registro razón social "PROMOTORA PANTERA", que resultó beneficiario de la "campaña precio diferencial con el 90% de descuento en el año 2022", convocado por el Instituto Mexicano de Propiedad Industrial (IMPI) quien no autorizo el registro de la marca porque ya existían 4 registros en trámite con la misma denominación.

49. Documental pública.¹²² **Oficio CTTV/OG/120/2024** de ocho de febrero de dos mil veinticuatro del director de transporte de Guerrero, manifiesta que el área a su cargo no cuenta con el contrato otorgado a María Portillo.

50. Documental privada.¹²³ Escrito de Impactos, Frecuencia y Cobertura, con el que manifiesta que sí se realizó la colocación del

¹¹⁹ Hojas 149 a 150 del cuaderno accesorio cuatro.

¹²⁰ Hojas 152 a 159 y 280 a 288 del cuaderno accesorio cuatro.

¹²¹ Hojas 161 y 491 a 492 del cuaderno accesorio cuatro.

¹²² Hojas 163 y 395 del cuaderno accesorio cuatro.

¹²³ Hojas 170 a 208 y 355 a 388 del cuaderno accesorio cuatro.

espectacular identificado con el número **004-00137-1**, ubicado en av. Vallarta con Aviación, Zapopan Jalisco, el cual fue colocado el tres de julio y retirado el diez de julio de dos mil veintitrés.

51. Documental privada.¹²⁴ Escrito de María Portillo de nueve de febrero con el que manifiesta que no tiene relación de ningún tipo con “Promotora Pantera” ni cuenta con alguna información sobre ella. Manifiesta tener una concesión para la prestación de servicio de transporte público en Acapulco, Guerrero; sin embargo, no tenía conocimiento de la colocación de publicidad en la unidad de transporte. Señala que no es militante ni tiene simpatía con algún partido político.

52. Documental pública.¹²⁵ Oficio **192.2024.000370** de nueve de febrero de dos mil veinticuatro del director de coordinación del Registro Público de Comercio, con el que informa que se dio respuesta al requerimiento, con el oficio **192.2024.000348**, en el que se informa que derivado de la búsqueda en las bases de datos del Registro Público de Comercio (RPC), no se encontró alguna coincidencia o antecedente de Publicidad Pantera” y/o “Pantera Publicidad.

53. Documental pública.¹²⁶ Oficio **DDAJ.2024.1193** de fecha doce de febrero de dos mil veinticuatro, signado por el subdirector divisional de representación legal del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, con el que manifiesta que no se encontró algún registro o dato referente a la empresa “Publicidad Pantera” y/o “Pantera Publicidad”.

54. Documental pública.¹²⁷ Oficio **DDAJ.2024.1194** de doce de febrero de dos mil veinticuatro, signado por el subdirector divisional de representación legal del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, con el que manifiesta que no se encontró algún registro o dato referente a la empresa “Publicidad Pantera” y/o “Pantera Publicidad”.

¹²⁴ Hojas 225 a 227 del cuaderno accesorio cuatro.

¹²⁵ Hojas 237 a 342 del cuaderno accesorio cuatro.

¹²⁶ Hojas 274 a 375 y 438 a 439 del cuaderno accesorio cuatro.

¹²⁷ Hojas 277 a 378 del cuaderno accesorio cuatro.



55. Documental pública.¹²⁸ Oficio **SEFODECO/2024/0132** de trece de febrero, remitido por la secretaria de fomento y desarrollo económico en el estado de Guerrero, con el que se proporciona, a través de la cédula de situación fiscal, los datos de localización de Promotora Pantera.

56. Documental privada.¹²⁹ Oficio **DGRPP/INF/250/2024** de nueve de febrero de dos mil veinticuatro, signado por el encargado de la dirección general del Registro Público de la Propiedad y del Comercio, informa que no se encontraron antecedentes registrales sobre la empresa "PUBLICIDAD PANTERA" Y/O "PANTERA PUBLICIDAD".

57. Documental pública.¹³⁰ Oficio **INE/UTF/DAOR/1491/2024** de quince de febrero de dos mil veinticuatro del director transporte de Guerrero con el que remite la documentación recibida por parte de la autoridad hacendaria y se informa la situación que guarda cada uno de los oficios de requerimiento.

58. Documental pública.¹³¹ Oficio **CTTV/DJ/012/2024** de dieciséis de febrero de dos mil veinticuatro con el que el director de transporte de Guerrero remitió copia de la renovación anual del permiso de concesión 1443, Ruta Infonavit-Pancho Villa-Centro-Caletta, en la ciudad y Puerto de Acapulco de Juárez, Guerrero.

59. Documental privada.¹³² Escrito de María Portillo de diecinueve de febrero de dos mil veinticuatro, con el que remitió copia de su credencial para votar y del título de concesión de la unidad de transporte con número 1443. Manifiesta que la forma del contrato de arrendamiento de las placas de la camioneta fue de manera verbal.

¹²⁸ Hojas 292 a 295 y 481 a 484 del cuaderno accesorio cuatro.

¹²⁹ Hoja 297 del cuaderno accesorio cuatro.

¹³⁰ Hojas 325 a 327 y 423 a 437 del cuaderno accesorio cuatro.

¹³¹ Hojas 346 a 349, 488 a 490 y 505 a 507 del cuaderno accesorio cuatro.

¹³² Hojas 352 a 354 del cuaderno accesorio cuatro.

60. Documental privada.¹³³ Documento de búsqueda de afiliados en el sistema del Centro de Atención a Usuarios del INE, en el que se investiga la clave de elector PRSSF79032812M000.

61. Documental pública.¹³⁴ Acta circunstanciada de veintiuno de febrero de dos mil veinticuatro instrumentada por la autoridad instructora con la que se certifica que María Portillo no se encuentra registrada en el padrón de afiliados de MORENA.

62. Documental privada.¹³⁵ Escrito de veintiuno de febrero de dos mil veinticuatro, con el que Promotora Pantera da cuenta respecto del microperforado fijado en el transporte público con placas A-37359-K. Manifiesta que recibió pago por la impresión, instalación y renta del microperforado en la unidad móvil. Informa que la colocación de la publicidad fue a solicitud de Tomás García. Manifiesta no tener relación contractual con Ferraez Comunicación, algún partido político, Claudia Sheinbaum ni con María Portilla. Remite el contrato por la prestación de servicios a Tomás García Gallegos, del que se advierte tuvo por objeto indirecto la renta, impresión, y colocación de vinil en 4 unidades (dos con ruta INFONAVIT-Centro y dos con ruta San Isidro-Centro).

63. Documental privada. ¹³⁶ Oficio **PVEM-INE-137/2024** de veintiséis de febrero de dos mil veinticuatro, remitido por el PVEM ante el INE, con el que informa que no se encontró registro de María Portillo, como persona afiliada al instituto político.

64. Documental privada.¹³⁷ Escrito de veintisiete de febrero de dos mil veinticuatro de Soluciones en Vías Comerciales, con el que manifiesta que el espectacular ubicado en avenida Vallarta esquina con avenida Aviación, Zapopan Jalisco no pertenece a su empresa.

¹³³ Hojas 38 a 394 del cuaderno accesorio cuatro.

¹³⁴ Hojas 414 a 417 del cuaderno accesorio cuatro.

¹³⁵ Hojas 446 a 451, 552 a 565 y 679 a 682 del cuaderno accesorio cuatro.

¹³⁶ Hojas 501 a 502 del cuaderno accesorio cuatro.

¹³⁷ Hojas 517 a 519 del cuaderno accesorio cuatro.



65. Documental pública.¹³⁸ Oficio INE/UTF/DAOR/1598/2024 de veintisiete de febrero de dos mil veinticuatro del director de análisis operacional y administración de riesgo con el que se informa que la persona moral Maranta México, S.A. de C. V. no se encuentra como contribuyente del SAT.

66. Documental pública.¹³⁹ Oficio 103-05-07-2024-0207 de veintitrés de febrero de dos mil veinticuatro remitido por la Administración General de Evaluación del SAT, con el que se informa que dada la cantidad de trabajo se atenderá posteriormente lo requerido.

67. Documental privada.¹⁴⁰ Escrito de Tomas García donde manifiesta ser el propietario y la persona responsable de Idea Colors; haber sido contratado por Alfredo Labastida Aquique para la entrega y colocación de cuatro medallones para transporte público, las cuales solicitó a Pantera Publicidad. Niega tener alguna relación contractual de impresión, instalación y renta con Promotora Pantera, Ferraez Comunicación, Claudia Sheinbaum, algún partido político o María Portillo. Remite el contrato por la prestación de servicios publicitarios con Alfredo Labastida Aquique, del que se advierte tuvo por objeto el servicio de renta, impresión, y colocación de vinil en 4.

68. Documental pública.¹⁴¹ Correo electrónico de once de marzo de dos mil veinticuatro con el que se informa que no se encontró resultado sobre el domicilio de Alfredo Labastida Aquique en el SIIRFE.

69. Documental pública.¹⁴² Oficio INE/UTF/DAOR/1638/2024, por el cual la UTF remite la información proporcionada por la CNBV en donde manifiesta que de la revisión a cada uno de los movimientos (de cargo y abono) no se encontró coincidencia alguna durante el ejercicio

¹³⁸ Hojas 523 a 525 y 556 a 527 del cuaderno accesorio cuatro.

¹³⁹ Hoja 530 del cuaderno accesorio cuatro.

¹⁴⁰ Hojas 567 a 571 del cuaderno accesorio cuatro.

¹⁴¹ Hojas 586 a 580 del cuaderno accesorio cuatro.

¹⁴² Hojas 622 a 625 del cuaderno accesorio cuatro.

2023 entre el gobierno de la Ciudad de México con las empresas Farráez Comunicación, Impactos Frecuencia y Cobertura, Soluciones en Vías Comerciales, Publicistas Masaya S.A. de C. V, Maranta México, S.A. de C. V, y Naranti México, S.A. de C. V.

70. Documental privada.¹⁴³ Escrito de Tomas García propietario del establecimiento Idea Colors con el que manifiesta que no cuenta con el domicilio fiscal, ni facturas hechas a Alfredo Labastida Aquique, solo cuenta con un contrato y nota de venta donde aparece su nombre y el pedido, porque al emitir factura incrementa el precio un 16% en virtud del IVA. Niega tener conocimiento de los datos de las unidades transporte públicos en las que fueron colocados los microperforados.

71. Documental pública.¹⁴⁴ Oficio **INE/UTF/DG/DPN/13658/2024** de doce de abril de dos mil veinticuatro de la Unidad Técnica de Fiscalización con el que se remiten los datos encontrados en el padrón de proveedores RNP y datos de localización Promotora Pantera

72. Documental privada.¹⁴⁵ Escrito de Ferraez Comunicación de veinticuatro de abril de dos mil veinticuatro, con el que manifiesta que no se contrató o convino la elaboración y difusión de microperforados. Niega que Alfredo Labastida Aquique tenga alguna relación con dicha empresa.

73. Documental privada.¹⁴⁶ Oficio **INE/UTF/DAOR/3041/2024** de diecinueve de abril de dos mil veinticuatro con el que el director de análisis operacional y administración de riesgo del INE informa que de la revisión de los archivos de CFDI emitidos, recibidos y cancelados no se encontró coincidencia registrada durante el ejercicio 2023 a la fecha, entre el gobierno de la Ciudad de México Ferraez Comunicación, Soluciones en Vías Comerciales, Publicistas Masaya S.A de C. V

¹⁴³ Hojas 637 a 641 del cuaderno accesorio cuatro.

¹⁴⁴ Hojas 691 a 694 del cuaderno accesorio cuatro.

¹⁴⁵ Hojas 720 a 726 del cuaderno accesorio cuatro.

¹⁴⁶ Hojas 728 a 730 del cuaderno accesorio cuatro.



Impactos Frecuencia y Cobertura y Naranti México, S.A. de C. V. Respecto a Maranta México, S.A. de C. V no fue posible solicitar información al SAT debido a que no se cuenta con el RFC.

Reglas para valorar los elementos de prueba

De acuerdo con el artículo 461 de la Ley Electoral serán objeto de prueba los hechos controvertidos y no lo será el Derecho, los hechos notorios o imposibles, ni aquéllos que hayan sido reconocidos, mientras que el diverso 462 de la misma ley, dispone que las pruebas admitidas y desahogadas serán valoradas en su conjunto.

Tomando como base lo anterior, las documentales públicas, dada su propia y especial naturaleza, tendrán valor probatorio pleno al haber sido emitidas por una autoridad en ejercicio de sus atribuciones, siempre que no exista elemento de prueba que desvirtúe su autenticidad o la veracidad de los hechos a que se refieran. Ello, de conformidad con los artículos 461, párrafo 3, inciso a), así como 462, párrafos 1 y 2, de la Ley Electoral.

Por su parte, las documentales privadas y las pruebas técnicas en principio sólo generan indicios, por lo que para constituir prueba plena sobre la veracidad de los hechos a los que hacen referencia deberán concatenarse con los demás elementos que obren en el expediente, las afirmaciones de las partes, la verdad conocida y la relación que guardan entre sí. Esto, de conformidad con los artículos 461, párrafo 3, incisos b) y c), así como 462, párrafos 1 y 3, de la Ley Electoral.

Respecto del contenido de los elementos de prueba relacionados con respuestas a diligencias de investigación emitidas por personas que, además de imputadas en la presente causa tienen el carácter de autoridades del Estado, su valor probatorio dependerá del contenido de la documentación o constancias que se analicen.

VOTO CONCURRENTE QUE FORMULA EL MAGISTRADO RUBÉN JESÚS LARA PATRÓN, EN RELACIÓN CON LA SENTENCIA DICTADA EN EL EXPEDIENTE SRE-PSC-183/2024.

Formulo el presente voto concurrente de conformidad con lo dispuesto en los artículos 174 de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación, y 48 del Reglamento Interno del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, en atención a lo siguiente:

Aspectos relevantes

En el presente asunto, Emilio Nájera García denunció la presunta realización de actos anticipados de precampaña y campaña, promoción personalizada, uso indebido de recursos y vulneración al principio de neutralidad y equidad en la contienda, por la colocación de anuncios espectaculares que publicitaban una revista en la que se difundía un libro sobre Claudia Sheinbaum Pardo, para posicionarla fraudulentamente de cara al actual proceso electoral federal y generarle con ello un beneficio indebido.

¿Qué se determinó?

En la sentencia se determinó medularmente la inexistencia de todas las infracciones denunciadas, toda vez que, no se advirtió la configuración de un actuar sistemático en el que se involucrara Claudia Sheinbaum Pardo para buscar identificarse frente a la ciudadanía en general como la opción a elegir para renovar la Presidencia de la República.

Además de que, al no acreditarse su nexo directo o indirecto, en la elaboración y difusión de los referidos materiales denunciados, se concluyó que se trata de expresiones y acciones de empresas privadas que no exceden su ámbito comercial.



Asimismo, se consideró que las publicaciones denunciadas no se tradujeron en el posicionamiento personalizado de Claudia Sheinbaum Pardo y, que al haberse emitido fuera del actual proceso electoral federal, no se advirtió la presunción inicial de que influyeron en el mismo, por lo que, además, no se acreditó un uso indebido de recursos públicos, un beneficio indebido, la falta al deber de cuidado, así como la vulneración a principios constitucionales

Razones de mi voto

Si bien coincido en el sentido de la sentencia emitida por esta Sala Especializada, me aparto de las siguientes consideraciones:

a. Estudio integral de la infracción respecto a los llamados directos al voto

En el análisis del elemento subjetivo correspondiente a los actos anticipados de precampaña y campaña, se concluye que no hay llamados expresos o directos para votar a favor de Claudia Sheinbaum Pardo ni se realiza alguna mención directa del actual proceso electoral federal, por lo que, analizan lo referente a las equivalencias funcionales y determinan que no se actualizan.

Si bien comparto la inexistencia de los llamados expresos al voto y de los equivalentes funcionales; no coincido con la metodología empleada para el análisis del elemento en cuestión, me explico.

En la sentencia el estudio se basa en los equivalentes funcionales, dejando de manera genérica el planteamiento de la parte denunciante porque se afirma que no hay llamados expresos al voto a favor de la denunciada, sin argumentar el cómo y porqué se llegó a dicha

conclusión; esto es, desde mi perspectiva la sola afirmación resulta insuficiente para sustentar que no se acredita este elemento.

Por esta razón, señalo que no comparto la metodología de estudio, porque se abordó como razón fundamental de la inexistencia del elemento subjetivo los equivalentes funcionales y, desde mi punto de vista, en primer lugar, se debió analizar exhaustivamente el contenido de los materiales denunciados, para determinar que no existía una manifestación explícita a votar a favor de Claudia Sheinbaum Pardo y, en segundo lugar, estudiar las equivalencias funcionales.

Cabe recordar que el principio de exhaustividad impone a las y los juzgadores, decidir las controversias sometidas a su conocimiento, considerando cada uno de los argumentos aducidos en la demanda y todas las pretensiones deducidas oportunamente en la controversia, a efecto de resolver sobre todos los puntos sujetos a debate por lo que, en cumplimiento a dicho principio considero que no debió señalarse de manera genérica la inexistencia de los llamados expresos al voto sino agotar argumentativamente dicho planteamiento a fin de dotar de certeza y seguridad jurídica a las partes con la emisión de esta sentencia.

b. Pronunciamiento respecto a la propaganda gubernamental

En el estudio del elemento objetivo correspondiente a la promoción personalizada, se realiza el análisis respecto de la propaganda gubernamental, señalando la definición del término establecida por Sala Superior, los supuestos para su existencia y su relación con la promoción personalizada; sin embargo, no se comparte el análisis en comento, toda vez que, de la lectura a la queja interpuesta por Emilio Nájera García, no se advierte que se haya denunciado el tema de



TRIBUNAL ELECTORAL
del Poder Judicial de la Federación
SALA REGIONAL ESPECIALIZADA

SRE-PSC-183/2024

propaganda gubernamental de manera directa o que se abordará desde una vertiente relacionada con la promoción personalizada.

Máxime, cuando en el propio análisis realizado en la sentencia, se señala que no es necesario que se acredite la difusión de propaganda gubernamental para dilucidar si se actualiza o no la promoción personalizada, por lo que, se reitera que se considera innecesario la serie de razonamientos correspondientes a la propaganda gubernamental.

Por las razones anteriores, emito el presente voto concurrente.

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 2/2023, que regula, entre otras cuestiones, las sesiones presenciales de las Salas del tribunal.