

VOTO CONCURRENTENTE DE LOS MAGISTRADOS REYES RODRÍGUEZ MONDRAGÓN Y FELIPE DE LA MATA PIZAÑA RESPECTO DE LOS RECURSOS DE REVISIÓN DEL PROCEDIMIENTO ESPECIAL SANCIONADOR SUP-REP-32/2018 Y ACUMULADO¹

ÍNDICE

GLOSARIO	1
1. Cuestión preliminar y decisión	2
2. Posición mayoritaria.....	4
3. Razones de disenso	5
4. Contenido del promocional	7
5. Justificación	9
5.1. Las expresiones efectuadas en el <i>spot</i> constituyen una manipulación o descontextualización del ejercicio periodístico	9
5.2. Desacuerdo por tratarse de un contenido de interés general	16
5.3. Posible uso indebido de la pauta derivado de la exposición de las imágenes de los periodistas	19
6. Conclusión	19

GLOSARIO

PAN:	Partido Acción Nacional
Periodista	Periodista es la persona física o moral que se dedica a difundir información con relevancia social, como lo definió la Primera Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, en el amparo en revisión 1422/2015 ²
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
Constitución General	Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

¹ Colaboraron en su elaboración Mauricio I. del Toro Huerta, Ernesto Camacho Ochoa, José Luis Ceballos Daza y Santiago J. Vázquez Camacho.

Este voto se emite en términos del posicionamiento que se sometió previamente a consideración de las Magistradas y Magistrados y que se transcribe como anexo al final.

² “[...] Así, periodista es cualquier persona que difunda información con relevancia social, con independencia del medio de comunicación en el que se desempeñe (radio, televisión o blogs en internet), si está asociado a algún medio de comunicación, o ejerce su profesión de forma independiente, o si realiza dicha actividad de forma habitual o permanente, etc. [...]”.

1. Cuestión preliminar y decisión

En el presente asunto se debe determinar si la difusión por un partido político de un *spot* o promocional en el cual expresa que “no eran verdad” los supuestos “ataques” hechos por parte de un medio de comunicación impresa hacia su dirigente nacional, constituye una irregularidad conforme a la normatividad electoral por el uso indebido de sus prerrogativas y, a la vez, una afectación sustancial al ejercicio de la actividad periodística, al inhibirla, en función de que, ante cualquier información que se considere inexacta, los partidos políticos podrían usar su pauta para defenderse.

A fin de analizar de manera integral los agravios del periódico “El Universal” se debe valorar el contexto en el que se emiten los promocionales y las limitaciones que establece el modelo de comunicación política vigente, particularmente en tres aspectos: **a)** la necesidad de promover un debate público amplio y plural durante los procesos electorales; **b)** el deber de los partidos políticos de reconocer que la reproducción o alusión de hechos noticiosos o noticias que han sido transmitidas, difundidas o generadas por los medios de comunicación, en sus promocionales, es parte del derecho a la información veraz del electorado, y; **c)** los alcances del deber de protección especial de los derechos de los periodistas para que participen de manera libre en el debate público, así como su derecho a no ser sujetos de mecanismos directos o indirectos de censura previa que tengan un efecto amedrentador o inhibitorio (“*chilling effect*”).

Respecto a este último punto, consideramos que los periodistas conforman un sector protegido por el Estado mexicano al constituir el eje central de la circulación de ideas e información pública. Dada la labor fundamental que desarrollan, **gozan de especial**

protección en el ejercicio de sus derechos fundamentales reconocidos y garantizados en los instrumentos internacionales en la materia, en la Constitución General, así como en la legislación, especialmente en cuanto al desempeño de su labor.

Bajo esa tesitura, el contenido del promocional, al aludir o hacer referencia indirecta al trabajo de investigación de “El Universal” y la forma en que esta investigación fue descontextualizada y calificada como un “ataque”, se traduce en una interferencia indirecta y desproporcionada, al cuestionarse indebidamente su veracidad, en restricción a la libertad de expresión y al derecho de la ciudadanía a estar debidamente informada.

Atendiendo a tales cuestiones y partiendo de los agravios del recurrente, estimamos que en el presente caso se configuró un uso indebido de la pauta, lo que nos lleva a compartir el sentido de la propuesta de revocación de la decisión impugnada, pero a partir de consideraciones distintas.

En nuestro concepto, dicho uso indebido deriva fundamentalmente por los argumentos que se presentan en los párrafos 177 a 205 de la sentencia los cuales fueron propuestos previamente a los demás integrantes de la Sala Superior en un posicionamiento conjunto que se circuló (**anexo**). Dichos argumentos versan sobre la descontextualización de la información periodística y el probable efecto inhibitorio que ello tiene en el ejercicio de esa profesión, además del uso indebido de la imagen de los periodistas que se realizó en los *spots* correspondientes.

En esencia, partimos de la premisa de que los partidos políticos sí pueden hacer uso de la pauta a efecto de tratar temas de interés general, entre otros, por ejemplo, aquéllos que se refieren a investigaciones periodísticas, siempre y cuando la forma como se

realice o haga alusión a esos hechos no sea ajena al modelo de comunicación política o afecte derechos de terceros, variable esta última que se actualiza cuando se trastoca el ejercicio legítimo del periodismo o bien, se hace uso de la imagen de comunicadores, otorgando un sentido especial a su mensaje.

Sin embargo, la concurrencia de nuestra posición radica en que tenemos una perspectiva distinta en torno a la afirmación que se hace en la posición mayoritaria respecto a que los tiempos del Estado se utilizaron para defender a un ciudadano en temas estrictamente personales.

Esto porque, en nuestro punto de vista, el promocional pautado por el partido político **no tuvo un uso exclusivamente personal**, sino que éste se produjo y difundió con la finalidad de posicionarse sobre un hecho de interés general.

Por tanto, a nuestro juicio, resulta evidente que el origen del patrimonio del presidente de un partido político nacional o de los miembros de su familia, es un tema de debate público y que debe estar en posibilidad de deliberarse, en ejercicio de su libertad de expresión, por todas las vías de comunicación posible, ya que no solo afecta a la persona acusada sino, fundamentalmente a la percepción de la honorabilidad del partido y sus acciones.

2. Posición mayoritaria

La decisión mayoritaria estima que en el presente caso se configuró un uso indebido de la pauta, ya que se considera que las expresiones hechas en el *spot* no tienen como finalidad crear, transformar o confirmar opiniones a favor de ideas y creencias o estimular determinadas conductas políticas -finalidades de la propaganda política-, sino que, por el contrario, se refieren a temas que no son de interés público, relativos a los reportajes de “El

Universal” respecto al supuesto enriquecimiento ilícito de familiares de Ricardo Anaya Cortés, al juicio federal relacionado con el ejercicio de su derecho de réplica en contra de dicho periódico, y a la justificación de lo que se califica como un conjunto de “ataques”.

Para la mayoría, no se trató de un mensaje de carácter institucional (relacionado con los fines del partido), sino de naturaleza particular, al referirse exclusivamente a la difusión de la nota periodística en la que el partido político no fue el sujeto implicado, así como a la determinación de una autoridad jurisdiccional vinculada con esa publicación.

Se considera que, si bien el tema principal del *spot* tiene que ver con un hecho que puede considerarse de interés general, como lo es el patrimonio de Ricardo Anaya Cortés, que es una persona con proyección pública, ello no autoriza a que el PAN pueda emplear los tiempos que el Estado le proporciona para fijar posturas sobre hechos personales o presentar hechos relacionados con los sucesos o litigios que atañen exclusivamente a ese ciudadano.

Finalmente, estima que no es constitucionalmente admisible que un instituto político use las pautas electorales para debatir públicamente con un medio de comunicación sobre los aspectos que difunde y que incomoden, ya sea al partido o a uno de sus dirigentes o integrantes, porque ello también pudiera dar lugar a disuadir la labor informativa que desarrollan de manera profesional los medios de comunicación al amparo de la libertad de expresión.

3. Razones de disenso

A continuación, se exponen las razones por las cuales no se comparten las consideraciones de la posición mayoritaria en relación con la acreditación de un uso indebido de la pauta y de una sobreexposición de Ricardo Anaya Cortés.

En primer lugar, estimamos que el agravio por **uso indebido de la pauta** está dirigido, por una parte, a demostrar que el partido político ejerció su derecho de réplica a través del promocional, lo que la propia posición mayoritaria califica de infundado.

Asimismo, el análisis de la mayoría también está orientado a demostrar que se hizo un uso de las prerrogativas del partido político para un asunto que compete al ámbito particular de su entonces dirigente Ricardo Anaya Cortés. Para la mayoría esa parte del agravio es fundada; sin embargo, nosotros pensamos que dicho argumento es infundado.

Estimamos que los partidos políticos sí pueden hacer uso de su pauta a efecto de tratar temas de interés general, como lo pueden ser las relativas a investigaciones periodísticas que se desarrollen con motivo de cuestionamientos patrimoniales respecto de sus dirigentes, siempre y cuando se haga de forma tal que no resulte contrario al modelo de comunicación política o que afecte derechos de terceros.

En nuestro concepto, el promocional actualiza un uso indebido de la pauta, derivado, fundamentalmente por los argumentos que se presentan en los párrafos 177 a 205 de la sentencia, los cuales fueron propuestos previamente a los demás integrantes de la Sala Superior en un posicionamiento conjunto que se circuló (**anexo**). Dichos argumentos versan sobre la descontextualización de la información periodística y el probable efecto inhibitorio que ello tiene en el ejercicio de esa profesión, además del uso indebido de la imagen de los periodistas.

Nos apartamos del proyecto en cuanto a que los tiempos del estado se utilizaron para defender a un ciudadano, en temas estrictamente personales.

Esto porque, evidentemente, el promocional pautado por el partido político **no tuvo un uso exclusivamente personal**, sino que éste se produjo y difundió con la finalidad de posicionarse sobre un hecho de interés general.

Así, a nuestro juicio, resulta evidente que el origen del patrimonio del presidente de un partido político nacional o de los miembros de su familia, es un tema de debate público y que debe estar en posibilidad de debatirse, en ejercicio de su libertad de expresión, por todas las vías de comunicación posible, ya que no sólo afecta a la persona acusada sino, fundamentalmente a la percepción de la honorabilidad del partido y sus acciones.

A continuación, se describirá el contenido del promocional y se expondrán nuestras consideraciones en relación con el uso indebido de la pauta por el partido político.

4. Contenido del promocional

El promocional en televisión tiene el siguiente contenido:

PANUN15 RV01227 (televisión)	
Voz en off: ¿Recuerdas que a partir de una nota del 23 de agosto estuvieron ataque y ataque a la dirigencia del PAN y a su presidente Ricardo Anaya?	

PANUN1S RV01227 (televisión)	
<p>Voz en off: El asunto se llevó ante un juez federal y ¿qué crees?</p> <p>Inserción de nota en voz de Ciro Gómez Leyva:</p> <p>Ricardo Anaya presidente del PAN celebró hoy que un juez le dio la razón...</p>	
<p>Inserción de nota en voz de Denise Maerker:</p> <p>Un juez federal concedió al presidente del PAN Ricardo Anaya el derecho de réplica...</p>	
<p>Voz en off: Resultó que los ataques no eran verdad, y ¿sabes por qué tantos ataques? Porque vamos arriba en las encuestas. Vamos a lograr el cambio. Sí se puede, ya verás. PAN.</p>	

De dicho contenido pueden extraerse las siguientes conclusiones:

- En el promocional se menciona cuatro veces la palabra “ataque” o “ataques”.
- El promocional relaciona la palabra “ataques” con la nota periodística titulada “Anaya y familia” del veintitrés de agosto, publicada por “El Universal”.

- Se afirma que los “ataques” se destinan a la dirigencia del PAN y a Ricardo Anaya Cortés.
- Se utiliza la autoridad del Poder Judicial Federal para concluir que, al “darle la razón” y concederle “el derecho de réplica” a Ricardo Anaya Cortés, ello deriva en que “los ataques no eran verdad”.
- En este sentido, se asocian dos ideas a la nota periodística: que la misma constituye un “ataque” y que la misma “no era verdad”.
- Se da a entender que “tantos ataques” obedecen a que el PAN (y otros dos partidos) van arriba en las encuestas.

5. Justificación

5.1. Las expresiones efectuadas en el *spot* constituyen una manipulación o descontextualización del ejercicio periodístico

En el presente caso es relevante tener en cuenta que el promocional no está dirigido a otro partido político, candidato o precandidato, sino a un **medio de comunicación** a través del cual diversos periodistas ejercen su labor.

Al respecto, es de señalarse que la Sala Superior ha construido **un criterio de protección reforzada a los periodistas**, no sólo en lo individual, sino también a los medios de comunicación a través de los cuales difunden su información u opiniones³. Se ha sostenido que, en el ejercicio de su labor, en específico en el ámbito político, es deseable que los periodistas, y los medios de comunicación en los que se expresan, proporcionen a la sociedad, en forma responsable, información oportuna para contribuir a la formación de

³ Tesis XVI/2017, de rubro “**PROTECCIÓN AL PERIODISMO. CRITERIOS PARA DESVIRTUAR LA PRESUNCIÓN DE LICITUD DE LA ACTIVIDAD PERIODÍSTICA**”, pendiente de publicación en la Gaceta de Jurisprudencia y Tesis en materia electoral.

una opinión libre e incluso crítica, en especial, cuando se abordan tópicos de interés público o general. En este sentido, la Sala Superior ha reconocido la importancia de garantizar a la prensa la mayor libertad y el más amplio grado de protección para criticar personas con proyección pública.

Lo anterior, debido a que la prensa desempeña un papel fundamental para garantizar y facilitar la libre expresión en los procesos electorales, al actuar de enlace entre los votantes y sus representantes políticos; pues constituyen una plataforma para la transmisión de ideas políticas; informan a los votantes acerca de los candidatos y sus respectivas filiaciones; analizan las promesas políticas y ponen a prueba su solidez y veracidad; y velan por la rendición de cuentas en el proceso electoral.

A partir del reconocimiento de la importancia del ejercicio libre y auténtico del periodismo para una sociedad democrática, se ha buscado maximizar el debate público; de forma tal que la labor periodística se considera un elemento fundamental para exponer críticas y campañas electorales. Ello permite mantener informada a la sociedad sobre lo que ocurre y sus distintas interpretaciones, y resulta en una condición necesaria para que el debate sobre asuntos generales y dentro de los procesos electorales sea libre, plural, fuerte, informado y vigoroso.

De ahí que una manera efectiva para garantizar dicho debate sea proporcionar a los medios de comunicación un espacio independiente en el que puedan publicar libremente sus contenidos informativos y opiniones, sin temor a censuras previas, represalias o ataques injustificados.

Ahora bien, como se observa, la protección a la labor periodística y, por lo tanto, a su libertad de expresión, tiene como finalidad constitucional última **garantizar que el electorado esté**

debidamente informado a efecto de poder ejercer efectivamente sus derechos políticos.

Para que se garantice el derecho de los ciudadanos a estar debidamente informados y, por consecuencia, la libertad de expresión de los periodistas y de la prensa, los partidos políticos deben de tener **un mínimo deber de diligencia** al momento de pautar su propaganda o *spots* a efecto de no descontextualizar de manera injustificada el trabajo periodístico o manipular la información periodística.

En ese contexto, los partidos políticos, si bien pueden incluir en sus promocionales imágenes de comunicados y noticias de medios impresos y hacer uso de la información que difunden los medios de comunicación⁴, deben tener una **especial diligencia** atendiendo a la protección especial de la que goza la actividad periodística. De tal forma, **no es válido manipular o distorsionar la información generada por la prensa escrita so pretexto se emitir una opinión cuando se trate de información que resulta del trabajo periodístico, el cual goza de presunción de legitimidad.**

Por tanto, solo es legítimo difundir, en los promocionales pautados por los partidos, opiniones críticas o información respecto de la labor periodística cuando existan razones que lo justifiquen plenamente y resulte razonable sobre la base de **información verificable y veraz**, señalando la fuente respectiva.

Lo anterior, teniendo en cuenta que una de las más sensibles afectaciones que puede recibir la libertad de expresión y en

⁴ En el recurso relativo al expediente **SUP-REP-104/2017**, la Sala Superior sostuvo que los promocionales deben de tener sustento fáctico, lo cual se acreditaba o se comprobaba al aparecer las imágenes de los periódicos que sustentaban las expresiones en el *spot*. La Sala Superior consideró lo siguiente “[...] la referencia de ciertos hechos que se sustentan en notas periodísticas anteriores, conducen a determinar, que las opiniones ahí vertidas, en primera instancia, no corresponden al sujeto emisor del mensaje, pues éste solo se limita a reproducir un contenido informativo previamente realizado”.

concreto, el periodismo, se configura cuando se presentan actos velados o condiciones *de facto* que tienen la fuerza para colocar a los periodistas, directa o indirectamente, como objetos de ataque o en situación de riesgo o mayor vulnerabilidad, como ocurre cuando miles de promocionales ponen en duda la función periodística.

Se considera una afectación a la libertad de expresión ya que puede generarse un efecto inhibitorio de parte de entes que tienen el poder y la fuerza para lograr que un periodista se limite en su función; lo que incluye a los partidos políticos, en especial como entidades de interés público.

En el presente caso, como se anticipó, nos parece que es claro que el Partido Acción Nacional **hizo un uso indebido de la pauta al incumplir ese mínimo deber de diligencia** al calificar las expresiones de “El Universal”, un medio de comunicación impreso, (y no de un partido político o precandidato o del gobierno o algún funcionario público) como “ataques”, utilizando el pauta correspondiente a sus prerrogativas y señalar que determinada información del periódico no era verdadera, esto es, que en su concepto era falsa.

Dicho incumplimiento atiende a dos razones que se derivan del análisis del promocional: **a)** la consideración de que la difusión de la información contenida en la nota periodística del veintitrés de agosto de dos mil diecisiete por algún medio se trata de un “ataque”, con lo cual se puede válidamente suponer que se busca generar una impresión, ante la ciudadanía, de un manejo no diligente e intencionado de determinada información por parte de “El Universal”, lo que, a su vez, puede tener como finalidad o resultado altamente probable el desacreditar la actividad realizada por el medio de comunicación impreso y el periodista que realizó la nota y **b)** utilizar, como base o justificación para concluir que “los ataques

no eran verdad”, la autoridad de lo que aparentemente decidió un juez federal.

Para llegar a estas conclusiones, es necesario verificar la fuente de información a partir de la cual se afirma que las noticias difundidas por “El Universal” son “ataques” y que no son verdaderas.

Como se desprende de la sentencia dictada el veinticuatro de octubre de dos mil diecisiete, el juez consideró que Ricardo Anaya Cortés acreditó su acción a efecto de que “El Universal” publicara lo siguiente el veintitrés de agosto de dos mil diecisiete:

[...]

c.- No hubo prueba de que el incremento en el patrimonio de la familia política del líder del ** tuviera relación con los cargos obtenidos por éste en su trayectoria laboral y política.

d.- Es inexacto que antes de que ** ostentara el cargo como secretario particular y coordinador de Desarrollo Social del entonces gobernador de Querétaro, **, el suegro de éste ** fuera “un empresario queretano dedicado principalmente a la administración de un modesto hotel y algunas sucursales del restaurante *, pues era propietario de por lo menos tres inmuebles en Querétaro y además socio de la moral *, misma que en el año de mil novecientos noventa y dos adquirió un inmueble con un valor catastral actual de \$148,982,535.50 (ciento cuarenta y ocho millones novecientos ochenta y dos mil quinientos treinta y cinco pesos 50/100 moneda nacional).

e.-Es inexacto que el suegro de ** sea propietario de un “lujoso proyecto inmobiliario denominado ** con el que podría obtener más de trescientos millones de pesos”, dado que esa propiedad se acreditó le pertenece a **.

Como se aprecia, el juez federal estimó que **la información fue inexacta**, mas **no falsa**, ya que los datos informados por “El Universal” crearon “[...] una idea errónea en la mente de los lectores y de la opinión pública; diferente hubiere sido dar a conocer que antes del año dos mil tres la familia política del actor contaba con por lo menos **veintiún** inmuebles mismos que al año dos mil diecisiete ascendieron a un aproximado de **treinta y tres** [...]”. Asimismo, el juez federal concluyó que “[...] de esa comparativa el incremento manejado por el medio de comunicación demandado de

los bienes inmuebles de la familia política del actor **en un 1,304%**, no se justifica, ya que sólo ascendería a un incremento aproximado **de un 57%**, sin contar los bienes hereditarios del padre del suegro del actor de diez fracciones de inmuebles”.

En este sentido, como se adelantó, al manifestarse en el promocional que las expresiones contenidas en la nota periodística constituían un “ataque” en contra del dirigente del Partido Acción Nacional, ello tiene como consecuencia, altamente probable, que la ciudadanía piense que lo publicado por el periódico no se realizó con base en un ejercicio periodístico genuino en el que se hubiese contrastado diligentemente las afirmaciones con una base fáctica suficiente, lo que en la especie sí ocurrió.

Nos parece que la expresión consistente en que “a partir de una nota [...] estuvieron ataque y ataque”, a la par de que en el promocional en televisión aparece la imagen del periódico “El Universal” con el encabezado “Anaya y familia”, así como la posterior expresión de que “resultó que los ataques no eran verdad”, descontextualiza y manipula tanto las notas publicadas por “El Universal” como lo decidido por la justicia federal.

Ese uso indebido de la pauta se desprende objetivamente del hecho de haber editado o descontextualizado la información expresada por los comunicadores Denise Maerker y Ciro Gómez Leyva en sus respectivos programas, a efecto de hacer creer a la ciudadanía que los “ataques” a los que se alude “no eran verdad”, y que ello fue lo que resolvió la justicia federal.

Por otra parte, debe tenerse en cuenta que el mismo uso de la pauta, al considerar como un “ataque” el contenido en la nota periodística, genera el indicio de querer desprestigiar al medio de comunicación impreso, cuando no había la necesidad de denominar así a la actividad periodística desarrollada si lo que se

quería resaltar como finalidad última era que, conforme a la encuesta difundida en el *spot*, el Partido Acción Nacional -junto con otros dos partidos- iban “arriba en las encuestas”.

Finalmente, debe considerarse que el promocional fue pautado a sabiendas de que el periódico no tiene acceso a las mismas prerrogativas en radio y televisión para poder expresar lo que estime pertinente⁵, lo cual lo coloca en un plano de desigualdad, ya que, de hacerlo o permitirsele, podría incurrir en la infracción de contratación de propaganda política o electoral (en su modalidad de negativa).

Conforme a lo anterior, estimamos que el partido político hizo un uso indebido de sus prerrogativas por desatender dos deberes elementales: el deber de protección especial del que gozan los periodistas a fin de que no sean sujetos a situaciones que inhiban su actividad o la pongan en riesgo y, el deber de debida diligencia respecto de la veracidad de los hechos que se expresan en sus promocionales.

Respecto al primer incumplimiento, es claro que el promocional tuvo el efecto de desinformar al electorado sobre hechos relevantes respecto a la situación patrimonial de un dirigente nacional de un partido político; que ello se hizo a partir de generar un previsible desprestigio a un periódico impreso que, en principio, no puede participar en condiciones de igualdad dentro del modelo de comunicación política y que se realizó en el contexto de un proceso electoral. Esto se acredita al calificar como un “ataque” los contenidos de la nota periodística sobre la base de información imprecisa de lo que resolvió la justicia federal.

⁵ Incluso, ello fue materia de pronunciamiento de la Comisión de Quejas y Denuncias en el acuerdo ACQyD-INE-120/2017, al estimar que era improcedente la solicitud formulada por el quejoso, respecto de que se le otorgue tiempo en radio y televisión en forma de réplica para rebatir el contenido del *spot*.

Por otra parte, en relación con el segundo incumplimiento, tal circunstancia puede generar un efecto amedrentador o inhibitorio (“*chilling effect*”) sobre los medios de comunicación impresos o sus periodistas, que no son acordes con el derecho a un debate público libre, abierto y plural en una sociedad democrática. Resulta injustificado que se pretenda utilizar el pautado como una forma de represalia a fin de menoscabar la imagen o el prestigio de un medio de comunicación impreso, por lo que estimamos que la difusión de este *spot* o similares tiene un grave impacto en el proceso electoral en curso.

Así, el *spot* en cuestión podría traducirse en un medio indirecto de censura a la labor periodística, al cuestionar la información contenida en la nota, calificándola como “ataques”, cuando conforme a lo decidido por el juzgado federal la publicación de “El Universal” fue calificada como inexacta.

5.2. Desacuerdo por tratarse de un contenido de interés general

El punto de disenso que explica el voto concurrente que emitimos consiste en que, desde nuestra óptica, los tiempos o prerrogativas no se dirigieron de manera exclusiva a dar a conocer o abordar temas con un carácter estrictamente personal, porque a nuestro parecer, los hechos vinculados con el patrimonio del presidente de un partido político nacional o miembros de su familia, son aspectos que no deben circunscribirse o calificarse como de interés particular o específico. Por el contrario, al revestir interés general coadyuvan a la formación de opinión pública y, de ese modo, deben participar del esquema deliberativo que conforma el debate público.

Lo anterior, porque su conocimiento público tiene una incidencia fundamental sobre sus acciones y honorabilidad, rubro que no puede ser ajeno a la opinión pública.

En suma, el análisis que plasmamos en nuestra posición, no supone que los partidos políticos carezcan de la posibilidad de cuestionar, debatir, replicar u opinar sobre la labor periodística que estimen les genera un perjuicio; para ello cuentan con vías jurídicas y con diferentes mecanismos de comunicación social (comunicados, ruedas de prensa, entrevistas, desplegados informativos, etc.) respecto de los cuales están en una situación de igualdad en relación con otros participantes en el debate público, como son los medios de comunicación impresos.

En efecto, es importante advertir que los candidatos y los partidos políticos, pese a la obligación de proceder con debida diligencia y abstenerse de manipular o descontextualizar lo que pauten, no están impedidos de ejercer otros mecanismos en caso de que se consideren afectados por alguna expresión periodística, como lo es ejercer su derecho de réplica conforme a las reglas del orden jurídico nacional y convencional; buscar algún otro periodista que genere debate a efecto de aclarar o puntualizar aspectos sobre lo que consideren afecta su imagen; o buscar hacerse escuchar a través de otro periodista que por su actividad contribuya a difundir su postura sobre hechos o información que estime se difundieron en su perjuicio.

En nuestro concepto, lo relevante es enfatizar que, en tanto entidades de interés público y corresponsables del sistema democrático, los partidos tienen un especial deber de cuidado al momento de definir el contenido de sus promocionales que difunden como parte de sus prerrogativas, de forma tal que no generen efectos perjudiciales al debate público libre, amplio y plural, como lo son la desinformación de la ciudadanía o la inhibición de la labor periodística. Lo anterior, con mayor razón, si existe una asimetría entre el partido político y el medio de comunicación impreso que no cuenta con las prerrogativas y la

posibilidad de utilizar la radio o televisión so pena de infringir la normatividad aplicable.

Finalmente, destacamos que la posición mayoritaria en la sentencia sostiene una premisa que en mi concepto es errada, según la cual la “ciudadanía resultó afectada” debido a que se pautó un promocional como un asunto que atañe a su dirigente nacional y no al partido político. En nuestra opinión tal postura afecta también a la ciudadanía, pues inhibe a los partidos políticos para que, incluso en periodo de campaña, no puedan referirse a cuestiones análogas a las del presente caso que incidan en la imagen y reputación de los candidatos que postulen.

En pocas palabras, se restringe un medio, es decir, el pautado en tiempos del Estado a través de los spots de forma injustificada, lo que trae como consecuencia que la ciudadanía no pueda conocer o informarse a través de ellos respecto a temas de interés público.

Además, debe considerarse que, así como “El Universal” no puede contratar espacios comerciales en radio y televisión para divulgar información o ideas que podrían afectar al partido político o a su dirigencia, tampoco el dirigente de un partido político, podría contratar espacios en radio y televisión so pretexto de informar sobre un tema privado o particular. En nuestro concepto, aunque la información verse sobre un tema de patrimonio familiar, en realidad se trata de un debate público en torno a la honradez del dirigente nacional de un partido político que tiene como consecuencia indirecta, previsible y razonable –si es que no directa y evidente– una afectación a la imagen del partido. De ahí que, tratándose del tipo de información que nos ocupa, no puede negarse su carácter público, dado el interés general que la distingue y el efecto en la opinión pública que genera.

5.3. Posible uso indebido de la pauta derivado de la exposición de las imágenes de los periodistas

En el caso particular, el promocional pautado emplea la imagen de algunos periodistas, y la utiliza con el propósito de cuestionar la actividad de otra persona moral también encargada del ejercicio periodístico, como lo es el diario “El Universal”, quien había desarrollado, en el ámbito de su actividad, una investigación informativa en cuanto al entonces dirigente partidista.

Pese a que en el presente caso no está alegada esta cuestión, es importante destacar que en el año 2015, se reprobó y sancionó a un partido político por un promocional que utilizaba la imagen del periodista Joaquín López Dóriga sin su autorización, aunado a que ésta fue utilizada dentro de un contexto que hacía referencia a hechos delicados que acontecen en la sociedad, como lo son la delincuencia organizada y la crisis económica, entre otros⁶.

Desde nuestra perspectiva, resulta necesario proteger el trabajo y la imagen de los periodistas, sin que los partidos políticos expongan su imagen sin su consentimiento, haciendo un posible uso indebido de la pauta, aunado a los posibles efectos inhibitorios que pueden generarse al confrontarse indebidamente el trabajo periodístico.

6. Conclusión

Conforme a lo anterior, estimamos que lo procedente es revocar la resolución impugnada a efecto de que la Sala Especializada responsable determine la sanción que corresponda al partido político, debido a que la difusión del promocional por parte del partido político, como parte de sus prerrogativas, para expresar que

⁶ SUP-REP-55/2015.

“no eran verdad” los supuestos “ataques” por parte de un medio de comunicación impresa hacia su dirigente nacional, constituye un uso indebido de la pauta, en razón de trastocar el ejercicio legítimo del periodismo y por la utilización de la imagen de comunicadores en forma descontextualizada.

MAGISTRADO

MAGISTRADO

**REYES RODRÍGUEZ
MONDRAGÓN**

FELIPE DE LA MATA PIZAÑA

Anexo Único

POSICIONAMIENTO DE LOS MAGISTRADOS REYES RODRÍGUEZ MONDRAGÓN Y FELIPE DE LA MATA PIZÑA RESPECTO DE LOS RECURSOS DE REVISIÓN DEL PROCEDIMIENTO ESPECIAL SANCIONADOR SUP-REP-32/2018 Y SUP-REP-34/2018 ACUMULADOS⁷

ÍNDICE

GLOSARIO.....
1. Posición mayoritaria
2. Razones de disenso.....
2.1. Contenido del promocional.....
2.2. Las expresiones efectuadas en el spot constituyen una manipulación o descontextualización del ejercicio periodístico
2.3. Posible uso indebido de la pauta derivado de la exposición de las imágenes de los periodistas.....
3. Conclusión.....

GLOSARIO

Periodista	Periodista es la persona física o moral que se dedica a difundir información con relevancia social, como lo definió la Primera Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, en el amparo en revisión 1422/2015 ⁸
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
Constitución General	Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

La cuestión central a resolver en el presente asunto es si la difusión por un partido político de un *spot* o promocional en el cual expresa que “no eran verdad” supuestos “ataques” por parte de un medio de comunicación impresa hacia su dirigente nacional, constituye una irregularidad conforme a la normatividad electoral, por el uso descontextualizado de sus promocionales para replicar dicha información, lo que afecta sustancialmente el ejercicio de la actividad periodística, por inhibir esa actividad.

Lo planteado implica analizar dos aspectos de relevancia: **a)** el deber de los partidos políticos respecto a la reproducción o alusión en sus promocionales de hechos noticiosos o noticias transmitidas, difundidas o generadas por medios de comunicación y **b)** los alcances del deber de protección especial que tienen los periodistas respecto

⁷ Colaboraron en su elaboración Mauricio I. del Toro Huerta, Ernesto Camacho Ochoa, José Luis Ceballos Daza y Santiago J. Vázquez Camacho.

⁸ “[...] Así, periodista es cualquier persona que difunda información con relevancia social, con independencia del medio de comunicación en el que se desempeñe (radio, televisión o blogs en internet), si está asociado a algún medio de comunicación, o ejerce su profesión de forma independiente, o si realiza dicha actividad de forma habitual o permanente, etc. [...]”.

del uso de las noticias que difunden o generan por parte de los partidos en sus promocionales en radio y televisión como parte de sus prerrogativas.

A fin de analizar de manera integral los agravios del periódico “El Universal” se debe valorar el contexto en el que se emiten los promocionales y las limitaciones que establece el modelo de comunicación política vigente, particularmente tres aspectos: **a)** la necesidad de promover un debate público amplio y plural durante los procesos electorales; **b)** el deber de los partidos de veracidad en sus contenidos como parte del derecho a la información veraz del electorado, y; **c)** la protección especial de los derechos de los periodistas para que participen de manera libre en el debate público y su derecho a no ser sujetos de mecanismos directos o indirectos de censura previa que tengan un efecto amedrentador o inhibitorio (“*chilling effect*”).

Consideramos que los periodistas conforman un sector al que el Estado mexicano deber otorgar una protección especial por constituir el eje central de la circulación de ideas e información pública, de forma que ante la labor fundamental que desarrollan, **gozan de especial protección en el ejercicio de sus derechos humanos fundamentales reconocidos y garantizados en los instrumentos internacionales en la materia**, en la Constitución General, así como en la legislación, especialmente por cuanto hace al desempeño de su labor.

Bajo esa tesitura, el contenido del promocional, al aludir o hacer referencia indirecta al trabajo de investigación de “El Universal” y la forma en que fue retomado por profesionales de la comunicación de forma descontextualizada y calificándola como un “ataque”, se tradujo en una interferencia indirecta y desproporcionada a dicha actividad, al cuestionarse indebidamente la veracidad en su actuación en restricción a su libertad de expresión y al derecho de la ciudadanía a estar debidamente informada.

Atendiendo a tales cuestiones y partiendo de los agravios del recurrente, estimamos que en el presente caso se configuró un uso indebido de la pauta, lo que nos lleva a compartir el sentido de la propuesta de revocación de la decisión impugnada, pero a partir de consideraciones distintas.

1. Posición mayoritaria

La decisión mayoritaria estima que en el presente caso se configuró un **uso indebido de la pauta**. Ello debido a que se considera que las expresiones reclamadas no tienen como finalidad crear, transformar o confirmar opiniones a favor de ideas y creencias o estimular determinadas conductas políticas -finalidades de la propaganda política-, y, más bien, se refieren a temas estrictamente particulares, relativos a los mencionados reportajes, a una *litis* en sede jurisdiccional federal relacionada con el derecho de réplica entre “El Universal” y Ricardo Anaya Cortés, y a la justificación de lo que se consideró como un *ataque*.

Para la mayoría, no se trató de un mensaje de carácter institucional (relacionado con los fines del partido), sino personal y de naturaleza particular, al referirse exclusivamente a la difusión de la nota periodística en la que el señalado partido político no fue sujeto implicado, así como a la determinación de una autoridad jurisdiccional vinculada con esa publicación, en cuyo proceso no figuró como parte el señalado instituto político.

Se considera que, si bien el tema principal del *spot* tiene que ver con un hecho que podría considerarse de interés general, como lo es el patrimonio de Ricardo Anaya Cortés, que es una persona con proyección pública, ello no autoriza a que dicho instituto político pueda emplear los tiempos que el Estado le proporciona para fijar posturas o presentar hechos relacionados con los sucesos o litigios que atañen exclusivamente a ese ciudadano.

Finalmente, estima que no es constitucionalmente admisible que un instituto político use las pautas electorales para debatir públicamente con un medio de comunicación aspectos difundidos por éste que pudieran serle incómodos a él o a uno de sus dirigentes o integrantes, porque ello también pudiera dar lugar a disuadir la labor informativa que desarrollan de manera profesional los medios de comunicación al amparo de la libertad de expresión.

Asimismo, la posición mayoritaria estima que el material audiovisual promociona a Ricardo Anaya Cortés, entonces dirigente nacional del PAN, haciendo una **sobreexposición de su persona**. La mayoría estima que auditiva y visualmente aparece el nombre e imagen de Ricardo Anaya Cortés en una parte importante del promocional, en donde se conjugan nombre e imagen, por lo que válidamente puede apreciarse una centralidad del sujeto. Por otra parte, se considera que el discurso gira en torno a temas personales del referido ciudadano –el supuesto aumento de su

patrimonio- y la réplica a ésta que le concedió un juez federal, de forma que la narrativa del mensaje se relaciona con la nota publicada el veintitrés de agosto vinculada, lo cual, si bien podría ser de interés público, ello alude a un aspecto personal de Ricardo Anaya Cortés.

2. Razones de disenso

A continuación, se exponen las razones por las cuales no se comparten las consideraciones de la posición mayoritaria en relación con la acreditación de un uso indebido de la pauta y de una sobreexposición de Ricardo Anaya Cortés.

En primer lugar, estimamos que el agravio por **uso indebido de la pauta** está dirigido, por una parte, a demostrar que el partido político ejerció su derecho de réplica a través del promocional, lo que la propia posición mayoritaria califica de infundado.

Asimismo, el análisis también está orientado a demostrar que se hizo un uso de las prerrogativas del partido político para un asunto que compete exclusivamente al ámbito personal de su entonces dirigente Ricardo Anaya Cortés. Para la mayoría esa parte del agravio es fundada; sin embargo, nosotros pensamos que dicho argumento también es infundado.

Estimamos que los partidos políticos sí pueden hacer uso de su pauta a efecto de tratar temas de interés general, como lo pueden ser las relativas a afirmaciones o investigaciones ministeriales o incluso periodísticas que se desarrollen con motivo de un supuesto enriquecimiento ilícito de su dirigente nacional, siempre y cuando se haga de forma tal que no resulte contrario al modelo de comunicación política o que afecte derechos de terceros.

Por otra parte, contrario a lo que sostiene la mayoría, pensamos que el *spot* no puede considerarse como una promoción personal del exdirigente del Partido Acción Nacional, ni que se traduzca en una **sobreexposición** de la figura de Ricardo Anaya Cortés. Lo anterior, debido a que el promocional se centra en un debate de interés general en torno a la figura del dirigente del Partido Acción Nacional y no, como lo califica la mayoría, exclusivamente en un aspecto personal de éste.

El promocional no sobreexpone la figura de Ricardo Anaya Cortés, sino que cuestiona lo que se califica como “ataques” por parte, entre otros, de un medio de comunicación, los cuales serían consecuencia de que el partido político supuestamente se encontraba arriba en las encuestas, lo cual, como se observará no configura una sobreexposición de la figura del dirigente nacional que suponga un uso indebido de la pauta.

En nuestro concepto, el promocional actualiza un uso indebido de la pauta, derivado, por un lado, de la manipulación o descontextualización del ejercicio periodístico y, por otro, del uso indebido de la imagen de los periodistas. A continuación, se describirá el contenido del promocional y se expondrán nuestras consideraciones en relación con el uso indebido de la pauta por parte del partido político.

2.1. Contenido del promocional

El promocional en televisión tiene el siguiente contenido:

PANUN1S RV01227 (televisión)	
<p>Voz en off: ¿Recuerdas que a partir de una nota del 23 de agosto estuvieron ataque y ataque a la dirigencia del PAN y a su presidente Ricardo Anaya?</p>	

PANUN1S RV01227 (televisión)	
<p>Voz en off: El asunto se llevó ante un juez federal y ¿qué crees?</p> <p>Inserción de nota en voz de Ciro Gómez Leyva: Ricardo Anaya presidente del PAN celebró hoy que un juez le dio la razón...</p>	
<p>Inserción de nota en voz de Denise Maerker: Un juez federal concedió al presidente del PAN Ricardo Anaya el derecho de réplica...</p>	
<p>Voz en off: Resultó que los ataques no eran verdad, y ¿sabes por qué tantos ataques? Porque vamos arriba en las encuestas. Vamos a lograr el cambio. Sí se puede, ya verás. PAN.</p>	

De dicho contenido pueden extraerse las siguientes conclusiones:

- En el promocional se menciona cuatro veces la palabra “ataque” o “ataques”.

- El promocional relaciona la palabra “ataques” con la nota periodística titulada “Anaya y familia” del veintitrés de agosto, publicada por “El Universal”.
- Se afirma que los “ataques” se dirigen a la dirigencia del PAN y a Ricardo Anaya Cortés.
- Se utiliza la autoridad del Poder Judicial Federal para concluir que, al “darle la razón” y concederle “el derecho de réplica” a Ricardo Anaya Cortés, ello deriva en que “los ataques no eran verdad”.
- En este sentido, se asocian dos ideas a la nota periodística: que la misma constituye un “ataque” y que la misma “no era verdad”.
- Se da a entender que “tantos ataques” obedecen a que el PAN (y otros dos partidos) van arriba en las encuestas.

2.2. Las expresiones efectuadas en el spot constituyen una manipulación o descontextualización del ejercicio periodístico

En el presente caso es relevante tener en cuenta que el promocional no está dirigido a otro partido político, candidato o precandidato, sino a un **medio de comunicación** a través del cual diversos periodistas ejercen su labor.

La Sala Superior ha construido **un criterio de protección reforzada a los periodistas**, no sólo en lo individual, sino también a los medios de comunicación a través de los cuales difunden su información u opiniones⁹. Se ha sostenido que, en el ejercicio de su labor, en específico en el ámbito político, es deseable que los periodistas, y los medios de comunicación en los que se expresan, proporcionen a la sociedad, en forma responsable, información oportuna para contribuir a la formación de una opinión libre e incluso crítica, en especial, cuando se abordan tópicos de interés público o general. En este sentido, la Sala Superior ha reconocido la importancia de garantizar a la prensa la mayor libertad y el más amplio grado de protección para criticar personas con proyección pública.

Lo anterior, debido a que la prensa desempeña un papel fundamental para garantizar y facilitar la libre expresión en los procesos electorales, al actuar de enlace entre los votantes y sus representantes políticos; pues constituyen una plataforma para la transmisión de ideas políticas; informan a los votantes acerca de los candidatos y sus respectivas filiaciones; analizan las promesas políticas y ponen a prueba su solidez y veracidad; y velan por la rendición de cuentas en el proceso electoral.

A partir del reconocimiento de la importancia del ejercicio libre y auténtico del periodismo para una sociedad democrática, se ha buscado maximizar el debate público; de forma tal que la labor periodística se considera un elemento fundamental para exponer críticas y campañas electorales. Ello permite mantener informada a la sociedad sobre lo que ocurre y sus distintas interpretaciones, y resulta en una condición necesaria para que el debate sobre asuntos generales y dentro de los procesos electorales sea libre, plural, fuerte, informado y vigoroso.

De ahí que una manera efectiva para garantizar dicho debate sea proporcionar a los medios de comunicación un espacio independiente en el que publicar libremente sus contenidos informativos y opiniones, sin temor a censuras previas represalias o ataques injustificados.

Ahora bien, como se observa, la protección a la labor periodística y, por lo tanto, a su libertad de expresión, tiene como finalidad constitucional última **garantizar que el electorado esté debidamente informado a efecto de poder ejercer efectivamente sus derechos políticos**.

Para que se garantice el derecho de los ciudadanos a estar debidamente informados y, por consecuencia, la libertad de expresión de los periodistas y de la prensa, los partidos políticos deben de tener **un mínimo deber de diligencia** al momento de pautar su propaganda o *spots* a efecto de no descontextualizar de manera injustificada el trabajo periodístico o manipular la información periodística.

En ese contexto, los partidos políticos, si bien pueden incluir en sus promocionales imágenes de comunicados y noticias de medios impresos y hacer uso de la información que difunden los medios de comunicación¹⁰, deben tener una **especial diligencia**

⁹ Tesis XVI/2017, de rubro “**PROTECCIÓN AL PERIODISMO. CRITERIOS PARA DESVIRTUAR LA PRESUNCIÓN DE LICITUD DE LA ACTIVIDAD PERIODÍSTICA**”, pendiente de publicación en la Gaceta de Jurisprudencia y Tesis en materia electoral.

¹⁰ En el recurso relativo al expediente **SUP-REP-104/2017**, la Sala Superior sostuvo que los promocionales deben de tener sustento fáctico, lo cual se acreditaba o se

atendiendo a la protección especial de la que goza la actividad periodística, de forma tal que **no es válido manipular o distorsionar la información generada por la prensa escrita so pretexto de emitir una opinión de la misma cuando se trate de información resultante del trabajo periodístico, el cual goza de presunción de legitimidad.**

Por tanto, solo resulta legítimo difundir en los promocionales pautados por los partidos opiniones críticas o información respecto de la labor periodística de la prensa escrita cuando existan razones que lo justifiquen plenamente y resulte razonable sobre la base de **información verificable y veraz**, señalando la fuente respectiva.

Lo anterior, teniendo en cuenta que una de las más sensibles afectaciones que puede recibir la libertad de expresión y en concreto, el periodismo, se presenta cuando se presentan actos velados o condiciones de hecho que tienen la fuerza para colocar a los periodistas, directa o indirectamente, como objetos de ataque o en situación de riesgo o mayor vulnerabilidad, como ocurre, cuando miles de promocionales ponen en duda la función periodística.

Esto, porque con ello puede generarse un efecto inhibitorio de parte de entes que tienen el poder y la fuerza para lograr que un periodista se limite en su función; lo que incluye a los partidos políticos, en especial como entidades de interés público.

En el presente caso, nos parece que es claro que el Partido Acción Nacional **hizo un uso indebido de la pauta al incumplir ese mínimo deber de diligencia** al calificar las expresiones de “El Universal”, un medio de comunicación impreso, (y no de un partido político o precandidato o del gobierno o algún funcionario público) como “ataques”, utilizando el pauta correspondiente a sus prerrogativas y señalar que determinada información del periódico no era verdadera, esto es, que en su concepto era falsa.

Dicho incumplimiento atiende a dos razones que se derivan del análisis del propio promocional: **a)** la consideración de que la difusión de la información contenida en la nota periodística del veintitrés de agosto de dos mil diecisiete por algún medio se trata de un “ataque”, con lo cual se puede válidamente suponer que se busca generar ante la ciudadanía una impresión de un manejo no diligente e intencionado por parte de “El Universal” de determinada información, lo que, a su vez, puede tener como finalidad o resultado altamente probable el desacreditar la actividad realizada por el medio de comunicación impreso y el periodista que realizó la nota y **b)** utilizar, como base o justificación para concluir que “los ataques no eran verdad”, la autoridad de lo decidido aparentemente por un juez federal.

Para llegar a dichas conclusiones, es necesario verificar la fuente de información a partir de la cual se afirma que las noticias difundidas por “El Universal” son “ataques” y que no son verdaderas.

Como se desprende de la sentencia dictada el veinticuatro de octubre de dos mil diecisiete, el juez consideró que Ricardo Anaya Cortés acreditó su acción a efecto de que “El Universal” publicara lo siguiente con motivo de la nota periodística del veintitrés de agosto de dos mil diecisiete:

[...]

c.- No hubo prueba de que el incremento en el patrimonio de la familia política del líder del ** tuviera relación con los cargos obtenidos por éste en su trayectoria laboral y política.

d.- Es inexacto que antes de que ** ostentara el cargo como secretario particular y coordinador de Desarrollo Social del entonces gobernador de Querétaro, **, el suegro de éste ** fuera “un empresario queretano dedicado principalmente a la administración de un modesto hotel y algunas sucursales del restaurante *, pues era propietario de por lo menos tres inmuebles en Querétaro y además socio de la moral *, misma que en el año de mil novecientos noventa y dos adquirió un inmueble con un valor catastral actual de \$148,982,535.50 (ciento cuarenta y ocho millones novecientos ochenta y dos mil quinientos treinta y cinco pesos 50/100 moneda nacional).

comprobaba al aparecer las imágenes de los periódicos que sustentaban las expresiones en el *spot*. La Sala Superior consideró lo siguiente “[...] la referencia de ciertos hechos que se sustentan en notas periodísticas anteriores, conducen a determinar, que las opiniones ahí vertidas, en primera instancia, no corresponde al sujeto emisor del mensaje, pues éste solo se limita a reproducir un contenido informativo previamente realizado”.

e.-Es inexacto que el suegro de ** sea propietario de un “lujoso proyecto inmobiliario denominado ** con el que podría obtener más de trescientos millones de pesos”, dado que esa propiedad se acreditó le pertenece a **.

Como se aprecia, el juez federal estimó que **la información fue inexacta**, mas **no falsa**, ya que los datos informados por “El Universal” crearon “[...] una idea errónea en la mente de los lectores y de la opinión pública; diferente hubiere sido dar a conocer que antes del año dos mil tres la familia política del actor contaba con por lo menos **veintiún** inmuebles mismos que al año dos mil diecisiete ascendieron a un aproximado de **treinta y tres** [...]”. Asimismo, el juez federal concluyó que “[...] de esa comparativa el incremento manejado por el medio de comunicación demandado de los bienes inmuebles de la familia política del actor **en un 1304%**, no se justifica, ya que sólo ascendería a un incremento aproximado **de un 57%**, sin contar los bienes hereditarios del padre del suegro del actor de diez fracciones de inmuebles”.

En este sentido, como se adelantó, al manifestar el promocional que las expresiones contenidas en la nota periodística constituían un “ataque” contra el dirigente del Partido Acción Nacional, ello tiene como consecuencia, altamente probable, de que la ciudadanía piense que lo publicado por el periódico no se realizó con base en un ejercicio periodístico genuino en el que se hubiese contrastado diligentemente las afirmaciones con una base fáctica suficiente, lo que en la especie sí ocurrió.

Nos parece que la expresión consistente en que “a partir de una nota [...] estuvieron ataque y ataque”, a la par de que en el promocional en televisión aparece la imagen del periódico “El Universal” con el encabezado “Anaya y familia”, así como la posterior expresión de que “resultó que los ataques no eran verdad”, descontextualiza y manipula tanto las notas publicadas por “El Universal” como lo decidido por la justicia federal.

Ese uso indebido de la pauta se desprende objetivamente del hecho de haber editado o descontextualizado la información expresada por los comunicadores Denise Maerker y Ciro Gómez Leyva en sus respectivos programas, a efecto de hacer creer a la ciudadanía que los “ataques” a los que se alude “no eran verdad”, y que ello fue lo que resolvió la justicia federal.

Por otra parte, debe tenerse en cuenta que el mismo uso de la pauta, al considerar como un “ataque” el contenido en la nota periodística, genera el indicio de querer desprestigiar al medio de comunicación impreso, cuando no había la necesidad de denominar así a la actividad periodística desarrollada si lo que se quería resaltar como finalidad última era que, conforme a la encuesta difundida en el *spot*, el Partido Acción Nacional -junto con otros dos partidos- iban “arriba en las encuestas”.

Finalmente, debe considerarse que el promocional fue pautado a sabiendas de que el periódico no tiene acceso a las mismas prerrogativas en radio y televisión para poder expresar lo que estime pertinente¹¹, lo cual lo coloca en un plano de desigualdad, ya que, de hacerlo o permitirselo, podría incurrir en la infracción de contratación de propaganda política o electoral (en su modalidad de negativa).

Conforme a lo anterior, estimamos que el partido político hizo un uso indebido de sus prerrogativas. Ello por desatender dos deberes elementales: el deber de debida diligencia respecto de la veracidad de los hechos que se expresan en sus promocionales y el deber de protección especial del que gozan los periodistas a fin de que no sean sujetos a situaciones que inhiban su actividad o la pongan en riesgo.

Respecto al primer incumplimiento, es claro que el promocional tuvo el efecto de desinformar al electorado sobre hechos relevantes respecto a la situación patrimonial de un dirigente nacional de un partido político; que ello se hizo a partir de generar un previsible desprestigio a un periódico impreso que, en principio, no puede participar en condiciones de igualdad dentro del modelo de comunicación política y que se realizó en el contexto de un proceso electoral. Esto se acredita al calificar como un “ataque” los contenidos de la nota periodística sobre la base de información imprecisa de lo resuelto por la justicia federal.

Por otra parte, en relación con el segundo incumplimiento, tal circunstancia puede generar un efecto amedrentador o inhibitorio (“*chilling effect*”) sobre los medios de comunicación impresos o sus periodistas, que no son acordes con el derecho a un debate público libre, abierto y plural en una sociedad democrática. Pues resulta

¹¹ Incluso, ello fue materia de pronunciamiento de la Comisión de Quejas y Denuncias en el acuerdo ACQyD-INE-120/2017, al estimar que era improcedente la solicitud formulada por el quejoso, respecto de que se le otorgue tiempo en radio y televisión en forma de réplica para rebatir el contenido del *spot*.

injustificado que se pretenda utilizar el pautado como una forma de represalia a fin de menoscabar la imagen o el prestigio de un medio de comunicación impreso. Por ello, en el caso, estimamos que la difusión de este *spot* o similares tiene un grave impacto en el proceso electoral en curso.

Así, el *spot* en cuestión podría traducirse en un medio indirecto de censura a la labor periodística, al cuestionar, calificando como “ataques” la información contenida en la nota en cuestión, cuando la misma fue inexacta conforme a lo decidido por el juzgado federal.

Lo anterior no supone que los partidos políticos no estén en posibilidad de cuestionar, debatir, replicar u opinar sobre la labor periodística que estimen les genera un perjuicio; para ello cuentan con vías jurídicas y con diferentes mecanismos de comunicación social (comunicados, ruedas de prensa, entrevistas, desplegados informativos, etc.) respecto de los cuales están en una situación de igualdad en relación con otros participantes en el debate público, como son los medios de comunicación impresos.

En efecto, es importante advertir que los candidatos y los partidos políticos, pese a su obligación de proceder con debida diligencia y abstenerse de manipular o descontextualizar lo que pauten, no están impedidos de ejercer otros mecanismos en caso de que se consideren afectados por alguna expresión periodística, como lo es ejercer su derecho de réplica conforme a las reglas del orden jurídico nacional y convencional; buscar algún otro periodista que genere debate a efecto de aclarar o puntualizar aspectos sobre lo que consideren afecta su imagen, o; buscar hacerse escuchar a través de otro periodista que por su actividad contribuya a difundir su postura sobre hechos o información que estime se difundieron en su perjuicio.

En nuestro concepto, lo relevante es enfatizar que, en tanto entidades de interés público y corresponsables del sistema democrático, los partidos tienen un especial deber de cuidado al momento de definir el contenido de sus promocionales que difunden como parte de sus prerrogativas, de forma tal que no generen efectos perjudiciales al debate público libre, amplio y plural, como lo son la desinformación de la ciudadanía o la inhibición de la labor periodística. Lo anterior, con mayor razón, si existe una asimetría entre el partido político y el medio de comunicación impreso que no cuenta con las prerrogativas y la posibilidad de utilizar la radio o televisión so pena de infringir la normatividad aplicable.

2.3. Posible uso indebido de la pauta derivado de la exposición de las imágenes de los periodistas

En el caso particular, el promocional pautado emplea la imagen de periodistas, y la utiliza con algunas partes con el propósito de cuestionar la actividad de otra persona moral también encargada del ejercicio periodístico -el diario “El Universal”, quien había desarrollado, en el ámbito de su actividad, una investigación informativa en cuanto al entonces dirigente partidista.

Pese a que en el presente caso no está alegada esta cuestión, es importante destacar que en el año 2015, se reprobó y sancionó a un partido político por un promocional que utilizaba la imagen del periodista Joaquín López Dóriga sin su autorización, aunado a que ésta fue utilizada dentro de un contexto que hacía referencia a hechos delicados que acontecen en la sociedad, delincuencia organizada, crisis económica, entre otros¹². Desde nuestra perspectiva, resulta necesario proteger el trabajo y la imagen de los periodistas sin que los partidos políticos la expongan haciendo un posible uso indebido de la pauta, al no haber consentido ello, aunado a los posibles efectos inhibitorios que pueden generarse al confrontarse indebidamente el trabajo periodístico.

3. Conclusión

Por las razones anteriores, estimamos que lo procedente es revocar la resolución impugnada a efecto de que la Sala Especializada responsable determine la sanción que corresponda al partido político. Lo anterior, debido a que la difusión del promocional por parte del partido político, como parte de sus prerrogativas, a efecto de expresar que “no eran verdad” supuestos “ataques” por parte de un medio de comunicación impresa hacia su dirigente nacional, constituye un uso indebido de la pauta.

¹² SUP-REP-55/2015.