

RECURSOS DE APELACIÓN

EXPEDIENTES: SUP-RAP-202/2018 Y SUP-RAP-207/2018

RECURRENTES: PARTIDOS ENCUENTRO SOCIAL Y MORENA

AUTORIDAD RESPONSABLE:
CONSEJO GENERAL DEL
INSTITUTO NACIONAL
ELECTORAL

MAGISTRADO PONENTE: JOSÉ LUIS VARGAS VALDEZ

SECRETARIO: HÉCTOR RAFAEL CORNEJO ARENAS

COLABORARON: LUZ DEL CARMEN GLORIA BECERRIL Y JESÚS ALBERTO GODÍNEZ CONTRERAS

Ciudad de México, a veintitrés de agosto de dos mil dieciocho.

Sentencia de la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en el recurso de apelación al rubro indicado, que **confirma** la resolución INE/CG583/2018, emitida por el Consejo General del Instituto Nacional Electoral¹, respecto del procedimiento administrativo sancionador en materia de fiscalización de clave INE/Q-COF-UTF/32/2018.

CONTENIDO

RESULTANDO	2
CONSIDERANDO	3
I. Jurisdicción y competencia.....	3
II. Acumulación.....	4
III. Procedencia.....	4
IV. Estudio de fondo.....	6
RESUELVE	25

¹ En adelante INE.

RESULTANDO

I. Antecedentes

- 1 De la narración de hechos que los recurrentes hacen en sus escritos de impugnación, así como de las constancias que obran en el expediente, se advierte lo siguiente:

A. Escrito de queja del Partido Acción Nacional²

- 2 El veintiocho de febrero³, el representante propietario del PAN ante el Consejo General del INE presentó escrito de queja ante la Unidad Técnica de Fiscalización⁴, en contra del partido político Morena, Andrés Manuel López Obrador como su entonces precandidato a la Presidencia de la República, así como de Mario Martín Delgado Carillo⁵.
- 3 El PAN denuncia presuntas infracciones en materia de fiscalización con la difusión de un video en Facebook como anuncio publicitario, denominado “ANAYA es más de lo mismo”, en cuyo calce se observa la frase “*¡Que no se te pase! Ricardo Anaya Cortés quiere subirnos el IVA y bajarle los impuestos a quienes más tienen. Quiere seguir empobreciendo al país. ¡Es igual al PRI! #JuntosHaremosHistoria*”.
- 4 Así, el cinco de marzo, la UTF acordó integrar el expediente con la clave de identificación INE/Q-COF-UTF/32/2018.

B. Resolución impugnada (INE/CG583/2018)

- 5 El dieciocho de julio, el Consejo General del INE emitió resolución en el referido procedimiento sancionador, mediante la cual determinó, entre otras cosas, sancionar a los partidos políticos

² En adelante PAN.

³ Todas las fechas referidas corresponden a dos mil dieciocho, salvo mención en contrario.

⁴ En lo subsecuente UTF.

⁵ En su carácter de Senador de la República por el PT, correspondiente a la LXIII Legislatura; quien, en el presente Proceso Electoral Federal, contendió como candidato a Diputado Federal por el 13 distrito electoral federal de la Ciudad de México.

integrantes de la otrora coalición “Juntos Haremos Historia⁶” por la omisión de reportar los ingresos en especie respecto de dicha publicidad del video denunciado.

II. Recurso de apelación

A. Demanda

- 6 El veinte y veintidós de julio, los partidos políticos nacionales Encuentro Social⁷ y Morena, respectivamente, promovieron recursos de apelación a fin de controvertir la resolución INE/CG583/2018 citada.

B. Recepción y turno

- 7 El veinticuatro y veintiséis de julio se recibieron en este Tribunal Electoral las demandas, las constancias correspondientes y los informes circunstanciados, por lo que, la Magistrada Presidenta de esta Sala Superior, acordó integrar los expedientes SUP-RAP-202/2018 y SUP-RAP-207/2018, y turnarlos a la Ponencia del Magistrado José Luis Vargas Valdez, para los efectos señalados en el artículo 19 de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral⁸.

III. Admisión y cierre de instrucción

- 8 Al no existir alguna cuestión pendiente de desahogar, el Magistrado Instructor admitió los recursos de apelación, cerró la instrucción y ordenó formular el respectivo proyecto de sentencia.

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

I. Jurisdicción y competencia

- 9 El Tribunal ejerce jurisdicción y esta Sala Superior es competente para conocer y resolver los presentes medios de impugnación, por tratarse de recursos de apelación interpuestos partidos políticos,

⁶ En lo sucesivo la coalición.

⁷ En adelante PES.

⁸ En adelante Ley de Medios.

en contra de una resolución emitida por el Consejo General del INE⁹; por la que se les sancionó con motivo de la omisión de reportar en los informes correspondientes ingresos en especie por la publicidad de un video en la red social Facebook, denominado “ANAYA es más de lo mismo”.

II. Acumulación

- 10 De la lectura integral de las demandas, se advierte que los recurrentes, impugnan la resolución INE/CG583/2018, emitida por el Consejo General del INE, respecto del procedimiento administrativo sancionador en materia de fiscalización, instaurado en contra de los partidos políticos Morena, del Trabajo, Encuentro Social, así como de Andrés Manuel López Obrador.
- 11 Así, al existir identidad en el acto impugnado y en la autoridad señalada como responsable, con fundamento en los artículos 199, fracción XI, de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación, 31 de la Ley de Medios y 79 del Reglamento Interior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, se decreta la acumulación del expediente SUP-RAP-207/2018, al diverso SUP-RAP-202/2018, por ser éste el más antiguo.
- 12 En consecuencia, se deberá glosar copia certificada de los puntos resolutive de la presente ejecutoria, a los autos del expediente acumulado.

III. Procedencia

- 13 El recurso de apelación reúne los requisitos de procedencia establecidos en la Ley de Medios¹⁰, como a continuación se detalla:

⁹ Ello de conformidad con lo dispuesto por los artículos 41, párrafo segundo, base VI, y 99, párrafo cuarto, fracción III, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 186, fracción III, inciso a), de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación; así como 3, párrafo 2, inciso b), 4, párrafo 1, 40 y 44, párrafo 1, inciso a), de la Ley de Medios.

¹⁰ De conformidad con lo previsto en los artículos 7; 8, párrafo 1; 9, párrafo 1; 13, párrafo 1, inciso a), fracción I; 40, párrafo 1, inciso b) y 45, párrafo 1, inciso b), fracción I, de la Ley de Medios.

A. Forma

- 14 Las demandas se presentaron por escrito ante la autoridad responsable. En ellas se hicieron constar el nombre y firma autógrafa de quienes promueven en representación del PES y Morena; el domicilio para oír y recibir notificaciones; la identificación del acto impugnado y la autoridad responsable; los hechos en que se basan las impugnaciones; los agravios que causa el acto impugnado, y los preceptos presuntamente violados.

B. Oportunidad

- 15 Los medios de defensa se presentaron dentro del plazo de cuatro días establecido en el artículo 8, párrafo 1, de la Ley de Medios.
- 16 Lo anterior, en atención a que la resolución impugnada se emitió el **dieciocho de julio**, y el PES presentó su recurso de apelación el **veinte de julio** siguiente; en tanto que, Morena presentó su recurso el **veintidós del mismo mes**, por lo que es evidente que los medios de impugnación se interpusieron dentro del plazo previsto legalmente.

C. Legitimación

- 17 Los recursos de apelación fueron promovidos por el PES y Morena, en su calidad de partidos políticos nacionales, en contra de una determinación del Consejo General del INE, a través de la cual les impuso sanciones con motivo de las conductas infractoras detectadas en el procedimiento administrativo sancionador en materia de fiscalización de clave INE/Q-COF-UTF/32/2018.

D. Personería

- 18 Se tiene por acreditada la personería de los representantes del PES y Morena ante el Consejo General del INE, en términos del reconocimiento hecho por la autoridad responsable en los respectivos informes circunstanciados.

E. Interés jurídico

- 19 El interés jurídico de los recurrentes se encuentra acreditado, ya que se trata de dos partidos políticos que solicitan a esta Sala Superior que se revoque la resolución impugnada, al considerar que con la misma se vulneran diversos principios constitucionales y legales¹¹.

F. Definitividad y firmeza

- 20 También se cumplen estos requisitos de procedencia, porque los recursos de apelación se interpusieron para controvertir una resolución emitida por el Consejo General del INE, la cual es definitiva y firme, dado que no existe otro medio de impugnación que pudiera tener como efecto revocar, modificar o confirmar el acto controvertido.
- 21 En consecuencia, toda vez que no se hicieron valer causas de improcedencia, y esta Sala Superior no advierte de oficio que se actualice alguna, lo procedente es realizar el estudio de fondo.

IV. Estudio de fondo

A. Resumen de agravios

- 22 De conformidad con el principio de economía procesal y porque no constituye obligación legal su inclusión en el texto del presente fallo, se estima innecesario transcribir el acto impugnado¹², así como las alegaciones formuladas por los recurrentes¹³, máxime

¹¹ Sirve como apoyo la jurisprudencia 3/2007, con el rubro: "PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO SANCIONADOR ELECTORAL. LOS PARTIDOS POLÍTICOS TIENEN INTERÉS JURÍDICO PARA IMPUGNAR LA RESOLUCIÓN EMITIDA", publicada en Jurisprudencia y Tesis Relevantes 1997-2005. Compilación Oficial, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, páginas 245 y 246.

¹² Resulta criterio orientador al respecto, las razones contenidas en la tesis del Segundo Tribunal Colegiado del Sexto Circuito, visible en la página 406, del Tomo XI, correspondiente al mes de abril de mil novecientos noventa y dos, del Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, de título: "ACTO RECLAMADO. NO ES NECESARIO TRANSCRIBIR SU CONTENIDO EN LA SENTENCIA DE AMPARO."

¹³ Por similitud jurídica sustancial y como criterio orientador, se toma en consideración la tesis del Octavo Tribunal Colegiado del Primer Circuito, publicada en la página 288, del Tomo XII, noviembre 1993, del Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Materia Civil, cuyo rubro dice: "AGRAVIOS. LA FALTA DE TRANSCRIPCIÓN DE LOS MISMOS EN LA SENTENCIA, NO CONSTITUYE VIOLACIÓN DE GARANTÍAS".

que se tienen a la vista los expedientes respectivos para su debido análisis.

- 23 En la resolución controvertida, la responsable determinó que los partidos políticos Encuentro Social, Morena, y del Trabajo, integrantes de la coalición “Juntos Haremos Historia”, omitieron reportar la aportación en especie realizada por Mario Martín Delgado Carrillo, consistente en la publicidad del video identificado como “*Anaya es más de lo mismo*”, en la cuenta de Facebook del citado aportante.

- 24 Ello, porque la responsable concluyó que la difusión en comento implicó un beneficio para los partidos integrantes de la coalición incoada, toda vez que dicha publicidad debe considerarse como propaganda electoral, al haber sido difundida en internet durante los periodos de precampaña e intercampaigna; además de que contenía la leyenda “Juntos Haremos Historia” generando un beneficio a la coalición denunciada y a sus candidatos.

- 25 En contra de estas determinaciones, los partidos recurrentes plantean agravios vinculados con las temáticas siguientes:
 - A. El material denunciado no debe ser considerado como propaganda electoral
 - B. Determinación incorrecta del costo de la publicidad denunciada
 - C. Indebida imposición de la sanción

- 26 De este modo, para facilitar el estudio de los agravios hechos valer por los quejosos, éstos se analizarán en el orden en que son referidos.

A. El material denunciado no debe ser considerado como propaganda electoral

- 27 Morena señala que la responsable no demostró la falta que se le atribuye, al no haberse actualizado los tres parámetros para determinar que el gasto de la publicidad estuviera relacionado con la campaña, toda vez que, a su juicio, la finalidad no fue beneficiar a los sujetos denunciados, sino que se trata de manifestaciones amparadas en el derecho a la libertad de expresión, lo cual queda en evidencia porque en su calidad de candidato Mario Martín Delgado Carrillo no llevó a cabo precampaña ni reconoció que haya tenido la intención de beneficiar a algún candidato o partido político.
- 28 Aunado a ello, respecto a la temporalidad, Morena manifiesta que, si bien las publicaciones se dieron dentro del periodo de intercampañas, en ningún momento configuraron un beneficio a favor de los sujetos sometidos al procedimiento sancionador y; respecto a la territorialidad, el partido señala que, al ser difundida en internet, no se puede definir al no realizarse en un área geográfica específica.
- 29 En ese sentido, establece que la publicidad del material denunciado no constituyó propaganda político-electoral, porque no tuvo como finalidad beneficiar a los partidos políticos de la coalición integrantes. Además, de que no se realizó un llamado expreso al voto; por tanto, a su juicio, no debe ser reconocida como una aportación en especie.
- 30 Por otra parte, los recurrentes arguyen que la responsable indebidamente los multó por la publicación en la red social Facebook de un video publicitado por Mario Martín Delgado Carrillo, sin considerar que este último lo hizo en ejercicio de su libertad de expresión.
- 31 El agravio se califica de **infundado** por una parte e **inoperante** por otra.

32 Lo **infundado** reside en que, contrario a lo aducido por Morena, la autoridad responsable correctamente realizó el estudio, para determinar si una erogación en propaganda denunciada constituyó un gasto de precampaña y campaña, bajo los principios y parámetros desarrollados por el marco jurídico y jurisprudencial en materia de fiscalización electoral; conforme se expone en párrafos subsecuentes.

a. Marco normativo

33 Los procedimientos de fiscalización tienen por objeto garantizar que la contienda se realice en condiciones generales de equidad, así como verificar la transparencia y rendición de cuentas de frente a la ciudadanía, en tanto que es de interés general, conocer el origen, monto, destino y aplicación de los recursos con que cuentan los contendientes.

34 Las normas en la materia tienen propósito dual; por un lado, evitar que el dinero provenga de fuentes no permitidas, a fin de impedir que terceros influyan en las contiendas electorales o que existan recursos de procedencia ilícita; así como que exista un reconocimiento y comprobación adecuada y oportuna de cada una de las erogaciones que realicen en el marco de los procesos electorales.

35 En tal sentido, en el artículo 41, párrafo segundo, Base II, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, se establecen las bases en materia de financiamiento y fiscalización de los recursos de los partidos políticos.

36 Entre dichas bases, está la que expresamente señala que la Ley garantizará que los partidos políticos nacionales cuenten de manera equitativa con elementos para llevar a cabo sus actividades y señalará las reglas a que se sujetará el

financiamiento de los propios partidos y sus campañas electorales.

37 En ese contexto, en el párrafo 3 del artículo 227, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales¹⁴, con relación al párrafo 1 del artículo 211 de la LGIPE, se define a la **propaganda de precampaña** como el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que durante el periodo establecido por dicha Ley y el que señale la convocatoria respectiva, difunden los precandidatos a candidaturas a cargos de elección popular con el propósito de dar a conocer sus propuestas y obtener la candidatura a un cargo de elección popular.

38 En tanto que, el párrafo 3 del artículo 242, de la LGIPE, define a la **propaganda de campaña** como el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que durante la campaña electoral producen y difunden los partidos políticos, los candidatos registrados y sus simpatizantes, con el propósito de presentar a la ciudadanía las candidaturas registradas.

39 De igual forma, en el artículo 230, párrafo 1, de la LGIPE, se establece que dentro de los gastos de precampaña quedan comprendidos los conceptos indicados para campaña en el artículo 243, numeral 2, incisos a), b), c) y d) de la misma Ley. Esto es, gastos de propaganda¹⁵, gastos operativos de la precampaña¹⁶, gastos de propaganda en diarios, revistas y otros medios impresos¹⁷ y gastos de producción de los mensajes para radio y televisión¹⁸.

¹⁴ En adelante LGIPE.

¹⁵ Comprenden los realizados en bardas, mantas, volantes, pancartas, equipos de sonido, eventos políticos realizados en lugares alquilados, propaganda utilitaria y otros similares.

¹⁶ Comprenden los sueldos y salarios del personal eventual, arrendamiento eventual de bienes muebles e inmuebles, gastos de transporte de material y personal, viáticos y otros similares.

¹⁷ Comprenden los realizados en cualquiera de esos medios, tales como inserciones pagadas, anuncios publicitarios y sus similares, tendentes a la obtención del voto. En todo caso, tanto el

- 40 En el artículo 231 de la LGIPE se establece que a las precampañas y a los precandidatos que en ellas participen les serán aplicables, en lo conducente, las normas previstas en la Ley citada respecto de los actos de campaña y **propaganda electoral** y, además, faculta al Consejo General del INE a emitir las disposiciones necesarias para la debida regulación de los procesos internos de selección de candidatos a cargos de elección popular y las precampañas.
- 41 En concordancia con ello, en el artículo 195, párrafo 1, del Reglamento de Fiscalización, prevé como gastos de precampaña la propaganda en diarios, revistas y otros medios impresos, operativos, de propaganda utilitaria o similares, de producción de los mensajes para radio y televisión, anuncios espectaculares, bardas, salas de cine y de internet.
- 42 Así, en el artículo 76, numeral 1, incisos e) y g) de la Ley General de Partidos Políticos¹⁹, se establece que se entienden como gastos de campaña y, conforme al diverso 231 de la LGIPE ya citado, también de precampaña, los recursos empleados en los actos y propaganda que tengan como propósito presentar a la ciudadanía las candidaturas registradas del partido y su respectiva promoción; así como **cualquier gasto** que difunda la imagen, nombre o plataforma de gobierno de algún candidato o de un partido político en el periodo que transita; por lo que hace a las precampañas, del inicio hasta la conclusión de la precampaña; en tanto que, para las campañas, de la conclusión de la precampaña y hasta el inicio de la campaña electoral.

partido y candidato contratante, como el medio impreso, deberán identificar con toda claridad que se trata de propaganda o inserción pagada.

¹⁸ Comprenden los realizados para el pago de servicios profesionales; uso de equipo técnico, locaciones o estudios de grabación y producción, así como los demás inherentes al mismo objetivo.

¹⁹ En lo subsecuente LGPP.

- 43 La propaganda se concibe, en sentido amplio como una forma de comunicación persuasiva, que trata de promover o desalentar actitudes tendentes a favorecer o desfavorecer a una organización, un individuo o una causa; implica un esfuerzo sistemático en una escala amplia para influir en la opinión, conforme a un plan deliberado que incluye la producción y la transmisión de textos y mensajes específicamente estructurados, mediante todos los medios de comunicación disponibles para llegar a la audiencia más amplia o audiencias especiales y provocar un efecto favorecedor o disuasorio.
- 44 Su propósito es ejercer influencia sobre los pensamientos, emociones o actos de un grupo de personas para que actúen de determinada manera, adopten ciertas ideologías, valores, o bien, cambien, mantengan o refuercen sus opiniones sobre temas específicos.
- 45 La propaganda electoral, en sentido estricto, es una forma de comunicación persuasiva, tendente a promover o desalentar actitudes para beneficiar o perjudicar a un partido político o coalición, un candidato o una causa con el propósito de ejercer influencia sobre los pensamientos, emociones o actos de un grupo de personas simpatizantes con otro partido, para que actúen de determinada manera, adopten sus ideologías o valores, cambien, mantengan o refuercen sus opiniones sobre temas específicos, para lo cual se utilizan mensajes emotivos más que objetivos.
- 46 De acuerdo con las máximas de la experiencia, la propaganda política y/o electoral no siempre es abierta, pues puede presentarse bajo diversas formas de publicidad, incluso dentro de la de tipo comercial.
- 47 Al respecto, esta Sala Superior en la Jurisprudencia 37/2010, de rubro: ***“PROPAGANDA ELECTORAL. COMPRENDE LA DIFUSIÓN COMERCIAL QUE SE REALIZA EN EL CONTEXTO***

DE UNA CAMPAÑA COMICIAL CUANDO CONTIENE ELEMENTOS QUE REVELAN LA INTENCIÓN DE PROMOVER UNA CANDIDATURA O UN PARTIDO POLÍTICO ANTE LA CIUDADANÍA”, determinó algunos de los elementos centrales que sirven para identificar la propaganda electoral como forma de comunicación persuasiva para obtener el voto del electorado o desalentar la preferencia hacia un candidato, coalición o partido político.

48 De manera que la determinación de cuándo se está frente a este tipo de propaganda, requiere realizar un ejercicio interpretativo razonable y objetivo, en el cual, el análisis de los mensajes, imágenes o acciones a las que se atribuya un componente de naturaleza político y/o electoral, permita arribar con certeza a las intenciones o motivaciones de quienes lo realizan, basada en la sana lógica y el recto raciocinio.

49 Es por ello que esta Sala Superior considera que, como quedó expuesto en la tesis relevante LXIII/2015²⁰, para determinar o identificar si un gasto está relacionado con la precampaña resulta necesario verificar en el contexto en que fue erogado, los parámetros siguientes:

- **Temporalidad:** que la entrega, distribución, colocación, transmisión o difusión, entre otras, de la propaganda electoral se realice en el periodo de precampañas, intercampañas o campañas electorales, siempre que tenga como finalidad expresa el generar un beneficio a un partido político, precandidato o candidato, al difundir el nombre o imagen del mismo, o se promueva el voto a favor de él.

²⁰ Tesis relevante con el rubro: “GASTOS DE CAMPAÑA. ELEMENTOS MÍNIMOS A CONSIDERAR PARA SU IDENTIFICACIÓN”, Gaceta de Jurisprudencia y Tesis en materia electoral, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Año 8, Número 17, 2015, páginas 88 y 89.

- **Territorialidad:** que se lleve a cabo en un área geográfica determinada, esto es, municipio, distrito y/o circunscripción - *local o federal*-, Estado o territorio nacional.
- **Finalidad:** que genere un beneficio a un partido político, coalición, precandidato, para obtener el voto de la militancia o de la ciudadanía en general; o candidato registrado, para obtener el voto ciudadano.

b. Caso concreto

50 En el caso, la publicidad denunciada en el procedimiento administrativo sancionador en materia de fiscalización de clave INE/Q-COF-UTF/32/2018 fue la siguiente²¹:



Descripción
Anuncio de publicidad de un video que se titula “Anaya es más de lo mismo”, que corresponde a una relatoría con imágenes, que se presumen como propuesta del entonces precandidato de referencia en materia tributaria. Enlace: https://www.facebook.com/mariodelgadocarrillo/videos/1781639945204847/
Contenido
Contiene la leyenda: “ANAYA QUIERE SUBIR EL IVA”, enseguida en la parte superior derecha del video, aparece la cita “MARIO DELGADO, SENADOR”, posteriormente aparece la imagen de dos rotativos, del periódico Reforma, siendo que en el segundo aparece el desplegado “Propone Anaya ajuste tributario”, “plantea elevar impuestos al consumo y bajar ISR”, y enseguida se especifica parte del artículo periodístico: “Ricardo Anaya propuso ante empresarios aumentar el impuesto al consumo y reducir a la vez, el ISR”, al mismo tiempo aparece la frase “TAMBIÉN QUIERE BAJARLE LOS IMPUESTOS A LOS QUE MÁS TIENEN”; enseguida particularizan otro fragmento de la nota periodística: “Nos dijo que buscaría aumentar el impuesto al consumo y reducir a la vez el ISR”, acto seguido aparece la frase: “Es el candidato de quienes han empobrecido al país”, al mismo tiempo aparecen las imágenes de Ricardo Anaya, junto con Felipe Calderón Hinojosa y Margarita Ester Zavala Gómez del Campo, entre otros personajes no identificados, acto continuo aparece otra imagen de Ricardo Anaya, y enseguida de diversos personajes políticos, apareciendo la frase: “ANAYA ES MÁS DE LO MISMO”, y posteriormente otra imagen de Ricardo Anaya estrechando la mano del presidente Enrique Peña Nieto, para culminar con otra imagen en donde aparece la leyenda “Mario Delgado Senador”, así como sus cuentas de Facebook: @mariodelgadocarrillo y Twitter: @mario_delgado1. La duración del video es de veintiocho segundos.

²¹ Conforme a las certificaciones hechas por la Oficialía Electoral de este INE INE/DS/OE/CIRC/341/2018 e INE/DS/OE/CIRC/348/2018, respecto a la existencia de la publicidad denunciada y de la página de internet investigada, visibles a fojas 29 a 35 y 123 a 133 del cuaderno accesorio 1 del expediente SUP-RAP-202/2018.

Así mismo se advierte la imagen y nombre del C. Mario Delgado Carrillo, y la siguiente leyenda: “¡Que no se te pase! Ricardo Anaya Cortés quiere subirnos el IVA y bajarle los impuestos a quienes más tienen. Quiere seguir empobreciendo al país. ¡Es igual al PRI! #JuntosHaremosHistoria.”
Periodo de publicación
Fue publicado durante el periodo del 4 de enero al 15 de marzo de 2018.

- 51 Como se observa, si bien no se realizó un llamado explícito a votar a favor de un partido político o candidato, lo cierto es que, la publicidad difundida en internet se acompañó de la frase *#JuntosHaremosHistoria*, esto es, con la denominación de la coalición integrada por los partidos sujetos al procedimiento sancionador, lo cual permite su inmediata identificación.
- 52 En ese sentido, de conformidad con el artículo 32, numeral 1, inciso a) y numeral 2, inciso i); del Reglamento de Fiscalización, se beneficia a una campaña cuando, entre otros, el nombre, lema, frase o cualquier otro elemento propio de la propaganda, permita distinguir una campaña o candidato o conjunto de campañas o candidatos; asimismo, señala que, se entenderá por campaña beneficiada aquella que se vea favorecida por la erogación de gastos, donaciones o aportaciones, y que tenga como finalidad difundir a promocionar, entre otros, a la coalición.
- 53 Conforme a lo anterior, no es necesario que, quién difunde la propaganda reconozca que tiene la intención de promocionar a un partido político, coalición o campaña específica; ni tampoco se requiere acreditar si realizó actos o no de precampaña o campaña, como incorrectamente refiere Morena.
- 54 Así, en atención a los tres parámetros para determinar o identificar si un gasto está relacionado con la precampaña o la campaña, la responsable consideró lo siguiente:
- **Temporalidad:** De los elementos que integran el expediente se advierte que la difusión del video fue del 4 de enero al 15 de marzo de 2018, es decir, durante los periodos **de precampaña e intercampaña**, video que fue acompañado con el nombre de la coalición **Juntos Haremos Historia**.

- **Territorialidad:** El video denunciado fue difundido en todo el país al haberse colocado en una página de internet, por tratarse de un mecanismo informático al que se tiene acceso en toda la República Mexicana.
- **Finalidad:** En el video en comento se da cuenta de la transmisión de un fragmento de un espacio noticioso respecto del C. Ricardo Anaya Cortés, sin embargo, **aparece el nombre de la coalición “Juntos Haremos Historia”**, razón por la cual se considera que benefició a cada uno los candidatos postulados.

55 Por tanto, si conforme a los parámetros de la tesis relevante LXIII/2015, quedó acreditado que la publicidad del material denunciado constituyó propaganda en beneficio de la coalición “Juntos Haremos Historia”, luego entonces, la responsable acertadamente consideró que los gastos producto de ella debían ser reportados por los partidos políticos integrantes de la misma en los informes correspondientes, situación que no ocurrió.

56 Por otro lado, no existe contradicción entre lo alegado por Morena y lo considerado por la responsable respecto del parámetro de temporalidad, sino que el recurrente se limita a referir que no existió algún beneficio, lo cual ya fue motivo de estudio en párrafos anteriores.

57 Asimismo, respecto a elemento de territorialidad, correctamente la responsable consideró la propaganda se difundió en todo el país, ya que conforme al artículo 32, numeral 2, inciso d); del Reglamento de Fiscalización, en relación a la propaganda difundida en internet, se debe considerar a la totalidad de las candidaturas **a nivel nacional** del partido o coalición. Ello, ya que, al tratarse de un mecanismo informático, se tiene acceso en toda la República Mexicana; por lo que, no era dable considerar un área geográfica más pequeña, ni tenía caso considerar otra más amplia.

- 58 En cuanto al agravio en el que Morena aduce que el hecho de no haberse erogado recursos públicos por parte de ese instituto político deja claro que no existió transgresión alguna en materia de fiscalización, de igual forma resulta **infundado**.
- 59 Lo anterior, responde a que el apelante parte de una premisa incorrecta, toda vez que considera que la infracción configurada por la autoridad responsable depende de la utilización de recursos públicos erogados por el sujeto obligado; cuando lo cierto es que la falta se actualizó por la omisión de reportar una aportación en especie de Mario Martín Delgado Carrillo en los informes de precampaña y campaña, esto es, una erogación realizada por una persona distinta los partidos políticos sancionados, que generó un beneficio a la coalición y sus candidatos.
- 60 Por otra parte, deviene **inoperante** lo referido por los recurrentes, respecto a que, las manifestaciones hechas por Mario Martín Delgado Carrillo en la red social Facebook fueron en ejercicio de su libertad de expresión, porque no controvierten directamente lo razonado por la responsable en ese tema.
- 61 En el caso concreto, la responsable manifestó que si bien la libertad de expresión prevista por el artículo 6° constitucional tiene una garantía amplia y robusta cuando se trate del uso de redes sociales, lo cierto es que ello no excluye a los usuarios de las obligaciones y prohibiciones que existan en materia electoral.
- 62 En ese sentido, conforme a lo razonado por esta Sala Superior al resolver el recurso de revisión del procedimiento especial sancionador SUP-REP-123/2017, la responsable consideró que, cuando se denuncien publicaciones alojadas en redes sociales, por transgresiones a normas electorales, para poder analizar su contenido se debe advertir: (i) la calidad de la persona que hace la

publicación; (ii) el momento en que se hace; y, (iii) las intenciones que pudieran mediar (elementos personal, temporal y subjetivo), de la forma siguiente:

- **La calidad de la persona que hace la publicación:** Determinó que fue realizada por el Senador de la República por la Ciudad de México, en el Grupo Parlamentario del Partido del Trabajo Mario Martín Delgado Carrillo, quien, además, fue candidato a diputado federal, por el distrito trece en la Ciudad de México, postulado por la referida coalición.
- **El momento en que se realizó la publicidad denunciada:** Refirió que, el tiempo de exhibición por el que se pagó publicidad del video investigado fue del cuatro de enero al quince de marzo, esto es, durante una parte del periodo de precampaña y otra en el periodo de intercampaña.
- **Las intenciones que pudieran mediar:** La responsable consideró que, no es dable estimar que el material denunciado encuadra en el ejercicio del derecho de libertad de expresión, toda vez que, se pagó por su publicidad en redes sociales, por lo que su finalidad es llegar a más usuarios o a un público definido, con lo que se pretendía identificar a la otrora coalición “Juntos Haremos Historia” y, en consecuencia, beneficiar a los candidatos postulados por la ésta.

63 Por tanto, la responsable no consideró que existiera un auténtico ejercicio de libertad de expresión, pues se trató de publicidad pagada, con lo que se rompe el supuesto de protección reforzada a la libertad de expresión con la que cuentan los espacios virtuales de internet en general, así como su presunción de espontaneidad en la publicación de mensajes y su consulta, tornándolos en propaganda.

64 No obstante, los recurrentes no enderezaron algún argumento tendente a combatir los razonamientos expuestos por la

responsable; sino que se limitaron a hacer manifestaciones genéricas, dogmáticas e imprecisas, de las cuales no es posible advertir las supuestas violaciones que pretenden aducir; por tanto, el agravio deviene **inoperante**.

B. Determinación incorrecta del costo de la publicidad denunciada

- 65 Por otro lado, Morena arguye que el acto impugnado es incongruente, en atención a que de los elementos de prueba no se desprende el costo, atribuido por la responsable, de la publicidad del video denunciado, porque a su juicio, sólo se acreditó la cantidad de \$7,695.74 (siete mil seiscientos noventa y cinco pesos 74/100 M.N.), por lo que no hay elemento objetivo que haga arribar a la cantidad de \$119,860.07 (ciento diecinueve mil ochocientos sesenta pesos 07/100 M.N.).
- 66 En ese sentido, Morena afirma que, Facebook constata que sólo existió una operación por la cantidad de \$7,695.74 (siete mil seiscientos noventa y cinco pesos 74/100 M.N.), y no por un monto mayor; por tanto, según su dicho, la responsable se basa en falacias argumentativas como la denominada “generalización apresurada”, pues de meros elementos aislados construye una verdad general que presenta como conclusión.
- 67 El agravio se califica de **infundado**.
- 68 Tal calificativa reside en que, contrario a lo afirmado por el impetrante, sí obran en el expediente elementos objetivos que al ser adminiculados generan convicción respecto del costo real de la publicidad denunciada.
- 69 En efecto, obra en el expediente, como es referido por la responsable, la respuesta proporcionada por Facebook Ireland

Limited²² al oficio INE/UTF/DRN/22193/2018, emitido por la UTF, en donde informa que la URL en donde se aloja el video denunciado estuvo asociada con una **campaña publicitaria** – *Anexo B*- cuyo monto ascendió a la cantidad de \$119,860.14 (ciento diecinueve mil ochocientos sesenta pesos 14/100 M.N.) – *Anexo A*-.

- 70 También, la responsable señala que, Mario Martín Delgado Castillo es titular de la cuenta de la red social Facebook, quien además confirmó la contratación de la publicidad denunciada, señalando que su pago se realizó a través de dos personas que accedieron a prestarle sus tarjetas de crédito para realizar los pagos, firmando un contrato de mutuo por dicho préstamo²³, por un monto de \$7,695.74 (siete mil seiscientos noventa y cinco pesos 74/100 M.N.), sin que deba tenerse como pago total de la campaña publicitaria u operación.
- 71 La autoridad responsable refiere que, si bien Mario Martín Delgado Castillo proporcionó dos recibos de cobro de la cuenta de Facebook en donde se advierten pagos por la publicidad de la propaganda denunciada por un monto de \$7,695.74 (siete mil seiscientos noventa y cinco pesos 74/100 M.N.), lo cierto es, que conforme a lo informado por Facebook Ireland Limited, dicha operación no genera facturas sino que el usuario puede ingresar a la cuenta publicitaria y generar el recibo o comprobante de pago. Es decir, conforme a lo razonado por la responsable, dicha información puede ser manipulable por su dueño de acuerdo a sus necesidades.
- 72 Aunado a ello, del expediente también se advierte que, Mario Martín Delgado Castillo, en su escrito de respuesta del emplazamiento, hace referencia a “Reproducciones del video

²² Visible a fojas 46-50 del cuaderno accesorio 1 del expediente SUP-RAP-202/2018.

²³ Visible a fojas 70-81 del cuaderno accesorio 1 del expediente SUP-RAP-202/2018.

(**enero-febrero 18**)²⁴, pero respecto de los pagos sólo refiere a fechas del veintiuno de febrero al dos de marzo. Por tanto, no es dable considerar que el pago de \$7,695.74 (siete mil seiscientos noventa y cinco pesos 74/100 M.N.) es respecto del monto total de la campaña publicitaria asociada a ese URL, ya que, conforme a lo informado por la empresa de Facebook, dicha publicidad transcurrió del cuatro de enero al quince de marzo.

- 73 Tampoco debe soslayarse que, en la etapa de alegatos, la responsable puso a disposición de Mario Martín Delgado Castillo, así como de los partidos integrantes de la coalición las constancias del procedimiento administrativo sancionados INE/Q-COF-UTF/32/2018, sin que alguno controvirtiera la cantidad de \$119,860.14 (ciento diecinueve mil ochocientos sesenta pesos 14/100 M.N.) proporcionada por la empresa de Facebook, como pago total por la campaña publicitaria asociada a la URL denunciada.
- 74 En ese sentido, contrario a lo afirmado por Morena, la responsable sí tomó en cuenta elementos objetivos que al ser adminiculados generan convicción respecto del costo real de la publicidad denunciada.

C. Indebida imposición de la sanción

- 75 El PES aduce que la responsable indebidamente sancionó a los partidos políticos que integraron la coalición “Juntos Haremos Historia” de manera individual, atendiendo al principio de proporcionalidad, el grado de responsabilidad de cada uno de ellos, así como circunstancias y condiciones, de conformidad con lo establecido en el artículo 340 del Reglamento de Fiscalización, situación que, a su juicio, es contrario a lo estipulado en el convenio de coalición respectivo, donde en una de sus cláusulas señala lo siguiente:

²⁴ Visible a fojas 72-73 del cuaderno de antecedentes 1 del expediente SUP-RAP-202/2018.

“CLÁUSULA DÉCIMA PRIMERA. De las responsabilidades individuales de los partidos coaligados.

LAS PARTES acuerdan, que responderán en forma individual por las faltas que, en su caso, incurra alguno de los partidos políticos suscriptores, sus militantes, precandidatos o sus candidatos, asumiendo la sanción correspondiente, en los términos establecidos por el artículo 43 del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización.”²⁵

76 En atención a ello, afirma que la multa impuesta al recurrente por conductas hechas por Mario Martín Delgado Carrillo resulta improcedente, dado que de autos se desprende que no es miembro, afiliado ni candidato del PES, por lo que la autoridad responsable debió tomar en cuenta lo establecido en el referido convenio de coalición, en atención al principio de la norma *pacta sunt servanda*²⁶.

77 Es **infundado** el agravio.

78 Tal calificativa obedece a que, aún y cuando los partidos políticos integrantes de alguna coalición pacten que se harán responsables en su totalidad de manera individual, por la conductas de sus militantes, precandidatos o sus candidatos; ello no podría considerarse como una excusa absoluta o circunstancia eximente, porque la violación al orden jurídico, por disposición de la ley, da lugar a las consecuencias que ésta prevé, y ello elimina la posibilidad de que queden al arbitrio de las partes o de quienes son sujetos de un procedimiento sancionador.

79 Lo anterior, porque una de las finalidades de la coalición es que, los diversos partidos políticos que la integren obtengan los beneficios generados por participar en forma conjunta en un proceso electoral, por lo que aplica el principio general de derecho

²⁵ Foja 20 del convenio de la otrora coalición “Juntos Haremos Historia”, consultable en el sitio oficial de internet del INE, en la siguiente liga: <https://repositoriodocumental.ine.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/95265/CGex201803-23-rp-2-a1.pdf>

²⁶ Locución latina que se traduce como “los pactos deben ser cumplidos”; es decir, que los contratos legalmente celebrados deben ser fielmente cumplidos.

beneficium datur propter officium, es decir, quien recibe un beneficio asume también las pérdidas. Por tanto, es apegado a derecho, como lo hizo la responsable, aplicar la sanción a cada partido político de acuerdo a la participación que tuvieron²⁷.

- 80 Ello, atendiendo a que, en las faltas cometidas por una coalición, la sanción debe ser ponderada de manera individual, en términos del artículo 340 numeral 1 del Reglamento de Fiscalización.
- 81 Sin que lo anterior, tenga el alcance de dispensar o constituir una excusa absolutoria a favor del recurrente, sino simplemente que, de acuerdo con el principio surgido del derecho penal, aplicable al derecho administrativo sancionador, sobre la coautoría, donde las sanciones respectivas resultan aplicables a cada uno de los partícipes, en la medida de su responsabilidad. De modo que, si las coaliciones son una unión de entes políticos coordinados a un fin común, cuando en esa interacción cometen una infracción, deben considerarse coautores, y las sanciones resultan aplicables individualmente, con base en el grado de responsabilidad y situación personal que corresponda a cada uno de ellos²⁸.
- 82 En ese sentido, ha sido criterio de esta Sala Superior²⁹ que, las violaciones cometidas por la coalición, necesariamente y por ficción de la ley son atribuibles a ésta, en los casos en que la falta la cometa uno o varios de los institutos políticos que la conforman, en tanto la infracción se atribuye a cada uno de sus integrantes, puesto que no puede señalarse como responsable directo sólo a uno de ellos, en razón de que la conformación del ente jurídico

²⁷ Es aplicable *mutatis mutandi* la tesis jurisprudencial de este Tribunal Electoral CXVI/2001, intitulada "SANCIÓN A UNA COALICIÓN POLÍTICA DESINTEGRADA. DEBE SER IMPUESTA A LOS PARTIDOS POLÍTICOS QUE LA CONFORMARON", disponible en Justicia Electoral. Revista del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Suplemento 5, Año 2002, página 141.

²⁸ Conforme a una porción de lo razonado en la tesis XXV/2002 de rubro "**COALICIONES. LAS FALTAS COMETIDAS POR LOS PARTIDOS POLÍTICOS COALIGADOS DEBEN SANCIONARSE INDIVIDUALMENTE**", disponible en Justicia Electoral. Revista del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Suplemento 6, Año 2003, páginas 101 a 103.

²⁹ Tal y como se determinó al resolver los expedientes SUP-RAP-166/2013 y SUP-RAP-226/2017.

colectivo admite esa forma de intervención conjunta y, este hecho, presupone un marco punitivo específico o particular por voluntad del legislador.

83 De ahí que, con independencia de la falta cometida y de su gravedad o levedad, así como de la responsabilidad que asume la coalición como persona jurídica, para efectos de la sanción que corresponda imponer, por una ficción de la ley, quienes afrontan tal consecuencia, son todos los partidos que la integran.

84 En consecuencia, la autoridad responsable actuó conforme a derecho, porque tomó en cuenta las disposiciones legales directamente aplicables para imponer la sanción, en el caso, lo dispuesto por el referido por el artículo 340 párrafo 1 del Reglamento de Fiscalización, que ordena que para los efectos de individualizar la sanción para cada partido político integrante de una coalición.

85 Aunado a ello, el PES considera equivocadamente que, lo estipulado en la cláusula décima primera del Convenio de la coalición se contrapone a lo dispuesto por el artículo 340 del Reglamento de Fiscalización.

86 En efecto, conforme a la cláusula décima primera ya transcrita, los partidos coaligados asumirán la sanción correspondiente en términos de lo estipulado en el artículo 43 del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización, el cual en su parte conducente señala:

“Artículo 43, numeral 3. Si se trata de infracciones cometidas por dos o más partidos que integran o integraron una coalición, deberán ser sancionados de manera individual, atendiendo al grado de responsabilidad de cada uno de dichos entes políticos y a sus respectivas circunstancias y condiciones. Al efecto, se tendrá en cuenta el porcentaje de aportación de cada uno de los partidos en términos del convenio de coalición.”

87 En tanto que, el artículo 340 del Reglamento de Fiscalización, en su parte conducente señala:

“Artículo 340, numeral 1. Si se trata de infracciones cometidas por dos o más partidos que integran o integraron una coalición, deberán ser sancionados de manera individual atendiendo el principio de proporcionalidad, el grado de responsabilidad de cada uno de dichos entes políticos y sus respectivas circunstancias y condiciones. Al efecto, se tendrá en cuenta el porcentaje de aportación de cada uno de los partidos en términos del convenio de coalición.”

88 Así pues, contrario a lo señalado por el PES, la cláusula décima primera del convenio de coalición referido, está redactada conforme a la normatividad aplicable; aunado a que, como se observa, el artículo 340, numeral 1 del Reglamento de Fiscalización está redactado en términos similares al diverso 43, numeral 3 del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización.

89 Esto es, cuando se trate de infracciones cometidas por dos o más partidos que integran o integraron una coalición, deberán ser sancionados de manera individual atendiendo al grado de responsabilidad de cada uno de dichos entes políticos y sus respectivas circunstancias y condiciones.

90 De ahí lo **infundado** del agravio.

91 Por lo expuesto y fundado, se:

R E S U E L V E

PRIMERO. Se **acumula** el recurso de apelación SUP-RAP-207/2018 al diverso SUP-RAP-202/2018. Glósese copia certificada de los puntos resolutivos al expediente acumulado.

SEGUNDO. Se **confirma** la resolución INE/CG583/2018, en lo que fue materia de controversia.

NOTIFÍQUESE, como en términos de Ley corresponda.

En su oportunidad, devuélvase las constancias que correspondan y archívese el expediente como asunto total y definitivamente concluido.

Así lo resolvieron, por **unanimidad** de votos, las y los Magistrados que integran la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, ante la Secretaria General de Acuerdos quien autoriza y da fe.

MAGISTRADA PRESIDENTA

**JANINE M.
OTÁLORA MALASSIS**

MAGISTRADO

**FELIPE
DE LA MATA PIZAÑA**

MAGISTRADO

**INDALFER
INFANTE GONZALES**

MAGISTRADA

**MÓNICA ARALÍ
SOTO FREGOSO**

MAGISTRADO

**FELIPE ALFREDO
FUENTES BARRERA**

MAGISTRADO

**REYES
RODRÍGUEZ MONDRAGÓN**

MAGISTRADO

**JOSÉ LUIS
VARGAS VALDEZ**

SECRETARIA GENERAL DE ACUERDOS

**MARÍA CECILIA
SÁNCHEZ BARREIRO**