

**PROCEDIMIENTO
SANCIONADOR**

ESPECIAL

EXPEDIENTE: SRE-PSL-41/2018

DENUNCIANTES: MORENA Y OTROS

DENUNCIADOS: PIÑA DIGITAL, S. DE R.L.
DE C.V. Y OTROS

MAGISTRADO PONENTE EN FUNCIONES:
CARLOS HERNÁNDEZ TOLEDO

SECRETARIO: ALFREDO RAMÍREZ
PARRA

COLABORÓ: VICTOR MANUEL PÉREZ
CHÁVEZ

Ciudad de México, a cinco de julio de dos mil diecinueve.

Sentencia que emite esta Sala Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación¹, por la cual se resuelve el procedimiento especial sancionador relativo a las quejas registradas por el Instituto Nacional Electoral con las claves **JL/PE/MORENA/JL/CM/PEF/6/2018** y su acumulado **UT/SCG/PE/CMPE/CG/442/2018**.

A N T E C E D E N T E S

I. Proceso electoral federal

1. **Inicio del proceso electoral federal.** El ocho de septiembre de dos mil diecisiete, inició el proceso electoral federal para elegir, entre otros puestos, el de la Presidencia de la República.
2. **Precampañas, campañas y jornada electoral.** Las precampañas se realizaron del catorce de diciembre de dos mil diecisiete al once de febrero de dos mil dieciocho, en tanto que las campañas comprendieron del treinta

¹ En lo subsecuente, Sala Especializada.

de marzo al veintisiete de junio de dos mil dieciocho y la jornada electoral tuvo verificativo el primero de julio de la misma anualidad.

II. Procedimiento Especial Sancionador ante la Junta Local Ejecutiva del Instituto Nacional Electoral en la Ciudad de México².

1. Presentación de la queja.

3. El veintiocho de abril de dos mil dieciocho, Horacio Duarte Olivares, en su calidad de representante del partido político MORENA ante el Consejo General del INE, presentó escrito de queja ante la Junta Local³, en contra de quien resultara responsable, por la colocación de propaganda en camiones del servicio público de la Ciudad de México, relativa a la serie *“Populismo en América Latina”*, con la cual supuestamente se afectaba la imagen de Andrés Manuel López Obrador, entonces candidato a la presidencia de la República, al relacionarlo con diversos líderes *“populistas”*.

2. Primera resolución.

4. Una vez agotadas las diversas etapas del procedimiento especial sancionador, el veintiuno de junio de dos mil dieciocho, esta Sala Especializada, dictó sentencia en el expediente SRE-PSL-41/2018, donde se determinó la inexistencia de la infracción denunciada, toda vez que la propaganda analizada, no podía ser considerada de naturaleza electoral.

3. Primer recurso de revisión.

5. Inconforme, MORENA interpuso recurso de revisión del procedimiento especial sancionador ante la Sala Superior de este Tribunal Electoral⁴, al que le correspondió la clave SUP-REP-431/2018.

² En adelante, Junta Local e INE, respectivamente.

³ Queja registrada con la clave JL/PE/MORENA/JL/CM/PEF/6/2018.

⁴ En lo sucesivo, Sala Superior.

6. El treinta de junio de dos mil dieciocho, la Sala Superior **revocó** la sentencia para el efecto de que esta Sala Especializada ordenara a la autoridad instructora realizar mayores diligencias, a fin de tener certeza sobre las características, términos y condiciones de difusión de la propaganda denunciada.

4. Segunda sentencia SRE-PSL-41/2018.

7. En cumplimiento a la referida ejecutoria, el nueve de noviembre de dos mil dieciocho este órgano jurisdiccional emitió una segunda sentencia, en la cual se determinó la inexistencia de la infracción, derivado de que no se advertía participación de partidos políticos en la difusión de la propaganda denunciada y la misma no constituía propaganda política o político electoral.

5. Segundo recurso de revisión.

8. Para controvertir la anterior resolución, el catorce de noviembre de dos mil dieciocho, el representante del Partido Acción Nacional ante el Consejo General del INE interpuso recurso de revisión del procedimiento especial sancionador, al que le correspondió la clave **SUP-REP-717/2018**.

III. Procedimiento Especial Sancionador ante la Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral de la Secretaría Ejecutiva del INE⁵.

1. Presentación de la queja.

9. El veintiséis de octubre de dos mil dieciocho, Claudia Magaly Palma Encalada, por su propio derecho, presentó queja ante la autoridad instructora, en contra del Partido Revolucionario Institucional; Piña Digital, S. de R.L. de C.V.; Grupo T.V. Promo, S.A. de C.V.; T.V. Promo, S.A. de C.V.; Alejandro Quintero Íñiguez; Javier García Mata; Virna Gómez Piña;

⁵ En lo sucesivo, autoridad instructora.

Cadena Tres I, S.A. de C.V.; Imagen Televisión; Canal 3.1 de Televisión Abierta; Cablevisión S.A. de C.V. y Cablemás Telecomunicaciones S.A. de C.V. (sistema de televisión restringida IZZI).

10. Lo anterior, derivado de la supuesta difusión de un promocional en televisión con la finalidad de promover la serie denominada "*Populismo en América Latina*", los días veintiséis, veintisiete y veintiocho abril de la referida anualidad, en el canal 3.1 de televisión abierta, correspondiente a la señal de Imagen Televisión, y sus correlativos en televisión restringida, 03 de Cablevisión y 703 de IZZI, en donde se muestra la imagen del entonces candidato a la presidencia de la República, postulado por la coalición "Juntos Haremos Historia", Andrés Manuel López Obrador, como un líder "*populista*" y lo califica como "*el redentor furioso*"; lo que desde su perspectiva constituye:

- Contratación o adquisición de tiempo en televisión.
- Uso de recursos públicos con fines políticos.
- Gastos de campaña no reportados por el PRI.
- Aportaciones de entes mercantiles a una campaña electoral.

2. Desechamiento de plano.

11. Mediante acuerdo de quince de noviembre de dos mil dieciocho, la autoridad instructora, determinó desechar de plano la queja, ya que, no se advertían elementos que pudieran configurar la infracción denunciada, en virtud de que la transmisión de los videos señalados, fue meramente de carácter informativo en relación a su labor periodística⁶.

3. Recurso de revisión.

12. Inconforme con la determinación, Claudia Magaly Palma Encalada, como representante propietaria del Partido Acción Nacional en Coahuila

⁶ En este acuerdo, la autoridad instructora dio vista a la Unidad Técnica de Fiscalización del INE por las conductas consistentes en gastos no reportados y aportaciones de entes mercantiles a una campaña electoral.

interpuso recurso de revisión del procedimiento especial sancionador, al que correspondió la clave **SUP-REP-720/2018**⁷.

4. Resolución SUP-REP-717/2018 y SUP-REP-720/2018 acumulados.

13. El trece de diciembre de dos mil dieciocho, la Sala Superior determinó la acumulación de los medios de impugnación antes citados, así como la revocación de las determinaciones impugnadas en los siguientes términos:

“...EFECTOS DE LA SENTENCIA

Por lo anterior, debe revocarse la sentencia y el acuerdo impugnados, para que la UTC realice las diligencias necesarias para tener certeza sobre quién contrató la publicidad denunciada, los términos y condiciones en que se llevó a cabo la difusión de propaganda; y en su caso, si alguno de los partidos políticos participantes en los procesos electorales locales o federales intervinieron en la propaganda.

Una vez realizadas las diligencias indicadas, deberá ordenar el emplazamiento de todos los sujetos involucrados al procedimiento y celebrar la audiencia correspondiente, para su posterior remisión del expediente a la Sala Especializada a fin de que emita una resolución, donde tome en consideración todos los elementos probatorios y determine si existió alguna infracción a la normativa electoral...”

5. Trámite ante la autoridad instructora.

14. El diecisiete de diciembre de dos mil dieciocho, la autoridad instructora ordenó acumular el expediente JL/PE/MORENA/JL/CM/PEF/6/2018 (SRE-PSL-41/2018) a la queja UT/SCG/PE/CMPE/CG/442/2018 y realizar diversas diligencias de investigación.

6. Ampliación de la queja.

15. El once de febrero de dos mil diecinueve, Claudia Magaly Palma Encalada, en su calidad de representante del PAN en Coahuila, presentó ampliación de la queja promovida previamente, al plantear que existió una estrategia publicitaria planeada por personas físicas y morales cercanas al PRI, consistente en la difusión de publicidad en formato “teasers”, en el canal de televisión restringida denominado *National Geographic Partners*, como parte de una campaña en contra de Andrés Manuel López Obrador,

⁷ Recurso que se acumuló al diverso SUP-REP-717/2018.

para beneficiar al entonces candidato a la presidencia de la República, José Antonio Meade Kuribreña.

7. Diferimiento de audiencia.

16. Mediante acuerdo de catorce de marzo de dos mil diecinueve, la autoridad instructora difirió la audiencia para requerir a la Unidad de Inteligencia Financiera de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, mayores elementos de prueba que permitieran a este órgano jurisdiccional resolver el fondo del asunto, al advertir que dicha autoridad investigadora se encontraba sustanciando un procedimiento relacionado con los hechos denunciados.

8. Emplazamiento y audiencia de pruebas y alegatos.

17. Mediante acuerdo de veinte de marzo de dos mil diecinueve, la autoridad instructora, ordenó emplazar a las partes a la audiencia de pruebas y alegatos, misma que se celebró el veintiocho siguiente.

IV. Actuaciones en la Sala Especializada

1. Remisión del expediente.

18. En su oportunidad, se recibió en la Oficialía de Partes de esta Sala Especializada el expediente formado con motivo de la instrucción del presente procedimiento, mismo que se remitió a la Unidad Especializada para la Integración de los Expedientes de los Procedimientos Especiales Sancionadores, a efecto de que llevara a cabo la verificación de su debida integración.

2. Turno a ponencia.

19. Mediante acuerdo de dos de mayo de dos mil diecinueve, la Magistrada Presidenta por ministerio de Ley, Gabriela Villafuerte Coello, determinó

turnar el expediente **SRE-PSL-41/2018** a la ponencia a su cargo.

3. Radicación.

20. En su oportunidad radicó el expediente y procedió a elaborar el proyecto de sentencia.

4. Retorno del expediente.

21. En sesión pública de tres de mayo de dos mil diecinueve, la Magistrada ponente sometió a consideración del Pleno de esta Sala Especializada el proyecto de resolución correspondiente, por lo que una vez que fueron analizadas las consideraciones que sustentaban su propuesta, estas fueron rechazadas por mayoría de votos. En ese sentido, en esa misma fecha se retornó el presente expediente a la ponencia a cargo del Magistrado en Funciones Carlos Hernández Toledo, a efecto de que determinara lo que en derecho corresponda.

5. Acuerdo plenario.

22. El tres de mayo de dos mil diecinueve se dictó acuerdo plenario por esta Sala Especializada, en el cual se determinó remitir el expediente a la autoridad instructora con la finalidad de que se realizarán diversas diligencias para mejor proveer.

V. Diligencias para mejor proveer

1. Realización de diligencias:

23. Mediante acuerdo dictado el cuatro de mayo de dos mil diecinueve, la autoridad instructora, ordenó la realización de diversas diligencias.

2. Emplazamiento y nueva audiencia.

24. El doce de junio de dos mil diecinueve, la autoridad instructora emitió

acuerdo en el cual se determinó emplazar a las partes al procedimiento especial sancionador y citarlos a la audiencia de pruebas y alegatos, la cual se llevó a cabo el veintiuno siguiente.

VI. Nuevo trámite en la Sala Especializada

1. Recepción del expediente.

25. El mismo veintiuno de junio, se recibió en la Oficialía de Partes de esta Sala Especializada el expediente formado con motivo de la instrucción del presente procedimiento, mismo que se remitió a la Unidad Especializada para la Integración de los Expedientes de los Procedimientos Especiales Sancionadores, a efecto de que llevara a cabo la verificación de su debida integración.

2. Turno a ponencia.

26. En su oportunidad, la Magistrada Presidenta por Ministerio de Ley, acordó turnar el expediente **SRE-PSL-41/2018** a la ponencia del Magistrado en funciones Carlos Hernández Toledo.

3. Radicación.

27. Con posterioridad, el Magistrado Ponente radicó el expediente al rubro indicado y procedió a elaborar el proyecto de resolución correspondiente.

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

28. **PRIMERA. COMPETENCIA.** Esta Sala Especializada es competente para resolver el presente asunto, en virtud de que se trata de un procedimiento especial sancionador en el que se denuncia la difusión de propaganda que presuntamente calumnia al entonces candidato a la Presidencia de la República, Andrés Manuel López Obrador, así como la supuesta contratación y/o adquisición de tiempos en televisión, derivado de la

colocación y difusión de propaganda alusiva a la serie denominada “Populismo en América Latina”, así como un posible uso indebido de recursos públicos, lo cual a decir del quejoso tuvo un impacto en el pasado proceso electoral federal 2017-2018.

29. Lo anterior, con fundamento en los artículos 41, párrafo segundo, base III y 99, párrafo cuarto, fracción IX, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos⁸; artículo 475 en relación con el 470, párrafo 1, incisos a) y c) de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales⁹, así como los artículos 192 y 195, último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación¹⁰.
30. **SEGUNDA. SOBRESEIMIENTO Y CAUSALES DE IMPROCEDENCIA.**
31. Las causales de improcedencia o sobreseimiento, ya sea que se opongan por las partes o que se adviertan oficiosamente por la autoridad jurisdiccional, deben analizarse previamente, porque si se configura alguna, no podría emitirse una determinación sobre el fondo de la controversia planteada en el procedimiento especial sancionador, por existir un obstáculo para su válida constitución.

- **Sobreseimiento**

32. En el presente caso, esta Sala Especializada advierte del acuerdo de emplazamiento dictado por la autoridad instructora el doce de junio que, determinó llamar al presente procedimiento especial sancionador a las siguientes personas por el posible uso indebido de recursos públicos, en contravención a lo dispuesto por el párrafo séptimo, del artículo 134, de la Constitución Federal:

⁸ En lo sucesivo, Constitución Federal.

⁹ En adelante, Ley General.

¹⁰ Sirve para fortalecer lo anterior lo sostenido por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (en adelante Sala Superior), en la jurisprudencia 25/2010 de rubro: “PROPAGANDA ELECTORAL EN RADIO Y TELEVISIÓN. COMPETENCIA DE LAS AUTORIDADES ELECTORALES PARA CONOCER DE LOS PROCEDIMIENTOS SANCIONADORES RESPECTIVOS. Las jurisprudencias citadas son consultables en la página de internet del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación: www.te.gob.mx.

- Alejandro Quintero Íñiguez;
- Alejandra Sota Mirafuentes;
- Integra Metas Estratégicas, S.A. de C.V.;
- Piña Digital, S. de R.L. de C.V.;
- TV Promo, S.A. de C.V.;
- Grupo TV Promo, S.A. de C.V.;
- Javier García Mata;
- Virna Gómez Piña;
- LGN Advertising Group, S.A. de C.V.;
- Telepersonal, S.A. de C.V.;
- Servicios Comerciales Amazon México, S. de R.L. de C.V.;
- Mónica Bolaños Cacho Albarrán;
- Samuel Derzavich Kahan;
- José Antonio Meade Kuribreña; y
- A los partidos políticos Acción Nacional, Revolucionario Institucional, de la Revolución Democrática, Verde Ecologista de México, del Trabajo, y Movimiento Ciudadano.

33. Sin embargo, este órgano jurisdiccional estima que procede el sobreseimiento de dicha conducta atribuida a las personas físicas y morales referidas en virtud de que el uso indebido de recursos públicos, no son infracciones que se les puedan atribuir, en razón de no ser sujetos activos de lo previsto en el artículo 134, párrafo séptimo de la Constitución Federal, ya que los mismos no ostentan la calidad de servidores públicos.

34. Esto es, el artículo 134, párrafo séptimo de la Constitución Federal menciona lo siguiente:

Artículo 134

Párrafo 7

Los servidores públicos de la Federación, las entidades federativas, los Municipios y las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, tienen en todo tiempo la obligación de aplicar con imparcialidad los recursos públicos que están bajo su responsabilidad, sin influir en la equidad de la competencia entre los partidos políticos.

Énfasis añadido.

35. De lo anterior se concluye que **los servidores públicos** tienen la obligación de aplicar con imparcialidad los recursos públicos que están bajo su responsabilidad, sin influir en la equidad de la competencia entre los partidos políticos. Por lo que, dicho precepto normativo es rector en

materia del servicio público, el cual consagra los principios fundamentales de imparcialidad y equidad en la contienda electoral.

36. Por lo anterior, es que no resulta aplicable dicha porción normativa a los sujetos señalados en virtud de no tener el carácter de servidores públicos, esto es, al tratarse de una prohibición constitucional que sustancialmente vigila el actuar de las y los servidores públicos, por lo que, resulta improcedente estudiar tal responsabilidad en contra de los sujetos antes referidos.
37. En ese orden de ideas, en términos de lo dispuesto por el artículo 11, párrafo 1, inciso c) de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral, de aplicación supletoria¹¹, lo procedente es decretar el sobreseimiento en el presente procedimiento, exclusivamente por cuanto hace al supuesto uso indebido de recursos públicos atribuidos a los sujetos referidos con anterioridad¹².

- **Causales de improcedencia**

38. Por otra parte, el representante del Partido Verde Ecologista de México, al comparecer a la audiencia de pruebas y alegatos, manifestó que la queja de mérito debe desecharse, ya que no se cuenta con los medios probatorios que acrediten la presunta conducta infractora.
39. Al respecto, cabe precisar que el artículo 471, párrafo 5, inciso d), de la Ley General, establece que se desechará de plano la denuncia cuando sea evidentemente frívola, entendiéndose por ello aquellas denuncias en las que se formulen pretensiones que no se pueden alcanzar jurídicamente, por ser notorio y evidente que no se encuentran al amparo del derecho o ante la inexistencia de pruebas que sirvan para acreditar la infracción denunciada.

¹¹ En términos de lo previsto en el artículo 441, párrafo primero, de la Ley General.

¹² Similar criterio se adoptó en el expediente SRE-PSD-23/2019.

40. Sin embargo, del análisis de los escritos de queja, se advierte que los denunciados, señalaron concretamente los agravios relacionados con la infracción denunciada, y ofrecieron las pruebas que estimaron pertinentes para acreditar sus pretensiones, por lo que, en todo caso, la actualización o no de la infracción, será materia de análisis en el estudio de fondo de la presente resolución, de ahí que devenga improcedente el desechamiento planteado.
41. De igual forma, el apoderado legal de la Unión de Permisarios de Transporte Colectivo, Ruta 25, A.C., manifiesta que, en el presente caso, opera la figura jurídica de la cosa juzgada, toda vez que, el nueve de noviembre de dos mil dieciocho, esta Sala Especializada ya emitió sentencia en el expediente en que se actúa, por la cual se resolvieron los hechos materia de ésta resolución.
42. Sin embargo, dicha aseveración deviene improcedente, toda vez que, como fue previamente referido, dicha sentencia fue revocada por la Sala Superior, al resolver el recurso de revisión del procedimiento especial sancionador SUP-REP-717/2018 y SUP-REP-720/2018 acumulados de ahí la imposibilidad jurídica de que pueda actualizarse dicho supuesto.
43. **TERCERA. CONTROVERSIA.** Los aspectos a dilucidar en la presente sentencia son los siguientes:
- a) Si derivado de la colocación de propaganda alusiva a la **serie “Populismo en América Latina”** en diversas unidades de transporte público en la Ciudad de México, se acredita la infracción de **calumnia**, en contravención a lo dispuesto por los artículos 41 base III, Apartado C, primer párrafo de la Constitución Federal, en relación al 247, párrafos 1 y 2; 443, párrafo 1, incisos a), j) y n), 445, párrafo 1, inciso j), 447, párrafo 1, inciso e), de la Ley General; y 25, párrafo 1, incisos a), o) y u), de la Ley General de Partidos Políticos, toda vez que se relaciona la imagen del entonces candidato a la

Presidencia de la República, Andrés Manuel López Obrador, con “*líderes populistas*”, atribuible a las siguientes personas:

Representantes legales de las rutas de transporte público en la Ciudad de México:

- 25 (veinticinco)
- 42 (cuarenta y dos)
- 70 (setenta)
- 76 (setenta y seis)
- 80 (ochenta)

Guillermina Pineda Salgado, Jessica Otero Mejía, José Brigido Otero Hernández, UMP Cobertura e Imagen en Medios Publicitarios, S.A. de C.V., Piña Digital, S. de R.L. de C.V., Mónica Bolaños Cacho Albarrán, Servicios Comerciales Amazon México, S. de R.L. de C.V., TV Promo, S.A. de C.V., Grupo TV Promo, S.A. de C.V., Javier García Mata, Virna Gómez Piña, Alejandro Quintero Íñiguez, Alejandra Sota Mirafuentes, Integra Metas Estratégicas, S.A. de C.V., LGN Advertising Group, S.A. de C.V., Telepersonal, S.A. de C.V., Samuel Derzavich Kahan, los partidos políticos Acción Nacional, Revolucionario Institucional, de la Revolución Democrática, Verde Ecologista de México, del Trabajo, y Movimiento Ciudadano, y José Antonio Meade Kuribreña.

- b)** Si derivado de la transmisión de publicidad relativa a la serie referida en el párrafo que antecede, en el canal de televisión abierta Imagen Televisión, así como en el diverso de televisión restringida National Geographic¹³, se acredita la **contratación y/o adquisición** de tiempos en televisión, con la finalidad de influir en las preferencias electorales, en contravención a lo dispuesto por los artículos 41 Base III, Apartado A, de la Constitución Federal, 159, párrafo 5; 442, párrafo 1, incisos a), c) y d), 443, párrafo 1, incisos

¹³ Cabe precisar que, si bien la promovente señaló que la denominación del canal era National Geographic Partners, lo cierto es que de las constancias que obran en el expediente se advierte que el nombre correcto es National Geographic.

a), h), i) y n), 445, párrafo 1, inciso f), 447, párrafo 1, incisos b) y e), 452, párrafo 1, incisos a), b) y e), de la Ley General, atribuible a Piña Digital, S. de R.L. de C.V., TV Promo, S.A. de C.V., Grupo TV Promo, S.A. de C.V., Javier García Mata, Virna Gómez Piña, Alejandro Quintero Íñiguez, Alejandra Sota Mirafuentes, Integra Metas Estratégicas, S.A. de C.V., LGN Advertising Group, S.A. de C.V., Telepersonal, S.A. de C.V., Servicios Comerciales Amazon México, S. de R.L. de C.V., Mónica Bolaños Cacho Albarrán, Samuel Derzavich Kahan, Cadena Tres I, S.A. de C.V.¹⁴, Cablevisión S.A. de C.V., Cablemás Telecomunicaciones S.A. de C.V., Corporación Novavisión, S. de R.L. de C.V., los partidos políticos Acción Nacional, Revolucionario Institucional, de la Revolución Democrática, Verde Ecologista de México, del Trabajo, y Movimiento Ciudadano, Fox International Channels México, S. de R.L. de C.V.¹⁵ y José Antonio Meade Kuribreña.

CUARTA. PRONUNCIAMIENTO DE FONDO.

44. Antes de analizar la legalidad o no de los hechos denunciados materia del presente asunto, es necesario verificar su existencia y las circunstancias en que se realizaron, a partir de los medios de prueba que constan en el expediente, relacionados con la infracción materia de la presente resolución.

I. Medios de prueba

45. Debido al cúmulo probatorio, los medios de prueba que constan en el expediente, se detallarán en el **ANEXO UNO** de la presente resolución.

II. Valoración probatoria

¹⁴ La citada persona moral y el PAN únicamente fueron emplazadas por la supuesta contratación y/o adquisición de propaganda electoral a través de televisión abierta.

¹⁵ Dicha persona jurídica únicamente fue emplazada por la supuesta contratación y/o adquisición de propaganda electoral a través de televisión restringida.

46. Las pruebas descritas en el citado anexo se valoran conforme a lo siguiente:
47. Las pruebas **documentales públicas** ostentan pleno valor probatorio, al ser emitidas por autoridades competentes en ejercicio de sus funciones, en términos de lo dispuesto por los artículos 461, párrafo 3, inciso a), así como 462, párrafos 1 y 2, de la Ley General.
48. En relación a las **documentales privadas**, tomando en consideración la propia y especial naturaleza de las mismas, en principio sólo generan indicios, y harán prueba plena sobre la veracidad de los hechos, al concatenarse con los demás elementos que obren en el expediente, las afirmaciones de las partes, la verdad conocida y el recto raciocinio de la relación que guardan entre sí, en términos de los artículos 461, párrafo 3, inciso b), y 462 párrafos 1 y 3, de la Ley General.
49. Por lo que hace a las **pruebas técnicas**, cuentan con valor indiciario, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 461, párrafo 3, inciso c) y 462, párrafo 3 de la Ley General, por lo que su alcance debe analizarse a la luz del cúmulo probatorio.

III. Hechos acreditados

50. A partir de la concatenación de las pruebas descritas en el **ANEXO UNO** que forma parte integral de la presente resolución, se tienen por acreditados los siguientes hechos:

a) Existencia, difusión y producción de la serie.

51. Conforma a las constancias que integran el expediente se tiene por acreditada la existencia de la serie de tipo documental denominada "Populismo en América Latina", cuya realización correspondió a la persona

moral Piña Digital, S. de R.L. de C.V., la cual posee el nombre comercial de “La División”, teniendo como Productor Ejecutivo a Javier García Mata.

52. Asimismo, se tiene por acreditado que dicha serie cuenta con un total de cinco capítulos con los siguientes nombres:

1. El ADN político de nuestro continente.
2. La Argentina de Perón.
3. Brasil: de Getulio a Lula.
4. El delirio Bolivariano de Hugo Chávez.
5. Andrés Manuel López Obrador: El redentor furioso.

53. De igual manera, se tiene acreditado que dicha serie se comenzó a difundir a través de la plataforma digital “Amazon Prime Video” desde el día veinticinco de junio de dos mil dieciocho.

b) Existencia, contenido y contratación de la propaganda en unidades de transporte público

54. De las pruebas relacionadas en el apartado anterior, se tiene por acreditado que se realizó una contratación para que la propaganda alusiva a la serie “Populismo en América Latina” fuera colocada en 100 unidades de transporte público en la Ciudad de México¹⁶.

55. Dicha contratación fue realizada entre las personas morales Piña Digital, S. de R.L., quién fue la que realizó la serie, y la diversa UMP Cobertura e Imagen en Medios Publicitarios, S.A. de C.V. por una temporalidad comprendida del veinte de abril al diecinueve de mayo de dos mil dieciocho.

56. Por otra parte, se acreditó de igual manera que, para la contratación de dicha propaganda, se tuvo la participación de la empresa Telepersonal,

¹⁶ Tal contenido será materia del análisis de fondo de la presente resolución.

S.A. de C.V., a través de Mónica Bolaños Cacho Albarrán, quién realizó gestiones para tales efectos, entre las empresas antes referidas.

c) Contenido y difusión de un video o cápsula relativa a la serie “Populismo en América Latina” en televisión abierta

57. De los escritos presentados en el presente expediente, así como de las actas circunstanciadas instrumentadas por la autoridad instructora, se tiene por acreditado que los días veintiséis y veintisiete de abril de dos mil dieciocho, se difundió información relativa a la serie “Populismo en América Latina”, durante el programa de noticias denominado “Imagen Noticias”, a través del canal de televisión abierta Imagen Televisión, correspondiente a la concesionaria de televisión Cadena Tres I, S.A. de C.V.
58. Asimismo, se tiene acreditado de igual manera que, durante la transmisión de dicho programa televisivo, el día veintisiete de abril de dos mil dieciocho, se llevó a cabo la transmisión de un video o capsula relativa a la serie, aproximadamente a las veintidós horas con treinta y siete minutos, el cual fue materia de la denuncia y cuyo contenido será analizado en el estudio de fondo del presente asunto.

d) Inserción y difusión en televisión de una “pleca” o cintillo con contenido alusivo a la serie “Populismo en América Latina”

59. Mediante diversos escritos presentados por Cablevisión S. A. de C. V. y la concesionara Cablemás Telecomunicaciones S. A. de C. V., por medio de su representante legal, manifestaron que los días 1, 2, y 3 de mayo del dos mil dieciocho, a través de su señal perteneciente al canal 403 identificado en la programación de ambas televisoras como “National

Geographic”, detectaron la difusión de una *pleca o cintillo*¹⁷, con contenido alusivo a la serie “Populismo en América Latina”.



60. Bajo el mismo supuesto, la concesionaria de televisión restringida Corporación Novavisión S. de R. L. de C. V., manifestó que dicha publicidad, también fue transmitida en su señal a través de los canales 254, 1265 y 1272 de SKY, en las fechas antes referidas.
61. Con la particularidad, de que dichas concesionarias de televisión restringida coinciden en señalar que el contenido que conforma la programación de dicho canal (National Geographic), no es propio, sino que le es proporcionado por un programador diverso.
62. Ahora bien, de la información rendida por la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión¹⁸, se puede concluir que una *pleca* es un elemento gráfico que se inserta en forma de cintillo superpuesto dentro de un contenido audiovisual televisivo, el cual puede estar integrado por imágenes, frases y/o leyendas que generalmente describen o exponen datos relacionados con el tema central que se presenta a los televidentes y que, en algunos casos son acompañados de elementos auditivos¹⁹.
63. Asimismo, la CIRT manifiesta que la comercialización de las plecas no está sujeto a un esquema fijo, sino que su valor es determinado por sus características (espacio en pantalla) duración, animación, producción, fechas, horarios de transmisión, audiencia y programas, por último, señala que las plecas **son insertadas por los productores y/o programadores de contenido**.
64. En ese sentido, podemos concluir que el contenido aportado por Cablevisión S. A. de C. V., Cablemas Telecomunicaciones S. A. de C. V.,

¹⁷ De esa manera se describió por las concesionarias Cablemás Telecomunicaciones S. A. de C. V. y Cablevisión S. A. de C. V. en sus escritos de veinticuatro de mayo.

¹⁸ En lo sucesivo CIRT.

¹⁹ Véase el citado informe a partir de la foja cinco mil novecientos cincuenta y uno del cuaderno accesorio 10 del presente expediente.

así como por Corporación Novavisión S. de R. L. de C. V., fue difundido a través de su señal televisiva de carácter restringida, los días uno, dos y tres de mayo, el cual corresponde a placas relacionadas con la serie Populismo en América Latina, con las siguientes características:

CONTENIDO REFERIDO POR CABLEVISIÓN, S.A. DE C.V. Y CABLEMÁS TELECOMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	CONTENIDO REFERIDO POR CORPORACIÓN NOVAVISIÓN, S. DE R.L. DE C.V.
<p data-bbox="402 854 764 889">Los mexicanos se dividen en torno a una pregunta</p> <p data-bbox="443 930 724 964">¿Es López Obrador un Líder Populista?</p> <hr/> <p data-bbox="315 1005 683 1040">No te pierdas la Serie Populismo en América Latina</p> <p data-bbox="315 1080 675 1115">Andrés Manuel López Obrador, el redentor furioso</p> 	<p data-bbox="927 838 1369 873">Los mexicanos se dividen en torno a una pregunta</p> <p data-bbox="1003 870 1341 905">¿Es López Obrador un Líder Populista?</p> <p data-bbox="922 930 1370 964">No te pierdas la Serie Populismo en América Latina</p> <p data-bbox="951 989 1390 1024">Andrés Manuel López Obrador, el redentor furioso</p> 

65. Sin que este órgano jurisdiccional, tenga certeza respecto del momento exacto o circunstancias de programación en que fue difundida en dicho canal de televisión restringida, dado que no fue monitoreada por la autoridad electoral.

Análisis de fondo

i. Marco normativo

- **Calumnia**

66. El artículo 41, base III, apartado C, primer párrafo de la Constitución Federal establece que los partidos políticos nacionales tendrán derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación social, pero que en la propaganda política o electoral que difundan, deberán abstenerse de expresiones que calumnien a las personas.
67. En igual sentido, los artículos 443, párrafo 1, inciso j), y 445, párrafo 1, inciso f), de la Ley General; así como el artículo 25, párrafo 1, inciso o), de

la Ley General de Partidos Políticos, disponen que en la propaganda política o electoral que difundan los partidos políticos y candidatos, deberán abstenerse de incluir expresiones que calumnien a las personas.

68. Por su parte, el artículo 445, inciso f) de la Ley General, contempla como infracción por parte de los candidatos a cargo de elección popular el incumplimiento de cualquiera de las disposiciones contenidas en tal ordenamiento.
69. Asimismo, el artículo 471, párrafo 2, de la Ley General establece que debe entenderse por calumnia la imputación de hechos o delitos falsos con impacto en un proceso electoral.
70. Al respecto, la Sala Superior ha sostenido que el concepto de calumnia en el contexto electoral, se circunscribe a la imputación de hechos o delitos falsos con impacto en la materia electoral, señalando que tal concepto debe representar la guía esencial para los operadores jurídicos, a efecto de establecer si un determinado mensaje es efectivamente constitutivo de calumnia²⁰.
71. La prohibición normativa precisada, de conformidad con su objeto y fin constitucional, se enmarca en lo dispuesto por los artículos 6° y 7° de la propia Constitución Federal, que establecen entre otras cuestiones, que la manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público.
72. Asimismo, se ha establecido como límite a la propaganda política y electoral el uso de expresiones que calumnien a las personas, ya sea en el contexto de una opinión, información o debate, en concordancia con la obligación de respeto a los derechos de terceros.

²⁰ SUP-REP-40/2015 y SUP-REP-568/2015.

73. Al respecto, ha sido criterio de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, al resolver diversas acciones de inconstitucionalidad²¹, que para que pueda configurarse dicha infracción, la imputación del hecho o delito debe hacerse a sabiendas o teniendo conocimiento de que el hecho que auspicia la calumnia es falso.
74. Esto, porque sólo así resulta constitucionalmente permitido el término calumnia para restringir la libertad de expresión²².
75. En ese sentido, estableció que la calumnia, con impacto en el proceso electoral, se compone de los siguientes elementos:
- a) Objetivo:** Imputación de hechos o delitos falsos.
- b) Subjetivo:** A sabiendas que los hechos o delitos que se imputan son falsos.
76. De esta manera, se ha interpretado que la finalidad de dichas normas es que los partidos políticos al difundir propaganda, actúen con respeto a la reputación y vida privada de las personas, reconocidos como derechos fundamentales, en el contexto de una información o debate, lo que se armoniza con la obligación de respeto a los derechos de terceros.
77. Al respecto, la Sala Superior ha determinado, por una parte, que no sólo las personas físicas pueden ser objeto de calumnia sino también los partidos políticos, pues conforme a lo previsto en el artículo 25 fracción VI

²¹ Entre otras, la resolución relativa a la Acción de Inconstitucionalidad 48/2017.

²² **Acción de Inconstitucionalidad 64/2015** y sus acumuladas, 65/2015, 66/2015, 68/2015 y 70/2015, páginas 111 y 112; **Ley de Instituciones y Procedimientos Electorales del Estado de Sinaloa**, "Artículo 69... Se entenderá por calumnia la imputación de hechos o delitos falsos con impacto en un proceso electoral."

Acción de Inconstitucionalidad 129/2015 y sus acumuladas 130/2015, 131/2015, 132/2015, 133/2015 y 137/2015, páginas 209 y 210; **Ley Electoral del Estado de Quintana Roo**, "Artículo 324...Se entenderá por calumnia la imputación de hechos o delitos falsos con impacto en un proceso electoral."

Acción de Inconstitucionalidad 97/2016 y su acumulada 98/2016, páginas 176 y 177; **Ley Electoral del Estado de Nayarit**, "Artículo 243...Se entenderá por calumnia la imputación de hechos o delitos falsos con impacto en un proceso electoral."

del Código Civil Federal y 3, párrafo 1 de la Ley de Partidos, son personas jurídicas de interés público y, por ende, tienen legitimación activa para denunciar hechos que estimen calumniosos en su perjuicio.

78. Por otro lado, también sostuvo que los partidos políticos se encuentran legitimados para denunciar que existe calumnia en su contra y en contra de servidores públicos, militantes y dirigentes emanados de sus filas, al existir un vínculo indisoluble entre los partidos políticos y dichos sujetos.

- **Libertad de expresión**

79. En el ámbito internacional, la libertad de expresión se regula, entre otros instrumentos, en el artículo 4, de la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre, que dispone “toda persona tiene derecho a la libertad de investigación, de opinión, de expresión y difusión del pensamiento por cualquier medio”.

80. En el derecho convencional, el Pacto Internacional de los Derechos Civiles y Políticos²³ y la Convención Americana sobre Derechos Humanos²⁴, establecen, en esencia, que la libertad de expresión goza también de una importante protección, la cual puede ejercerse por cualquier medio e involucrar opiniones concernientes a todo tópico, porque no existen temas susceptibles de una censura previa, sino más bien sujetos a responsabilidades ulteriores.

81. En ese sentido, la Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión adoptada por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos señala que “la libertad de expresión, en todas sus formas y manifestaciones, es un derecho fundamental, inalienable e inherente a todas las personas. Además, es un requisito indispensable para la existencia misma de una sociedad democrática”. Por las mismas razones se ha afirmado que los

²³ Al respecto véase el artículo 19 del referido ordenamiento.

²⁴ Al respecto véase el Artículo 13. Libertad de Pensamiento y de Expresión.

Estados deben promover y no inhibir, una deliberación vigorosa, plural y desinhibida sobre todos los asuntos públicos.

82. Así, los órganos del sistema interamericano han reconocido que este derecho constituye un elemento fundamental para la existencia de las sociedades democráticas, debido a su indispensable relación estructural con la democracia²⁵.
83. En esa perspectiva, tal derecho se concibe como uno de los mecanismos fundamentales con que cuenta la sociedad para ejercer un control democrático sobre las personas que tienen a su cargo asuntos de interés público.
84. Así, los artículos 6 y 7 de la Constitución Federal, disponen que toda persona tiene derecho a la libre expresión y al acceso a información plural y oportuna, así como a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole, por cualquier medio de expresión.
85. Al respecto, la Suprema Corte de Justicia de la Nación ha considerado que la libertad de expresión tiene una doble dimensión: individual y colectiva.
86. En su dimensión individual, esa libertad asegura a las personas espacios esenciales para su desarrollo y se erige como una condición para ejercer plenamente otros derechos fundamentales, como el de asociación, votar y ser votado, entre otros.

²⁵ Corte IDH. La colegiación obligatoria de periodistas (Arts. 13 y 29 Convención Americana sobre Derechos Humanos). Opinión Consultiva OC-5/85 del 13 de noviembre de 1985. Serie A No. 5, párr. 70; Caso Claude Reyes y otros vs. Chile. Fondo, Reparaciones y Costas. Sentencia de 19 de septiembre de 2006. Serie C No. 151, párr. 85; Caso Herrera Ulloa vs. Costa Rica. Excepciones Preliminares, Fondo, Reparaciones y Costas. Sentencia de 2 de julio de 2004. Serie C No. 107, párr. 116; Caso Ricardo Canese vs. Paraguay. Fondo, Reparaciones y Costas. Sentencia del 31 de agosto de 2004. Serie C No. 111, párr. 86; CIDH, Informe No. 20/99, Fondo, Caso 11.317, Rodolfo Robles Espinoza e Hijos, Perú, párr. 148; Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión, 2000; y CIDH, Relatoría Especial para la Libertad de Expresión, Marco Jurídico Interamericano sobre Libertad de Expresión, 2009, párr. 8.

87. En su dimensión colectiva, el derecho de expresión corresponde a una vertiente pública, la cual rebasa la idea personal, para contribuir de manera esencial a la formación y mantenimiento de una opinión pública, libre, bien informada y, por tanto, para la toma de decisiones de interés público, más allá del interés individual, lo que es imprescindible en una democracia representativa.

88. Con base en esa doble dimensión, la libertad de expresión es un medio para el intercambio de informaciones e ideas entre las personas y para la comunicación masiva entre los seres humanos. Ello implica, por una parte, el derecho a comunicar a otros el propio punto de vista y las informaciones u opiniones que se quieran; y por otra, el derecho de todos a recibir y conocer tales puntos de vista, informaciones, opiniones, relatos y noticias, libremente y sin interferencias que las distorsionen u obstaculicen²⁶.

89. Por ello, la protección de la libertad de expresión se construye en el respeto a la diversidad de opiniones, consecuentemente, es un derecho fundamental para la consolidación de un Estado de Derecho, en el que se garantice la información y mantenimiento de una opinión pública, libre e informada.

- **Prohibición constitucional para contratar y/o adquirir tiempos en radio y televisión para difundir propaganda electoral**

90. El artículo 41, Base III, Apartado A, párrafo tercero, de la Constitución Federal²⁷, establece que ninguna otra persona física o moral, sea a título propio o por cuenta de terceros, podrá contratar propaganda en radio y televisión dirigida a influir en las preferencias electorales de los

²⁶ Corte I.D.H., Caso "La Última Tentación de Cristo" (Olmedo Bustos y otros) Vs. Chile. Sentencia de 5 de febrero de 2001. Serie C No. 73, párr. 66; Corte I.D.H., La Colegiación Obligatoria de Periodistas (arts. 13 y 29 Convención Americana sobre Derechos Humanos). Opinión Consultiva OC-5/85 del 13 de noviembre de 1985. Serie A No. 5, párr. 32.

²⁷ Norma que se reitera en el artículo 159, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales

ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular.

91. De lo anterior, es posible advertir que el modelo de comunicación política contempla una restricción a los partidos, dirigentes partidistas, candidatos, personas físicas y morales para que, a título propio o por terceros, contraten o adquieran propaganda en radio y televisión, que esté dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, a favor o en contra de alguna fuerza política contendiente²⁸.
92. La Sala Superior ha sostenido de manera reiterada que las conductas prohibidas por el precepto constitucional son:
- **Contratar** tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión, por sí o por terceras personas y,
 - **Adquirir** tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión, por sí o por terceras personas.
93. La limitación va encaminada a evitar que a través de tiempos ajenos a los que la autoridad administrativa asigna a los partidos políticos, se pueda acceder a radio y televisión para difundir propaganda electoral.
94. Tal prohibición se encuentra regulada como infracción en la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, en los artículos 447, párrafo 1, incisos b) y e), y 452, párrafo 1, incisos b) y e).
95. Al respecto, la Sala Superior ha considerado²⁹ que esa prohibición obliga a las autoridades electorales a analizar el contenido de los mensajes e imágenes de los promocionales en radio y televisión, el contexto espacial

²⁸ Véase el SUP-REP-131/2018.

²⁹ Véase SUP-REP-165/2017 y acumulados.

y temporal en el que se emiten, así como las modalidades de difusión, a efecto de determinar si constituyen propaganda política o electoral tendente a influir en la preferencia electoral de la ciudadanía, sin que sea jurídicamente relevante o determinante la modalidad, forma o título que se emplee para su difusión.

96. De esta forma, la prohibición e infracción se actualiza con la transmisión de propaganda política o electoral con las características apuntadas, con independencia de si existen pronunciamientos explícitos a favor o en contra de alguna fuerza política. Así, basta que se adviertan elementos que permitan establecer la existencia de una posible influencia en las preferencias electorales, para tener por configurada la proscripción constitucional³⁰.

- **Libertad de expresión en materia comercial**

97. La Suprema Corte ha señalado que son válidas las expresiones comerciales que tengan un propósito económico o comercial, al señalar que las mismas gozan de una presunción de que se encuentran protegidas por el derecho fundamental a la libertad de expresión, la cual sólo puede ser derrotada bajo razones imperiosas.

98. En este sentido, se considera que las expresiones comerciales están protegidas por la libertad de expresión por las siguientes razones: 1) en las sociedades democráticas es más tolerable el riesgo derivado de los eventuales daños generados por la libertad de expresión que el riesgo de una restricción general de la libertad correspondiente; y, 2) en una economía de mercado es importante el libre flujo de información, esto para

³⁰ Criterio sostenido por la Sala Superior al resolver el expediente SUP-REP-594/2018 y acumulados.

que los agentes económicos puedan competir libremente y los consumidores puedan tomar decisiones informadas³¹.

99. En ese sentido señala la Suprema Corte debe destacarse que, a diferencia de los discursos que se ubican en la dimensión política o individual de la libertad de expresión, la publicidad no persigue o se relaciona con un fin social o político, ni procura la autorrealización de la persona, sino que sirve o tiene un propósito meramente económico o comercial.
100. Lo que se estima guarda sintonía con la libertad comercial consagrada en el artículo 5º de la Constitución Federal, en el que se establece que ninguna persona podrá ser impedida de que se dedique a la profesión, industria, comercio o trabajo que le acomode, siendo lícitos, salvo que se ataquen los derechos de tercero, o por resolución gubernativa dictada en los términos que marque la ley, cuando se ofendan los derechos de la sociedad.
101. Lo que lleva a concluir, que conforme al criterio jurisprudencial antes sostenido, la libertad de trabajo o empresa, no podría existir sin la posibilidad de exteriorizar la actividad económica que conlleva esa libertad.
102. Lo que se traduce en el derecho de cualquier persona física o jurídica a invertir los recursos que considere pertinentes en aras de proporcionar información al público en general respecto de los productos o servicios que se oferten, siempre y cuando, no se vulneren los derechos de los consumidores o se incurra en alguna de las restricciones que la propia Constitución Federal establece para la libertad de expresión.

ii. Caso concreto

³¹ Véase la tesis de rubro: **LIBERTAD DE EXPRESIÓN. ESTE DERECHO FUNDAMENTAL COMPRENDE AL DISCURSO COMERCIAL**. Primera Sala, Décima época, Libro 13, Diciembre de 2014, Tomo I, Semanario Judicial de la Federación, página 235.

103. Cabe recordar que, de los escritos de denuncia, los promoventes se quejan de la realización de diversas infracciones derivadas de la difusión de propaganda relativa a la serie “Populismo en América Latina”, las cuales se estudiarán a continuación.

1. Calumnia

104. En el caso concreto, el partido político MORENA, denunció que la propaganda alusiva a la serie “Populismo en América Latina”, la cual fue colocada en unidades de transporte público de la Ciudad de México, configura la infracción de calumnia en contra de Andrés Manuel López Obrador entonces candidato a la Presidencia de la República, ya que se trata de *“propaganda que afecta la equidad en la contienda al usar la imagen de nuestro candidato, con un (así) lemas o frases, que lo encasillan como populista, término que ha sido utilizado en un sentido peyorativo en su contra, lo que conlleva inducir el voto en su contra, así como expresiones falsas”*.

105. En primer término, es pertinente traer a colación que, el partido político denunciante, en su escrito de queja, manifestó que la persona responsable de la colocación de dicha propaganda era la casa productora llamada “La División”.

106. En ese sentido, de las constancias que obran en autos, se advierte que “La División”, es el nombre comercial que utiliza la empresa Piña Digital, S. de R.L., persona jurídica que fue emplazada por la infracción denunciada al presente procedimiento especial sancionador.

107. De igual manera, fueron llamados al procedimiento los representantes legales de las rutas de transporte público en la Ciudad de México: 25, 42, 70, 76 y 80, así como Guillermina Pineda Salgado, Jessica Otero Mejía, José Brigido Otero Hernández, UMP Cobertura e Imagen en Medios

Publicitarios, S.A. de C.V., Mónica Bolaños Cacho Albarrán, Servicios Comerciales Amazon México, S. de R.L. de C.V., TV Promo, S.A. de C.V., Grupo TV Promo, S.A. de C.V., Javier García Mata, Virna Gómez Piña, Alejandro Quintero Íñiguez, Alejandra Sota Mirafuentes, Integra Metas Estratégicas, S.A. de C.V., LGN Advertising Group, S.A. de C.V., Telepersonal, S.A. de C.V., Samuel Derzavich Kahan, los partidos políticos Acción Nacional, Revolucionario Institucional, de la Revolución Democrática, Verde Ecologista de México, del Trabajo, y Movimiento Ciudadano, así como José Antonio Meade Kuribreña.

108. Al respecto, de las investigaciones realizadas por la autoridad instructora, se pudo acreditar que la empresa denominada Piña Digital, S. de R.L. de C.V., realizó la contratación para la colocación de publicidad relativa a la serie "Populismo en América Latina" en 100 unidades de transporte público en la Ciudad de México, con la empresa diversa UMP Cobertura e Imagen en Medios Publicitarios, S.A. de C.V., en un periodo del veinte de abril al diecinueve de mayo de dos mil dieciocho.
109. De igual forma, se acreditó la participación de Mónica Bolaños Cacho Albarrán en la contratación de dicha propaganda, ya que, la referida denunciada realizó actos de gestión entre las dos personas jurídicas contratantes, como parte de las funciones que desempeñaba para la empresa Telepersonal, S.A. de C.V.
110. Asimismo, de la información proporcionada en la sustanciación del presente expediente, se tiene por reconocido que el diseño de dicha propaganda colocada en unidades de transporte público fue realizado por Javier García Mata, quien fungió como productor ejecutivo en la realización de la serie "Populismo en América Latina", cuya confección a manera de ejemplo es la siguiente:



111. En ese orden de ideas, se puede concluir de manera razonable que, las partes que tuvieron una participación en el diseño, contratación y colocación de la propaganda denunciada en unidades de transporte público en la Ciudad de México, fueron las personas jurídicas Piña Digital, S. de R.L. de C.V., UMP Cobertura e Imagen en Medios Publicitarios, S.A. de C.V. y Telepersonal, S.A. de C.V., así como las personas físicas Javier García Mata y Mónica Bolaños Cacho Albarrán.
112. Ahora bien, cabe resaltar que, la Sala Superior de este Tribunal Electoral al resolver el recurso de revisión del procedimiento especial sancionador SUP-REP-143/2018, señaló que la prohibición relativa a emitir propaganda electoral que calumnie, conforme a la legislación aplicable se encuentra acotada a sujetos específicos, siendo estos partidos políticos candidatos y coaliciones, sin que dicha restricción pueda ser aplicable a personas físicas o morales externas a la contienda electoral.
113. Ello es así, toda vez que la normativa contenida en el artículo 41, fracción III de la Constitución Federal encuentra cabida en la protección al sano desarrollo de las contiendas electorales, a través de la prohibición de emitir expresiones que calumnien a las personas o partidos políticos, con impacto en dicha contienda.

114. De tal manera que, dicha prohibición no puede entenderse como una restricción a la emisión de juicios por parte de la ciudadanía respecto al desarrollo del proceso electoral.
115. Así, de la normativa que regula la infracción materia de análisis, señaló que se desprende expresamente quiénes pueden ser infractores de la conducta reprochable en estudio, las cuales a saber son:
- a) partidos políticos,
 - b) coaliciones,
 - c) aspirantes a candidatos independientes,
 - d) candidatos de partidos e independientes,
 - e) observadores electorales, y
 - f) concesionarios de radio y televisión.
116. Es decir, la prohibición referente a la calumnia expresamente admite un ejercicio hermenéutico o interpretativo al señalar específicamente los sujetos activos del tipo infractor.
117. Además, refirió que el tipo infractor electoral en estudio constituye una restricción constitucional a la libertad de expresión, por ello, la interpretación que se haga del mismo debe ser aún más exacta en el sentido de limitar su alcance respecto al grado de intervención, lo cual implica no ampliar el número de sujetos a los que expresamente se dirija la legislación, sino por el contrario, hacer una interpretación limitada.
118. Sin embargo, también señaló que podrían existir casos excepcionales en los que haya la posibilidad de incluir otros sujetos activos que comentan la infracción en comento, es decir las personas privadas físicas o morales privadas cuando se demuestre que **actúen por cuenta de los sujetos obligados -en complicidad o en coparticipación-, a efecto de defraudar la legislación aplicable.**

119. Así, en el presente caso, se observa que las personas involucradas en la confección, contratación y colocación de la propaganda relativa a la serie “Populismo en América Latina” en unidades de transporte público, fueron únicamente personas morales, y físicas y sin afiliación a ningún partido político.
120. Dicha situación fue constatada por la autoridad instructora, derivada de los requerimientos formulados a los partidos políticos Acción Nacional, Revolucionario Institucional, de la Revolución Democrática, Verde Ecologista de México, del Trabajo y Movimiento Ciudadano, en los cuales manifestaron no haber participado de manera alguna en la conducta denunciada, así como no tener vínculos o relaciones con las personas físicas referidas previamente.
121. Asimismo, del informe rendido por la Dirección de Prerrogativas, se advierte que de los documentos que guarda dicha autoridad, tampoco se encontraron registros relativos a la afiliación de dichas personas físicas, a ningún partido político nacional³².
122. De igual manera, de las diligencias de investigación desplegadas por la autoridad instructora, no se encontraron facturas o elementos que permitieran advertir, ni siquiera de forma indiciaria, que algún partido político, o el entonces candidato a la Presidencia de la República, José Antonio Meade Kuribreña, hayan tenido participación en la conducta denunciada.
123. Por lo anterior, es que esta Sala Especializada estima que no puede imputarse la infracción a las personas denunciadas, de acuerdo a los razonamientos emitidos por la Sala Superior en el expediente SUP-REP-143/2018.

³² Sin que obste a lo anterior, que se encontró un registro coincidente con el nombre Javier García Mata, afiliado al Partido Revolucionario Institucional, sin embargo, se apreció que dicho registro difiere en la clave de elector con la persona emplazada al presente procedimiento especial sancionador, por lo que se concluye que se trata de un sujeto diverso.

124. Además de lo anterior, del análisis a la propaganda denunciada no se puede apreciar frase o texto alguno mediante el cual se realice una imputación de un hecho o delito a persona alguna, sino que únicamente se aprecian las fotografías de Andrés Manuel López Obrador, Hugo Rafael Chávez Farías, Luis Ignacio Lula da Silva y Juan Domingo Perón, acompañados de las expresiones “PROXIMAMENTE... LA SERIE: POPULISMO EN AMÉRICA LATINA”.
125. Por lo cual, se estima que en ninguna forma puede acreditarse la actualización del elemento objetivo, y mucho menos subjetivo, necesarios para la configuración de la infracción de calumnia, por la sencilla razón de que no se aprecia la imputación de un hecho o delito falso, más allá de la simple composición de una publicidad, a partir de la utilización de imágenes relativas a diversas personalidades públicas, entre ellas, del ahora Presidente de la República.
126. Derivado de lo anterior, deviene inexistente la infracción atribuida a los representantes legales de las rutas de transporte público en la Ciudad de México: 25, 42, 70, 76 y 80, así como Guillermina Pineda Salgado, Jessica Otero Mejía, José Brigido Otero Hernández, Piña Digital S. de R.L de C.V., UMP Cobertura e Imagen en Medios Publicitarios, S.A. de C.V., Mónica Bolaños Cacho Albarrán, Servicios Comerciales Amazon México, S. de R.L. de C.V., TV Promo, S.A. de C.V., Grupo TV Promo, S.A. de C.V., Javier García Mata, Virna Gómez Piña, Alejandro Quintero Íñiguez, Alejandra Sota Mirafuentes, Integra Metas Estratégicas, S.A. de C.V., LGN Advertising Group, S.A. de C.V., Telepersonal, S.A. de C.V., Samuel Derzavich Kahan, los partidos políticos Acción Nacional, Revolucionario Institucional, de la Revolución Democrática, Verde Ecologista de México, del Trabajo, y Movimiento Ciudadano, y José Antonio Meade Kuribreña, consistente en la colocación de propaganda electoral que calumnia a Andrés Manuel López Obrador.

2. Contratación y/o adquisición de tiempo en televisión

2.1 Televisión abierta

127. Además de lo anterior, Claudia Magaly Palma Encalada, en su escrito de queja, denunció que los días veintiséis, veintisiete y veintiocho de abril de dos mil dieciocho, a través del canal de televisión abierta Imagen Televisión, correspondiente a la concesionaria de televisión Cadena Tres I, S.A. de C.V., se difundieron cápsulas publicitarias relativas a la serie “Populismo en América Latina”, en las que se calificaba a Andrés Manuel López Obrador, entonces candidato a la Presidencia de la República por la coalición “Juntos Haremos Historia”, como “Líder populista” y “Redentor furioso”, lo que desde su perspectiva configura la indebida adquisición de tiempos en televisión, ya que con ello se buscó restarle adeptos, simpatizantes y votos, así como influir en las preferencias electorales.
128. Al respecto, de las diligencias de investigación realizadas por la autoridad instructora, a través del monitoreo realizado por la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos del INE, se pudo constatar que, los días veintiséis y veintisiete de abril de dos mil dieciocho, durante la transmisión del programa denominado Imagen Noticias, a través del canal 29 (3.1 virtual) de la emisora XHCTMX-TDT de la Ciudad de México, se realizaron menciones relativas a la serie “Populismo en América Latina”, como se muestra a continuación:

ACTA CIRCUNSTANCIADA 8 DE NOVIEMBRE 2018

26 abril

Noticiero: Imagen Noticias

Conductor: Ciro Gomez Leyva

Horario: 22:00 horas (*referencia a la serie a partir de las 22:39:48*)

Mención de la serie ***Populismo en América Latina***, así:



Música de fondo.



Voz *Ciro Gómez Leyva:* Anoché informamos, presentamos aquí la historia sobre la aparición de publicidad de anuncios en camiones de la ciudad de México sobre una serie de televisión que se anunciaba como populismo en América Latina, una publicidad que hace alusión entre otros a Andrés Manuel Lopez Obrador, nos sorprendió que la publicidad no diera mas detalles sobre esta serie ni quien la producía, ni donde iba a transmitirse.

Hoy le preguntamos a algunas de las principales plataformas de video, y Claro Video y Prime Video, se deslindaron, dijeron que ellos no tienen nada que ver con esto, Netflix nos dijo que ni la van a transmitir, ni están involucrados en la producción y Cinépolis nos confirmó que ellos no la van a poner en salas de cine y lo mismo nos dijo Amazon

Entonces quien es el autor de esta serie, hoy incluso Andrés Manuel López Obrador le pidió al Instituto Nacional Electoral, que se investigue quien está detrás de esta supuesta producción, de la que solo hemos visto su publicidad sin mayores datos en camiones.

Pero hace una hora poco más de una hora recibimos en imagen noticias una carta dirigida a nosotros una carta de los productores, una productora conocida en el medio que se llama La División, y aquí están las respuestas, acá esta la respuesta a la pregunta que hacíamos.

El conductor da lectura a la carta:



Lo leo textual dice: un equipo de producción de programas y series especiales para diversas plataformas de televisión elaboró una serie acerca (sic) de un fenómeno de especial relevancia para América Latina, en un año en que están previstas elecciones en varios países, los productores nos hemos hecho cargo de la objetividad histórica, la veracidad de los hechos reseñados y la pluralidad de opiniones recogidas, así como los altos valores de la propia producción.

Y dicen: en la serie populismo en America Latina hemos honrado estos atributos de la televisión de calidad.

Y concluyen: lamentablemente en el caso de México, el candidato Andrés Manuel López Obrador y su coalición Juntos Haremos Historia, conformada por Morena, PT y el PES, están ejerciendo una presión ilegítima y antidemocrática para impedir que esta serie sea transmitida a las audiencias mexicanas.

Los productores de las serie alentados por la defensa de la libertad e expresión y de opiniones diversas seguiremos buscando medios para la difusión de una serie que tiene los más altos valores de comunicación.

Y firma: Javier García productor ejecutivo y realizador de la División.



Voz **Ciro Gómez Leyva:** *Ahora sabemos quien produjo esta serie es la División, y ahora sabemos que no tienen pantalla no tienen salida para transmitirla.*

-Finaliza y pasa a otra noticia -

ACTA CIRCUNSTANCIADA 8 DE NOVIEMBRE 2018

27 de abril

Noticiero: Imagen Noticias

Conductor: **Ciro Gomez Leyva**

Fecha: 27 abril de 2018

Horario: 22:00 horas *(referencia a la serie a partir de las 22:37:16)*

Mención de la serie ***Populismo en América Latina***, indicó que la casa productora les envió el video que la promociona, como se advierte:



Música de fondo.



Voz **Ciro Gómez Leyva:** *Anoche informamos, dimos a conocer aquí en este espacio cuál era la casa productora que había elaborado esta serie de televisión Populismo en América Latina, cuya publicidad se difunde en camiones de la ciudad de México, una productora llamada la División, que nos compartió un fragmento de esta serie del capítulo dedicado a López Obrador.*

Transmisión de un fragmento de la serie:



Voz en off: *“Los Mexicanos se dividen también en torno a una pregunta: ¿Es López Obrador un Líder populista?”*



Opiniones de diversos comentaristas:

Jesús Silva Herzog: *Yo creo que, López Obrador aparece como un líder populista sobre todo a partir del proceso electoral 2006.*




Fernando Belauzarán: *Nadie hace propaganda con esa efectividad*


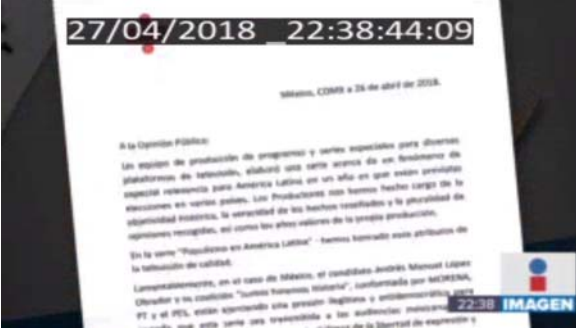


Ignacio Marván: *Se supone que los líderes populistas son outsider ¿NO?, viene por fuera del sistema.*

Nadie ha crecido tanto en el Sistema como Andrés Manuel López Obrador.

	<p>Voz en off: Andrés Manuel López Obrador; el redentor furioso”</p>
---	---

Continúa el Programa

	
--	---

Voz **Ciro Gómez Leyva:** Así se llama este capítulo, *agradecemos a la División que nos haya dado estos cuarenta segundos.*

Hablamos con el productor ejecutivo de esta productora la División, con Javier García el que nos hizo llegar anoche la carta en la que acusaba a López Obrador de estar ejerciendo una presión ilegítima y antidemocrática para que no se transmita la serie, hoy platicamos con él, nos explicó porque se incluyó a López Obrador en esta serie de populistas Latino Americanos.

Fragmentos de la entrevista con el productor de la serie:

	
---	--

Voz **Ciro Gómez Leyva:** *Javier García, dijo también que las declaraciones de López Obrador, lo que había señalado anoche han complicado que la serie salga al aire.*


Voz **Javier García (Productor Ejecutivo):** *Prácticamente tenemos muy apalabrados ciertos medios en el sentido de que ya querían conocer el material no y desafortunadamente estas declaraciones fueron en contra de cerrar este proceso, es una serie de populismo, no es una serie de Andrés Manuel López Obrador.*

Voz *Ciro Gómez Leyva*: *Y le hace esta invitación a López Obrador.*

Voz *Javier García (Productor Ejecutivo)*: *Que lo vea, que lo vea, lo invito a que lo vea, y si tiene la oportunidad y el tiempo me encantaría tener una proyección con él y que lo vea que vea que no estoy atacando a nadie, no hay ninguna difamación en contra de él.*

Voz *Ciro Gómez Leyva*: *Bueno la serie del Populismo en América Latina, estaba según nos dijo hoy el Director estaba lista para difundirse desde febrero, la publicidad comenzó hacerse esta semana como lo vimos aquí y el productor Javier García dice que no descarta subir la serie a una plataforma digital si le siguen cerrando las puertas en los canales de televisión.*

129. De lo anterior, se puede advertir que, en la primera referencia que se hace respecto a la serie “Populismo en América Latina”, el día veintiséis de mayo de dos mil dieciocho, el periodista conductor del programa de noticias, menciona que el día previo a dicha transmisión, es decir el veinticinco de abril, realizó una cobertura noticiosa en la cual daba cuenta de la publicidad de dicha serie colocada en unidades de transporte público en la Ciudad de México.
130. A continuación, menciona que, en el desarrollo de la investigación periodística que se realizó en torno a dicha temática, se preguntó a diversas plataformas de transmisión de videos, así como a la cadena de cines Cinépolis, mencionando que todas ellas negaron que pasarían dicha serie a través de sus plataformas.
131. Finalmente, el conductor del programa refiere que, aproximadamente una hora antes de la transmisión del programa recibieron una carta en el foro, proveniente de la casa productora de la serie que se abordaba a la cual procedió a dar lectura, finalizando con ello la referencia a la serie en ese día.
132. Cabe precisar que, la carta que se muestra en las pantallas durante el programa, es coincidente con la imagen de una carta aportada por la denunciante, tal y como se muestra a continuación:

Carta mostrada en el programa	Imagen aportada por la denunciante
 <p>México, CDMX a 26 de abril de 2018.</p> <p>A la Opinión Pública:</p> <p>Un equipo de producción de programas y series especiales para diversas plataformas de televisión, elaboró una serie acerca de un fenómeno de especial relevancia para América Latina en un año en que están previstas elecciones en varios países. Los Productores nos hemos hecho cargo de la objetividad histórica, la veracidad de los hechos reseñados y la pluralidad de opiniones recogidas, así como los altos valores de la propia producción.</p> <p>En la serie "Populismo en América Latina" -hemos honrado esos atributos de la televisión de calidad.</p> <p>Lamentablemente, en el caso de México, el candidato Andrés Manuel López Obrador y su coalición "Juntos haremos historia", conformada por MORENA, PT y el PES, están ejerciendo una presión ilegítima y antidemocrática para impedir que esta serie sea transmitida a las audiencias mexicanas. Los productores de la serie, alertados por la defensa de la libertad de expresión y de opiniones diversas, seguiremos buscando medios para la difusión de una serie que tiene los más altos valores de comunicación.</p> <p>ATENTAMENTE  Productor Ejecutivo y Analizador</p>	 <p>México, CDMX a 26 de abril de 2018.</p> <p>A la Opinión Pública:</p> <p>Un equipo de producción de programas y series especiales para diversas plataformas de televisión, elaboró una serie acerca de un fenómeno de especial relevancia para América Latina en un año en que están previstas elecciones en varios países. Los Productores nos hemos hecho cargo de la objetividad histórica, la veracidad de los hechos reseñados y la pluralidad de opiniones recogidas, así como los altos valores de la propia producción.</p> <p>En la serie "Populismo en América Latina" -hemos honrado esos atributos de la televisión de calidad.</p> <p>Lamentablemente, en el caso de México, el candidato Andrés Manuel López Obrador y su coalición "Juntos haremos historia", conformada por MORENA, PT y el PES, están ejerciendo una presión ilegítima y antidemocrática para impedir que esta serie sea transmitida a las audiencias mexicanas. Los productores de la serie, alertados por la defensa de la libertad de expresión y de opiniones diversas, seguiremos buscando medios para la difusión de una serie que tiene los más altos valores de comunicación.</p> <p>ATENTAMENTE  Productor Ejecutivo y Analizador</p>

133. Ahora bien, en cuanto a la transmisión del programa “Imagen Noticias”, el día veintisiete de abril de dos mil dieciocho, la referencia a la serie “Populismo en América Latina”, se llevó a cabo aproximadamente a las 22:37 horas, en donde inicia con la alusión del periodista antes referido, mencionando que el día veintiséis de abril, en dicho programa se había informado quien era la productora de la serie “Populismo en América Latina”, y señaló que dicha productora había compartido un fragmento de la misma, en relación a un capítulo relacionado con “López Obrador”, razón por la cual se transmitió el siguiente contenido:

Transmisión de un fragmento de la serie:	
	<p>Voz en off: “Los Mexicanos se dividen también en torno a una pregunta: ¿Es López Obrador un Líder populista?”</p>

	<p>Opiniones de diversos comentaristas:</p> <p>Jesús Silva Herzog: Yo creo que, López Obrador aparece como un líder populista sobre todo a partir del proceso electoral 2006.</p> <p>Fernando Belauzarán: Nadie hace propaganda con esa efectividad</p> <p>Ignacio Marván: Se supone que los líderes populistas son outsider ¿NO?, viene por fuera del sistema.</p> <p>Nadie ha crecido tanto en el Sistema como Andrés Manuel López Obrador.</p>
	
	
	<p>Voz en off: Andrés Manuel López Obrador; el redentor furioso”</p>

134. Posteriormente, el periodista que conduce dicho programa hizo referencia a que se había realizado una entrevista al productor de la citada serie, llamado Javier García Mata, cuyo contenido se encuentra transcrito previamente en la presente sentencia, con lo que concluyó la referencia a la serie “Populismo en América Latina” en la transmisión del programa “Imagen Noticias”.

135. De lo anterior, esta Sala Especializada concluye que no se configura la infracción denunciada consistente en la indebida compra y/o adquisición

de propaganda electoral en televisión, toda vez que, como se analizó previamente, la transmisión del material denunciado, relacionado con la promoción de la serie “Populismo en América Latina”, se realizó como parte de un programa de corte noticioso.

136. Asimismo, se advierte que la transmisión de dicha cápsula no se generó de manera espontánea y sin justificación alguna durante el programa, sino que formó parte de una investigación periodística de cuando menos dos días de información respecto al tópico que se abordó³³, del cual se advierte que se desplegó una investigación de carácter periodística en torno a la referida temática, cuestión que se encuentra amparada bajo la libertad de expresión y la libertad de imprenta consagrados en los artículos 6 y 7 de la Constitución Federal³⁴.

137. Sin que obste a lo anterior que el fragmento de la serie que fue transmitida durante el programa “Imagen Noticias”, haya sido aportado por la productora de la serie, pues del material probatorio que obra en el expediente, no se advierten elementos que permitan desvirtuar la actividad periodística realizada por el conductor del programa, o de los cuales se pueda concluir una simulación o indebida adquisición de tiempos en televisión, que pudiera derrotar la presunción que la envuelve.

138. Esto es, toda vez que, de la información proporcionada por el Servicio de Administración Tributaria, no se encontraron registros de operaciones comerciales realizadas entre la persona moral encargada de la realización y distribución de la serie “Populismo en América Latina”, Piña Digital, S.A. de C.V., y la concesionaria de televisión Cadena Tres I, S.A. de C.V., que

³³ Sin tomar en consideración que, al inicio de la referencia realizada el día veintiséis de abril de dos mil dieciocho, el conductor del programa de noticias mencionó que el día previo a este, es decir, el veinticinco de abril de dos mil dieciocho, ya había dado una nota en relación a la propaganda colocada en unidades de transporte público, relativa a la serie “Populismo en América Latina”.

³⁴ Sirve de sustento la jurisprudencia 15/2018, emitida por la Sala Superior, de rubro “**PROTECCIÓN AL PERIODISMO. CRITERIOS PARA DESVIRTUAR LA PRESUNCIÓN DE LICITUD DE LA ACTIVIDAD PERIODÍSTICA**”.

podieran suponer algún acuerdo comercial para la difusión de dichos materiales, más allá del contexto informativo y periodístico que se informa.

139. Además, ha sido criterio de la Sala Superior que, corresponde al actor del procedimiento especial sancionador, la obligación de aportar elementos para derrotar la presunción de licitud³⁵ de la que goza la transmisión del programa noticioso en relación con la actividad periodística, cuestión que en el presente caso no acontece.
140. Por tanto, de conformidad con la línea jurisprudencial de la Sala Superior en torno a la protección de la actividad periodística y de la libertad de expresión en su dimensión colectiva, este órgano jurisdiccional debe optar por la determinación que proteja el periodismo y la libertad de expresión, máxime que no se advierten elementos que permitan suponer, ni siquiera de manera indiciaria, que la transmisión del material audiovisual, objeto del procedimiento especial sancionador que se resuelve, obedeció a una cuestión diversa, más allá del libre ejercicio periodístico.
141. Ello es así, toda vez que, en diversos precedentes³⁶, la Sala Superior, ha determinado que la labor periodística goza de un manto jurídico protector al constituir el eje central de la circulación de ideas e información pública, por lo que la actividad periodística cuenta con una presunción de licitud de sus actividades, ya sea escritas, o difundidas por medios electrónicos o de comunicación masiva, como radio y televisión, a menos que exista prueba en contrario.
142. Criterio que implica el **análisis contextual** en cada uno de los ejercicios periodísticos donde se aduzca la posibilidad de la actualización de la infracción que se analiza, tal y como fue resuelto por la Sala Superior en la sentencia del expediente SUP-REP-165/2017 y acumulados, como se hace en el presente caso, en el que se destaca que el citado contenido fue

³⁵ Criterio sostenido al emitir sentencia en el expediente SUP-REP-69/2019.

³⁶ Véanse SUP-REP-15/2019, SUP-REP-69/2019 y SUP-REP-78/2019.

difundido en dichas emisiones televisivas en la forma antes referida, esto es, como parte de una cobertura **periodística y noticiosa**.

143. Sobre todo, si se considera que la nota periodística giraba en torno a un hecho noticioso que involucraba propaganda relativa a la imagen de una persona, que en ese entonces era candidato a la Presidencia de la República, lo que denota una relevancia pública de dicha información, dada la etapa de campañas en que se desarrolló dicho ejercicio periodístico.
144. Lo que resulta concordante, con lo dispuesto por los artículos 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos y 19 del Pacto Internacional de Derechos Civiles, que prevén que el ejercicio del derecho de libertad de expresión no puede estar sujeto a previa censura sino a responsabilidades ulteriores, las que deben estar expresamente fijadas por la ley³⁷.
145. Por lo antes razonado, esta Sala Especializada estima que no se acredita la infracción consistente en la indebida compra y/o adquisición de tiempos en televisión abierta, derivado de la transmisión de una cápsula relativa a la serie "Populismo en América Latina", a través del canal de televisión abierta Imagen Televisión, atribuida a Piña Digital, S. de R.L. de C.V., TV Promo, S.A. de C.V., Grupo TV Promo, S.A. de C.V., Javier García Mata, Virna Gómez Piña, Alejandro Quintero Íñiguez, Alejandra Sota Mirafuentes, Integra Metas Estratégicas, S.A. de C.V., LGN Advertising Group, S.A. de C.V., Telepersonal, S.A. de C.V., Servicios Comerciales Amazon México, S. de R.L. de C.V., Mónica Bolaños Cacho Albarrán, Samuel Derzavich Kahan, Cadena Tres I, S.A. de C.V., Cablevisión S.A. de C.V., Cablemás Telecomunicaciones S.A. de C.V., Corporación Novavisión, S. de R.L. de C.V., los partidos políticos Acción Nacional,

³⁷ Además de ser necesarias para asegurar: el respeto a los derechos o a la reputación de los demás, o la protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas; propaganda en favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial o religioso, que constituyan incitaciones a la violencia u otra forma de discriminación.



Revolucionario Institucional, de la Revolución Democrática, Verde Ecologista de México, del Trabajo, y Movimiento Ciudadano, y José Antonio Meade Kuribreña.

2.2 Televisión restringida

146. Por otra parte, en el escrito denominado ampliación de denuncia el cual fue presentado por la representante del Partido Acción Nacional, refiere la supuesta adquisición de tiempos en radio y televisión derivado de la difusión de propaganda alusiva a la serie “Populismo en América Latina”, en el canal de televisión denominado “National Geographic”, en las señales de televisión restringida de los concesionarios Cablemás Telecomunicaciones, S.A. de C.V., Cablevisión, S.A. de C.V. y Corporación Novavisión, S. de R.L.
147. Lo anterior, toda vez que a dicho del partido político promovente, “constituye un acto fraudulento y confeccionado para demeritar la imagen de Andrés Manuel López Obrador en televisión”, por lo cual se configuraba la compra y/o adquisición de tiempos en televisión de propaganda electoral distinta a la ordenada por el INE, con la finalidad de influir en las preferencias electorales.
148. En el caso particular, si bien es cierto que en el escrito de ampliación de denuncia se refirió que la transmisión del material denunciado se había llevado a cabo los días veintiséis, veintisiete y veintiocho de abril, también lo es que, a través de las manifestaciones de las propias concesionarias de televisión Cablevisión S. A. de C. V. y Cablemas Telecomunicaciones S. A. de C. V., así como Corporación Novavisión S. de R. L. de C. V., se reconoció que los días uno, dos y tres de mayo de dos mil dieciocho, observaron la transmisión de una *pleca o cintillo*, a través de los canales 403 (de las dos primeras televisoras), así como en los canales 254, 1265 1272 de Sky, respectivamente, identificado como “National Geographic”, es decir durante el **periodo de campañas** del pasado proceso electoral

federal, cuyo contenido refieren no es propio, sino que le es proporcionado para su transmisión por una programadora ajena.

149. Ahora bien, del contenido aportado por las propias concesionarias de televisión restringida³⁸, se advierte un cintillo, el cual se deduce tuvo como finalidad publicitar la serie “Populismo en América Latina”, cuyo contenido es el siguiente:

CONTENIDO REFERIDO POR CABLEVISIÓN, S.A. DE C.V. Y CABLEMÁS TELECOMUNICACIONES, S.A. DE C.V.	CONTENIDO REFERIDO POR CORPORACIÓN NOVAVISIÓN, S. DE R.L. DE C.V.
<div data-bbox="310 1091 841 1212" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p style="text-align: center;">Los mexicanos se dividen en torno a una pregunta</p> <p style="text-align: center;">¿Es López Obrador un Líder Populista?</p> </div> <div data-bbox="310 1244 841 1373" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>No te pierdas la Serie Populismo en América Latina</p> <p>Andrés Manuel López Obrador, el redentor furioso</p>  </div>	<p style="text-align: center;">Los mexicanos se dividen en torno a una pregunta</p> <p style="text-align: center;">¿Es López Obrador un Líder Populista?</p> <p style="text-align: center;">No te pierdas la Serie Populismo en América Latina</p> <p style="text-align: center;">Andrés Manuel López Obrador, el redentor furioso</p> 

150. Es así que, del material antes señalado, se tiene por acreditado que el mismo hace referencia a la señalada serie de la siguiente manera: “*Los mexicanos se dividen en torno a una pregunta. ¿Es **López Obrador un Líder Populista?** No te pierdas la Serie Populismo en América Latina. **Andrés Manuel López Obrador, el redentor furioso**”*, dicho texto es acompañado de una imagen que identifica a la multicitada serie.

151. Al respecto, esta Sala Especializada estima que se actualiza la infracción denunciada, consistente en la contratación y/o adquisición en tiempos de televisión que prevé el artículo 41 de la Constitución Federal y 159, párrafos 4 y 5, de la Ley General, toda vez que, el material difundido consistente en una *pleca o cintillo* difundido en televisión restringida la cual promociona al documental “Populismo en América Latina”, pudo haber

³⁸ Esto, de acuerdo a lo manifestado por las personas morales Cablevisión S.A. de C.V. y Cablemás Telecomunicaciones, S.A. de C.V.

afectado la equidad en la contienda del pasado proceso electoral federal por la forma en que fue confeccionado, esto es, por su contenido, de conformidad a los siguientes razonamientos:

152. Del análisis al material difundido, esta Sala Especializada advierte que el cintillo difundido, entre otros aspectos, hace referencia a **Andrés Manuel López Obrador**, al formular el cuestionamiento “¿Es **López Obrador un Líder Populista?**” así como se hacen calificativos sobre su persona al señalar “**Andrés Manuel López Obrador, el redentor furioso**”.
153. Es decir, el cintillo difundido en televisión restringida **durante el periodo de campañas**, hizo alusión a un **candidato presidencial**, como en su momento lo fue **Andrés Manuel López Obrador**, lo cual, si bien pudiese considerarse a dicho personaje central del mensaje como una figura pública, también lo es que para el momento en que fue difundido el cintillo o pleca (etapa de campañas electorales), tenía la calidad de candidato a Presidente de la República³⁹.
154. Por otra parte, el cintillo o pleca antes referido, contiene expresiones que hacen referencia a calificativos, cualidades o atributos que se atribuyen al referido candidato al formular cuestionamientos sobre su supuesto liderazgo, “¿Es **López Obrador un Líder Populista?**”; o identificarlo como un “**redentor furioso**”.
155. En ese contexto, se debe destacar que, en principio, el contenido de un cintillo o pleca que alude a la promoción de un producto en televisión, *per se* o por sí mismo, no constituiría propaganda política que esté en la prohibición mencionada del artículo 41 constitucional.
156. Sin embargo, en el caso en concreto, dadas las características, frases y contexto del mensaje, así como por haberse transmitido en época

³⁹ Lo cual era un hecho notorio de conformidad con el artículo 15, párrafo 1, de la Ley de Medios, en relación con la jurisprudencia 74/2006, del Pleno de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, de rubro “HECHOS NOTORIOS. CONCEPTOS GENERAL Y JURÍDICO”, publicada en el Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, tomo XXIII, junio de 2006, página 963, registro IUS: 1000477.

electoral, es decir durante el **periodo de campañas**, aludiendo al entonces **candidato** a la Presidencia de la República, haciendo uso de frases o juicios de valor que califican la personalidad o cuestionan sobre el liderazgo político del mismo, se considera que el material en estudio pudo haber afectado la equidad en la contienda del pasado proceso electoral federal, al haber hecho mención con determinados calificativos de un candidato a un puesto de elección popular en etapas de campañas.

157. Ello, aun y con la circunstancia particular de que, en su contenido, **no se adviertan manifestaciones expresas a votar a favor o en contra de determinado partido político o candidato**, lo cierto es que el contenido tiende a incidir en las preferencias electorales de los ciudadanos a través de un medio de comunicación masivo y regulado como lo es la televisión, supuesto que está prohibido expresamente por la norma constitucional⁴⁰.
158. Esto es así, ya que ésta Sala Especializada advierte **elementos objetivos y contextuales**, con los cuales se pudo influir en las preferencias electorales, esto es, al exponer ante el electorado el nombre de un candidato a la Presidencia de la República en televisión y hablar sobre sus supuestas cualidades y/u otorgándoles calificativos o juicios de valor a su figura o personalidad a través de un cuestionamiento, durante por lo menos tres días dentro del periodo de campañas; por lo que atendiendo a su contenido y temporalidad en que fue difundido, se puede concluir válidamente que el mismo pudo causar una afectación a la equidad de la contienda.
159. Lo anterior es así, con independencia de la interpretación que cada ciudadano otorgue a los calificativos o cualidades que se atribuyen o que

⁴⁰ Véase SUP-REP-594/2018 y acumulados, en donde se señaló que "Para subsumir el supuesto constitucional, la Sala Superior ha considerado⁴⁰ que basta que la propaganda esté dirigida a influir en las preferencias electorales, existiendo la posibilidad de producir algún efecto en el destinatario, lo que se logra con la emisión de mensajes que constituyan propaganda política o electoral, sin que sea necesaria una expresión manifiesta de apoyo o rechazo respecto de un partido o una candidatura".

se cuestionan sobre Andrés Manuel López Obrador, o sin determinar fehacientemente si el entonces candidato se hubiera visto beneficiado o perjudicado con el mensaje televisivo difundido, ya que el mismo, contiene elementos explícitos encaminados a lograr que los ciudadanos formularan una actitud de aceptación o rechazo hacia alguna candidatura en particular, por lo que, es dable concluir que dicha conducta pudo influir en las preferencias electorales de la ciudadanía del pasado proceso electoral.

160. Se llega a tal conclusión, sin dejar de analizar la libertad comercial y de expresión que tiene toda persona para promocionar con fines publicitarios un producto, sin embargo, existen contenidos que no alcanzan a protegerse bajo este derecho, como en el caso que nos ocupa, en el que se insertó en una transmisión televisiva un mensaje que si bien refería a un producto audiovisual que pudiera ser válido, lo cierto es que, en la referida pleca se advierten elementos gráficos que por su confección, van más allá de promover un producto televisivo, pues se agregan frases o expresiones que como ya refirió, pudieron haber incidido de manera **persuasiva** en las preferencias electorales.

161. Al respecto, resulta orientativo el criterio sostenido por la Sala Superior en la jurisprudencia 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.⁴¹

⁴¹ Cuyo contenido es: “En términos del artículo 228, párrafos 3 y 4, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, la propaganda electoral es el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que durante la campaña electoral se difunden con el propósito de presentar ante la ciudadanía, las candidaturas registradas; esto es, se trata de **una forma de comunicación persuasiva** para obtener el voto del electorado o desalentar la preferencia hacia un candidato, coalición o partido político. En ese sentido, se debe considerar como propaganda electoral, todo acto de difusión que se realice en el marco de una campaña comicial, con independencia de que se desenvuelva en el ámbito de la actividad **comercial**, publicitaria o de promoción empresarial, cuando en su difusión se muestre objetivamente que se efectúa también con la intención de promover una candidatura o un partido político ante la ciudadanía, por incluir signos, emblemas y expresiones que los identifican, aun cuando tales elementos se introduzcan en el mensaje de manera marginal o circunstancial.”

162. Lo que se evidencia, de las frases: “¿Es **López Obrador un Líder Populista?**” y “**redentor furioso**”, mismas que al hacer referencia a calidades o defectos de un candidato, desnaturalizan el propósito comercial que inicialmente pudiera implicar esa propaganda, al hacer juicios valorativos propios de un discurso proselitista, por lo que se concluye que las mismas implicaron una intención de influir en el electorado, lo que se traduce en una adquisición de tiempos en radio y televisión, al haber sido transmitida dicha pleca en diversas señales de televisión restringida, modalidad de transmisión que no escapa al marco normativo del modelo de comunicación política actual.
163. Conclusión que se refuerza, con el hecho de que aun cuando la serie que se aduce en dicha publicidad, está integrada por cinco capítulos, lo cierto es que, del material probatorio que obra en el expediente, sólo se advierte la difusión de una pleca con la alusión al capítulo en el que se mencionaba al otrora candidato a la Presidencia de la República, Andrés Manuel López Obrador, sin referencia alguna a los otros personajes que se aborda en dicha serie, circunstancia que de manera objetiva pone en duda un propósito genuino de publicitar un producto televisivo, que bien pudo estar compuesto de una manera diversa, es decir, sin plantear cuestionamientos o posicionamientos respecto de un candidato en ese entonces.
164. Situación que cobra especial trascendencia, dada la temporalidad y el medio de difusión en que fue transmitida dicha pleca, pues justamente se insertó para su publicitación en el período de campañas del pasado proceso electoral federal, de ahí el posible impacto a la equidad en la contienda.
165. Máxime que, además, dicha pleca o anuncio comercial no precisa el día o la fecha, ni el horario o canal de televisión abierta o restringida o cualquier otro medio de comunicación, donde sería difundida la serie a la que hace alusión, como comúnmente o de manera ordinaria se da a conocer la

próxima difusión de un producto de esa naturaleza, lo que redundará en la conclusión a la que llega este órgano jurisdiccional en cuanto a la influencia que pudo tener en el electorado dicho material televisivo.

166. Esto es así, ya que, tanto la libertad de comercio como la de expresión, encuentran limitaciones en la protección de otros derechos, los cuales están establecidos en la Constitución Federal y en otros ordenamientos legales, como sucede en el presente caso, al encontrarnos con la prohibición a la que se encuentra sujeta cualquier persona física y/ o moral contemplada en el artículo 41 de la Constitución Federal y 159, párrafos 4 y 5, de la Ley General.
167. Esto quiere decir, que la publicidad de cualquier producto comercial en televisión, se encuentra en principio, amparada siempre que no se afecte la equidad en la contienda de cualquier proceso electoral, de manera que no contravenga el modelo de comunicación política que establece nuestro máximo ordenamiento legal, lo que en el caso no se cumple⁴².
168. En ese sentido, esta Sala Especializada, considera que la difusión del *cintillo o pleca* con el cual se promociona la serie “Populismo en América Latina” misma que fue difundida en televisión restringida, **no se encuentra amparada por el ejercicio del derecho de libertad de expresión y de comercio**, ya que, la Constitución Federal establece una prohibición a terceros para contratar y difundir contenido que afecte el principio de equidad en la contienda⁴³, siendo que en la especie la actualización de dicha prohibición se actualiza en la modalidad de adquisición.

⁴² Sirve de apoyo a lo anterior la tesis P. XXIX/2009, del Pleno de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, de rubro: “RADIO Y TELEVISIÓN EN MATERIA ELECTORAL. EL ARTÍCULO 49, PÁRRAFO 3, DEL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES EN CUANTO REGULA LA CONTRATACIÓN O ADQUISICIÓN DE TIEMPOS EN ESOS MEDIOS NO TRANSGREDE LAS LIBERTADES DE COMERCIO, EXPRESIÓN E IMPRENTA”.

⁴³ Es aplicable al caso *mutatis mutandis* la Jurisprudencia 37/2010 de la Sala Superior, que señala: “**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**

169. Ello es así, con independencia de que no se haya reconocido contratación alguna por parte de los sujetos denunciados, pues lo cierto es que, para nuestra Superioridad ello no es obstáculo para determinar la vulneración a la prohibición contenida en el artículo 41 constitucional, relativa a la contratación y/o adquisición de tiempos en radio y televisión de tiempos para influir en las preferencias electorales, pues justamente ante la imposibilidad práctica en este tipo de infracciones de contar con elementos que permitan suponer una contratación, es que cobra relevancia la modalidad de adquisición como una forma para poder tener por acreditada dicha vulneración.
170. Criterio relevante que se desprende de la sentencia recaída en la sentencia del expediente del procedimiento especial sancionador SRE-PSC-93/2017.
171. Más aun, cuando se demostró que el *cintillo* o *pleca* difundida en televisión, contiene elementos relacionados con el proceso electoral 2017-2018, tendentes a influir en las preferencias electorales de la ciudadanía, al difundir el nombre de un candidato a la Presidencia de la Republica y atribuirle calificativos o cualidades sobre su persona o cuestionar un supuesto liderazgo político a manera de campaña publicitaria de un producto comercial, esto durante el periodo de campaña.

PARTIDO POLÍTICO ANTE LA CIUDADANÍA.- En términos del artículo 228, párrafos 3 y 4, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, la propaganda electoral es el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que durante la campaña electoral se difunden con el propósito de presentar ante la ciudadanía, las candidaturas registradas; esto es, se trata de una forma de comunicación persuasiva para obtener el voto del electorado o desalentar la preferencia hacia un candidato, coalición o partido político. En ese sentido, se debe considerar como propaganda electoral, todo acto de difusión que se realice en el marco de una campaña comicial, con independencia de que se desenvuelva en el ámbito de la actividad comercial, publicitaria o de promoción empresarial, cuando en su difusión se muestre objetivamente que se efectúa también con la intención de promover una candidatura o un partido político ante la ciudadanía, por incluir signos, emblemas y expresiones que los identifican, aun cuando tales elementos se introduzcan en el mensaje de manera marginal o circunstancial.”

172. Similar criterio, se adoptó en la resolución del procedimiento especial sancionador SRE-PSC-159/2018 y el recurso de revisión del procedimiento especial sancionador SUP-REP-719/2018:

2.2.1 Responsabilidad

173. Ahora bien, dadas las particularidades en que se desarrollaron los hechos denunciados, el tipo de señal televisiva involucrada (restringida no monitoreada), así como el material probatorio que obra en autos y la intervención que, conforme a ello, se advierte por parte de cada uno de los sujetos emplazados, es que este órgano jurisdiccional llega a las siguientes conclusiones respecto a la responsabilidad que es dable atribuirles conforme a las reglas y principios que rigen el procedimiento especial sancionador, por la difusión del contenido que se ha considerado contrario a la normativa electoral.

- Javier García Mata y Piña Digital S. de R. L. de C. V.

174. Se considera existente la infracción que se atribuye a **Javier García Mata**, así como a la persona moral **Piña Digital S. de R. L. de C. V.**, con motivo de la difusión en televisión de publicidad relativa al documental “Populismo en América Latina”, consistente en una pleca o cintillo, que se transmitió los días uno, dos y tres de mayo de dos mil dieciocho.

175. Lo anterior, al tener por acreditado que **Javier García Mata** es el realizador y productor de la serie-documental “Populismo en América Latina”, asimismo que la responsable de la realización, distribución y responsable de la publicidad de la serie-documental es **Piña Digital S. de R. L. de C. V.**

176. En ese sentido, esta Sala Especializada considera que al tener por acreditado que dichas personas tanto física como moral, al fungir como **realizadores y responsables** de la distribución de la serie “Populismo en

América Latina”, respectivamente, resulta razonable concluir, que las mismas fueron quienes proporcionaron el material difundido o aportaron elementos para su confección, pues solo a ellos les beneficiaba dicha publicidad en televisión⁴⁴.

177. Lo anterior, bajo el supuesto de que las personas interesadas en difundir comercialmente el producto, son **Javier García Mata**, así como la persona moral **Piña Digital S. de R. L. de C. V.**, ambos, al tener como finalidad generar publicidad del mismo, a efecto de incrementar su consumo ante los posibles televidentes o posicionar su producto dentro del mercado de consumo a través de dicho medio de comunicación.
178. Máxime que como el mismo productor **Javier García Mata** refirió en su entrevista que fue transmitida en Imagen Televisión, no encontraban distribuidor para la transmisión del citado producto audiovisual.
179. Conclusión que se refuerza, a partir de la circunstancia fáctica de que al ser una serie que aún no había tenido difusión a esa temporalidad, solamente eran dichos denunciados (productor y realizador) quienes contaban con la exclusividad del material audiovisual señalado, a partir del cual se pudo confeccionar la referida *pleca* o *cintillo*.
180. Situación que se robustece con el hecho acreditado en la presente sentencia, relativo a que el citado productor, fue también **el autor de la propaganda comercial** de la serie “Populismo en América Latina”, que fue colocada en las unidades de transporte público de la Ciudad de México.

⁴⁴ Tal y como sucede *mutatis mutandi*, en los casos de la difusión de propaganda electoral, en los cuales la Sala Superior y este órgano jurisdiccional han sostenido el criterio de que aun y cuando, un partido político o candidato, niegan la autoría de determinada propaganda, es dable válidamente atribuirles la responsabilidad de su confección, dado el beneficio que ellos mismos obtienen de dicha circunstancia, por ser quienes legalmente están facultados para emitir ese tipo de publicidad a su favor, desestimando con ello de manera razonable, la posibilidad de que se argumente la intervención de un tercero o la conducta no encuentre punibilidad.

181. Bajo dicho supuesto, es dable considerar que los sujetos beneficiados de publicitar el producto, resultan ser el creador y la empresa de distribución, motivo por el cual al considerarse ilegal la forma en que se realizó la publicidad en televisión restringida del documental señalado, en atención a su contenido y temporalidad, es que se considera que se acredita la infracción que se les atribuye en términos del artículo artículo 41 de la Constitución Federal y 159, párrafos 4 y 5, de la Ley General.

- Concesionarias de televisión restringida

182. En primer término, se considera necesario recordar que las concesionarias de televisión restringida **Cablevisión S. A. de C. V., Cablemás Telecomunicaciones S. A. de C. V., y Corporación Novavisión S. de R. L. de C. V.**, reconocieron expresamente que a través de su señal televisiva en la que no difunden contenidos propios, sino de terceros o programadores ajenos, observaron la difusión de la *pleca o cintillo*, los días uno, dos y tres de mayo de dos mil dieciocho.

183. Así, ante tales circunstancias éste órgano jurisdiccional se ve obligado a tomar en consideración que dada la naturaleza y modalidad de la programación que las concesionarias refieren difunden en dichos canales, es decir, que se trata de estaciones televisivas restringidas en donde no difunden contenidos propios, sino que “retransmiten” o transmiten material confeccionado y aportado por un programador ajeno, es que resulta pertinente tomar en cuenta la normativa electoral aplicable al caso.

184. Como lo es, el artículo 48, párrafo 6, del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, que a la letra señala lo siguiente:

“Artículo 48

De los concesionarios de televisión restringida

[...]

6. Los concesionarios de televisión restringida tomarán las medidas jurídicas necesarias para que el contenido de sus transmisiones se ajuste a las obligaciones que en materia de radio y televisión establece la Constitución, la Ley y el Reglamento, para lo cual deberá considerarse que de conformidad con las disposiciones normativas en materia de telecomunicaciones y el artículo 183 de la Ley, el concesionario será responsable de la operación técnica de la estación, **pero no del contenido que le sea entregado por programadores/as o productores/as independientes que serán responsables del mismo.**”(énfasis añadido)

185. Dicha porción normativa, encuentra correlación y soporte legal, con lo dispuesto por el artículo 163 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión que, a su vez, establece lo siguiente:

*“**Artículo 163.** El concesionario será responsable de la operación técnica de la estación, pero no del contenido que le sea entregado por programadores o productores independientes que serán responsables del mismo.”*

186. De la normativa antes referida, se puede advertir que, si bien es cierto que las concesionarias de televisión restringida son, en un primer término, las responsables de las señales que se emiten, ésta responsabilidad se acotó por parte del legislador y la autoridad administrativa electoral nacional, a la operación técnica de las estaciones, pero no así respecto del contenido difundido cuando el mismo sea proporcionado por programadores y/o productores independientes, como refieren los citados denunciados, pues, en este supuesto, son dichos programadores y/o productores las personas responsables del contenido que se proporciona a las concesionarias para su difusión.

187. Premisa normativa de carácter restrictiva que adquiere relevancia para la resolución del presente asunto, ante la falta de certeza de éste órgano jurisdiccional respecto de las condiciones de programación en que dicha pleca haya sido difundida (el momento exacto de su difusión y material audiovisual sobre el que apareció), a pesar de la exhaustividad de las diligencias de investigación desplegadas por la autoridad instructora, en ese sentido y en relación a la búsqueda y localización de las empresas que las citadas denunciadas mencionaron como proveedoras de las señales que conforman la programación del canal “National Geographic”, cuyo contenido aseveraron no es propio, sin que exista elemento probatorio alguno que permita razonar en sentido contrario.
188. Robustece esa línea argumentativa, lo manifestado por el Director General de la CIRT, relativo a la inserción y comercialización de plecas, pues refiere que, en el ámbito de señales radiodifundidas, dichas plecas o cintillos son insertadas por los “productores y/o programadores de contenido”⁴⁵, como se advierte sucedió en la especie.
189. Con la particularidad, de que en el presente caso las concesionarias de televisión restringida emplazadas al presente procedimiento especial sancionador refirieron que los **programadores** responsables del contenido transmitido a través de su señal de televisión restringida a nivel nacional fueron Fox Latin American Channel, LLC. LAPTV, LLC y/o NGC Networks Latin America, LLC, sin que conforme a las constancias de autos, haya sido posible su localización, a pesar de la información que al respecto fue proporcionada por dichas concesionarias.
190. Aunado a que, de las diligencias de investigación desplegadas por la autoridad instructora, se tuvo únicamente el indicio de que las mismas son personas jurídicas extranjeras que carecen de domicilio en el territorio

⁴⁵ Visible a fojas cinco mil novecientos cincuenta y uno a cinco mil novecientos cincuenta y dos del cuaderno accesorio diez del expediente.

nacional, razón por la cual no fue posible realizarles requerimientos de información o emplazarlos al presente procedimiento⁴⁶.

191. Ante ese estado de cosas, de lo anteriormente razonado y tomando en consideración que al no existir un indicio indubitable en el expediente que permita concluir de manera razonable y objetiva que, las concesionarias de televisión denunciadas fueran responsables del contenido ilícito, o que estuvieran directa o indirectamente involucradas en la contratación y/o adquisición de tiempos para su difusión, es que debe prevalecer la presunción de inocencia de las mismas en su vertiente de regla de trato y estándar de prueba, tal y como lo han razonado de manera coincidente y complementaria, tanto la Suprema de Corte de Justicia de la Nación, como la Sala Superior de este Tribunal Electoral, en aquellos casos en los que existe un déficit de pruebas de cargo o falta de certeza para determinar una responsabilidad en un procedimiento sancionatorio⁴⁷.
192. En ese sentido, este órgano jurisdiccional estima que no se puede atribuir fáctica ni jurídicamente responsabilidad a las concesionarias de televisión restringida **Cablevisión S. A. de C. V., Cablemás Telecomunicaciones S. A. de C. V.,** y **Corporación Novavisión S. de R. L. de C. V.,** respecto de la difusión de material considerado como ilícito, en contravención de los artículos 41 de la Constitución Federal y 159, párrafos 4 y 5, de la Ley General.
193. Sin que pase desapercibido a esta Sala Especializada que, la Sala Superior ha estimado que las concesionarias en el caso de **señales radiodifundidas**, deben adoptar las medidas necesarias para evitar que se lleve a cabo la difusión de propaganda ilegal o, en su caso, dar aviso

⁴⁶ Información proporcionada por la persona moral Fox International Channels México, S. de R.L. de C.V.

⁴⁷ Conforme a la Tesis P. VI/2018 (10a.) de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, de rubro "**PRESUNCIÓN DE INOCENCIA EN SU VERTIENTE DE ESTÁNDAR DE PRUEBA. CONDICIONES PARA ESTIMAR QUE EXISTE PRUEBA DE CARGO SUFICIENTE PARA DESVIRTUARLA**" y la jurisprudencia emitida por la Sala Superior 21/2013 de rubro "**RESUNCIÓN DE INOCENCIA. DEBE OBSERVARSE EN LOS PROCEDIMIENTOS SANCIONADORES ELECTORALES**".

inmediato a las autoridades electorales para ponerlas en conocimiento del hecho, a efecto de que se ejerzan las atribuciones de investigación para definir la ilicitud del acto⁴⁸.

194. Sin embargo, se estima que dicha consideración no es aplicable al presente asunto en el que está involucrada una señal de **televisión restringida** cuyo contenido se refirió no es propio, pues como se ha señalado previamente en materia electoral los concesionarios de televisión restringida serán responsables de la operación técnica de la estación, pero no así del contenido que les sea entregado por programadores o productores independientes como acontece en el presente caso del canal “National Geographic”, responsabilidad que estará a cargo de estos últimos; aunado a que resultaría desproporcionado sujetar a las concesionarias involucradas a realizar acciones tendentes a limitar la difusión de una propaganda comercial que a primera vista no era evidentemente ilegal, ya que requirió de un estudio por parte de este órgano jurisdiccional para poder acreditar el posible impacto que esta pudo generar en la contienda electoral del pasado proceso electoral federal.

- Demás emplazados

195. Finalmente, al no haber elemento en el expediente por el cual se acreditara la participación o beneficio por parte de las demás personas emplazadas respecto de la infracción de análisis, esta Sala Especializada estima que no es posible atribuir responsabilidad alguna a TV Promo, S.A. de C.V., Grupo TV Promo, S.A. de C.V., Virna Gómez Piña, Alejandro Quintero Íñiguez, Alejandra Sota Mirafuentes, Integra Metas Estratégicas, S.A. de C.V., LGN Advertising Group, S.A. de C.V., Telepersonal, S.A. de

⁴⁸ Véase SUP-REP-248/2018 y su acumulado. Con la precisión, de que dicho asunto versó sobre la difusión del nombre de una candidata en la vestimenta de un boxeador a manera de propaganda electoral tal y como fue reconocido en dicho caso, y en una señal de **televisión abierta** que implica la difusión de contenidos propios por parte de las empresas televisoras, lo que no sucede en el presente asunto.

C.V., Servicios Comerciales Amazon México, S. de R.L. de C.V., Mónica Bolaños Cacho Albarrán, Samuel Derzavich Kahan, los partidos políticos Revolucionario Institucional, de la Revolución Democrática, Verde Ecologista de México, del Trabajo, y Movimiento Ciudadano, Fox International Channels México, S. de R.L. de C.V. y José Antonio Meade Kuribreña.

QUINTA. INDIVIDUALIZACIÓN DE LA SANCIÓN

196. Una vez acreditada la falta que se atribuye a **Javier García Mata** y a la persona moral **Piña Digital S. de R. L. de C. V.** por la contratación y/o adquisición de tiempos en televisión con motivo de la difusión publicidad con contenido político electoral que tuvo la intención de impactar en la equidad en la contienda del proceso electoral federal 2017-2018; resulta procedente imponer la sanción respectiva a la falta que se les atribuye.
197. En ese sentido, en principio, este órgano jurisdiccional debe tomar en consideración, entre otros aspectos, los siguientes:
- La importancia de la norma transgredida, señalando los preceptos o valores que se trastocaron o se vieron amenazados y la importancia de esa norma dentro del sistema electoral.
 - Los efectos que produce la transgresión, los fines, bienes y valores jurídicos tutelados por la norma (puesta en peligro o resultado).
 - El tipo de infracción y la comisión intencional o culposa de la falta, análisis que atañe verificar si el responsable fijó su voluntad para el fin o efecto producido, o bien, pudo prever su resultado.
 - Si existió singularidad o pluralidad de las faltas cometidas, así como si la conducta fue reiterada.

198. Para tal efecto, esta Sala Especializada estima procedente retomar como criterio orientador, la tesis histórica S3ELJ 24/2003⁴⁹, de rubro **“SANCIONES ADMINISTRATIVAS EN MATERIA ELECTORAL. ELEMENTOS PARA SU FIJACIÓN E INDIVIDUALIZACIÓN”**, que sostenía que la determinación de la falta puede calificarse como levísima, leve o grave, y, en este último supuesto, como grave ordinaria, especial o mayor, lo que corresponde a una condición o paso previo para estar en aptitud de determinar la clase de sanción que legalmente se deba aplicar al caso concreto, y seleccionar de entre alguna de las previstas en la ley. Ello, en virtud de que ha sido criterio reiterado de la Sala Superior en diversas ejecutorias⁵⁰, que la calificación de las infracciones obedezca a dicha clasificación.
199. Por lo tanto, para una correcta individualización de la sanción, en primer lugar, es necesario determinar si la falta a calificar es: **i) levísima, ii) leve o iii) grave**, y si se incurre en este último supuesto, precisar si la gravedad es de carácter **ordinaria, especial o mayor**.
200. Adicionalmente, es menester precisar que cuando se establece un mínimo y un máximo de la sanción a imponer, se deberá proceder a graduar la misma **atendiendo a las circunstancias particulares del caso**.
201. El artículo 456, párrafo 1, inciso e), fracciones I y III, de la Ley General, prevé, para **las personas morales**, la imposición de una sanción que va desde una amonestación pública, hasta una multa del doble del precio comercial, dependiendo de la gravedad de la infracción, cuando se trate de la compra de tiempos en televisión, para la difusión de propaganda política o electoral.

⁴⁹ Ello derivado del “ACUERDO GENERAL DE LA SALA SUPERIOR DEL TRIBUNAL ELECTORAL DEL PODER JUDICIAL DE LA FEDERACIÓN NÚMERO 4/2010, DE SEIS DE SEPTIEMBRE DE DOS MIL DIEZ, POR EL QUE SE DETERMINA LA ACTUALIZACIÓN DE LA JURISPRUDENCIA Y TESIS, ASÍ COMO LA APROBACIÓN Y PUBLICACIÓN DE LA COMPILACIÓN 1997-2010.”, específicamente en el “ANEXO UNO JURISPRUDENCIA NO VIGENTE”.

⁵⁰ En los recursos de revisión del procedimiento especial sancionador SUP-REP-45/2015 y acumulados, SUP-REP-57/2015 y acumulados, SUP-REP-94/2015 y acumulados, SUP-REP-120/2015 y acumulados, SUP-REP-134/2015 y acumulados, SUP-REP-136/2015 y acumulados y SUP-REP-221/2015.

202. Por lo que respecta a **las personas físicas**, el artículo 456, párrafo 1, inciso e) de la Ley General establece sanciones que van desde la amonestación pública, hasta multa de quinientos días de salario mínimo general vigente⁵¹, o tratándose de compra o adquisición de tiempo en radio y televisión para la difusión de propaganda político o electoral, con multa de hasta el doble del precio comercial de dicho tiempo.
203. Para determinar la sanción, se atenderán a los parámetros establecidos en el artículo 458, párrafo 5 de la Ley General.
204. **Bien jurídico tutelado.** Las normas que se violentaron en el presente asunto, tienen por finalidad salvaguardar la equidad en la contienda a través de la prohibición constitucional para contratar y/ o adquirir propaganda en televisión dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos. El bien jurídico tutelado se encuentra protegido directamente en el artículo 41, base III, apartado A, de la Constitución Federal.

Circunstancias de modo, tiempo y lugar

205. **Modo.** Las conductas consistieron en la indebida contratación y/o adquisición de propaganda en televisión restringida, dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, a través de la difusión de publicidad contenida en una *pleca o cintillo*.
206. **Tiempo.** Se tuvo por acreditado que la difusión de la *pleca o cintillo*, se transmitió por lo menos, los días uno, dos y tres de mayo del dos mil

⁵¹ La reforma al párrafo primero de la fracción VI, del Apartado A, del artículo 123 de la Constitución Federal, cuyo decreto se publicó el 27 de enero de 2016, en el Diario Oficial de la Federación, estableció que el salario mínimo no podría ser utilizado como índice, unidad, base, medida o referencia para fines ajenos a su naturaleza. De igual forma, en términos de los artículos segundo y tercero transitorios del decreto de reforma, todas las menciones al salario mínimo como unidad de cuenta, índice, base, medida o referencia para determinar la cuantía de las obligaciones y supuestos previstos en cualquier disposición jurídica, se entenderán referidas a la **Unidad de Medida y Actualización**. El valor inicial diario de la UMA será equivalente al que tenga el salario mínimo general vigente diario para todo el país.

dieciocho, es decir, durante el periodo de campañas electorales del pasado proceso electoral federal.

207. **Lugar.** La pleca o cintillo se transmitió en la señal de televisión restringida de tres concesionarias de televisión, que puede ser vista a nivel nacional, por los suscriptores de dicho servicio.

Singularidad o pluralidad de la falta. Se trata de una sola conducta infractora.

208. **Contexto fáctico y medios de ejecución.** La conducta desplegada consistió en la contratación y/o adquisición de propaganda en televisión restringida, a manera de pleca o cintillo publicitario, con el cual se tuvo la intención de impactar en las preferencias electorales de los ciudadanos.

209. **Beneficio o lucro.** Se tiene por acreditado que, con la difusión de la pleca o cintillo a manera de publicidad, hubo un beneficio para los creadores, productores y distribuidores del documental referido, por ello, resulta razonable establecer que pudo haber incrementado el consumo de su producto ante los posibles televidentes o posicionarlo ante los mismos.

210. **Intencionalidad.** De las constancias que obran en el expediente no existen elementos para sostener que su conducta tenía la intencionalidad manifiesta de violentar la normativa constitucional y legal atinente. En este sentido, se concluye que la actuación fue culposa.

211. **Reincidencia.** De conformidad con el artículo 458, párrafo 6, de la Ley General, se considera reincidente quien ha sido declarado responsable del incumplimiento de alguna de las obligaciones a que se refiere la propia Ley

e incurre nuevamente en la misma conducta infractora, lo que en el presente caso no ocurre con ninguno de los denunciados⁵².

212. Ahora bien, atendiendo a las circunstancias antes señaladas, la conducta señalada implicó una infracción a las referidas disposiciones constitucionales y legales, por lo que, en el caso particular, debe calificarse como **grave ordinaria**, atendiendo a las particularidades expuestas, toda vez que:

- Se vulneró una prohibición prevista directamente en la Constitución Federal.
- La conducta infractora tuvo un impacto a nivel nacional dirigida a los suscriptores y televidentes de la señal de televisión restringida, durante tres días, en el periodo de campaña del pasado proceso electoral federal.
- Los bienes jurídicos tutelados se relacionan con la obligación de preservar la equidad en la contienda.
- No existió un lucro, pero sí un beneficio relacionado con el posicionamiento de un producto comercial.
- No se advierte que la conducta haya sido dolosa.
- No hay reincidencia en la conducta por parte de los denunciados.

213. Tomando en consideración los elementos objetivos y subjetivos de la infracción, especialmente el bien jurídico tutelado, las circunstancias particulares del incumplimiento, así como la finalidad de las sanciones, que es la de disuadir la posible comisión de faltas similares en el futuro⁵³, se estima que lo procedente es imponer una sanción, de conformidad con el artículo 456, párrafo 1, de la Ley General.

⁵² Sobre el particular, se toma como referencia la jurisprudencia 41/2010, cuyo rubro es: **“REINCIDENCIA. ELEMENTOS MÍNIMOS QUE DEBEN CONSIDERARSE PARA SU ACTUALIZACIÓN.”**

⁵³ Véase Tesis XXVIII/2003 de rubro: **“SANCIÓN. CON LA DEMOSTRACIÓN DE LA FALTA PROCEDE LA MÍNIMA QUE CORRESPONDA Y PUEDE AUMENTAR SEGÚN LAS CIRCUNSTANCIAS CONCURRENTES”.**

Sanciones a imponer

i) **Javier García Mata**

214. Ahora bien, en virtud de que la conducta irregular se atribuyó a **Javier García Mata**, es que se determina procedente imponerle una multa consistente en **4343** Unidades de Medida y Actualización, equivalentes a la cantidad de **\$350,045.80 (trescientos cincuenta mil cuarenta y cinco pesos 80/100 M.N.)**, de conformidad con lo establecido en el artículo 456 párrafo 1, inciso e), fracción II, de la Ley General.

215. Se considera la imposición de la multa anterior, tomando en consideración su grado de participación en los hechos denunciados, es decir al productor de la serie-documental “Populismo en América Latina”; por la posible afectación al pasado proceso electoral federal y su difusión a nivel nacional a través de la señal de televisión restringida; aunado a que toda vez que solo se tiene por acreditada la difusión en tres días durante el proceso electoral federal pasado y no se acreditó intencionalidad manifiesta de su parte.

216. Asimismo, se debe señalar que, con la difusión del material denunciado en televisión, se consideró la existencia de un beneficio consistente en el posible posicionamiento de su producto ante los posibles televidentes.

217. Esta Sala estima razonable la sanción impuesta, **en cuya determinación se tomó en cuenta la capacidad económica de dicha persona física**, que obra en el expediente, como **ANEXO DOS**.

ii) **Piña Digital S. de R. L. de C. V.**

218. Por lo que respecta a la conducta irregular que se atribuyó a **Piña Digital S. de R. L. de C. V.**, es que se determina procedente imponerle una multa consistente en **4343** Unidades de Medida y Actualización, equivalentes a

la cantidad **\$350,045.80 (trescientos cincuenta mil cuarenta y cinco pesos 80/100 M.N.)**, de conformidad con lo establecido en el artículo 456 párrafo 1, inciso e), fracción III, de la Ley General.

219. Se considera la imposición de la multa anterior, tomando en consideración su grado de participación en los hechos denunciados, es decir al ser realizadora y distribuidora de la publicidad de la serie-documental “Populismo en América Latina”; por la posible afectación al pasado proceso electoral federal y su difusión a nivel nacional a través de la señal de televisión restringida; aunado a que toda vez que solo se tiene por acreditada la difusión en tres días durante el proceso electoral federal pasado.
220. Asimismo, se debe señalar que, con la difusión del material denunciado en televisión, se consideró la existencia de un beneficio consistente en derivado del posible posicionamiento de su producto ante los posibles televidentes.
221. Esta Sala estima razonable la sanción impuesta, en cuya determinación se tomó en cuenta la capacidad económica de dicha persona moral, que obra en el expediente, como **ANEXO TRES**.

Forma de pago

222. Por lo que respecta al pago de las sanciones impuestas, éste deberá realizarse en la Dirección Ejecutiva de Administración del INE, dentro de los quince días siguientes a que esta sentencia quede firme, y en caso de incumplimiento, dicho organismo podrá actuar conforme a sus atribuciones y facultades.

223. Por tanto, se solicita a la Dirección Ejecutiva de Administración del INE que, en su oportunidad, haga del conocimiento de esta Sala Especializada la información relativa al pago de las multas precisadas.
224. Para una mayor publicidad de las multas que se imponen en el presente asunto, la sentencia se deberá publicar, en su oportunidad, en la página de Internet de este órgano jurisdiccional, en el Catálogo de Sujetos Sancionados en los Procedimientos Especiales Sancionadores.
225. Finalmente, cabe precisar que, de las constancias que integran el expediente SRE-PSL-41/2018, se advierte que en su momento se dio vista a la Unidad Técnica de Fiscalización del INE, respecto de los hechos denunciados, y que la Unidad de Inteligencia Financiera de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y la Fiscalía Especializada para la Atención de Delitos Electorales, iniciaron investigaciones por hechos relacionados con los resueltos en la presente resolución, por lo que se estima pertinente comunicar la presente sentencia a las citadas autoridades.

Por lo expuesto y fundado, se:

RESUELVE

PRIMERO. Se **sobresee** en el procedimiento especial sancionador, por cuanto hace a la conducta denunciada, consistente en el uso indebido de recursos públicos, conforme a lo razonado en la presente sentencia.

SEGUNDO. Es **inexistente** la infracción consistente en la colocación de propaganda calumniosa en camiones del transporte público alusiva a la serie “Populismo en América Latina”, respecto de las personas señaladas en la sentencia.

TERCERO. Es **inexistente** la infracción consistente en la indebida compra y/o adquisición de tiempos en televisión abierta, respecto de las personas señaladas en la sentencia.

CUARTO. Es **inexistente** la infracción consistente en la indebida compra y/o adquisición de tiempos en televisión restringida, respecto de las personas señaladas en la sentencia.

QUINTO. Es **existente** la infracción relacionada con la indebida contratación y/o adquisición de tiempos en televisión restringida con motivo de la difusión publicidad con contenido político electoral que tuvo la intención de influir en la equidad en la contienda del proceso electoral federal 2017-2018, la cual se atribuye a **Javier García Mata** y a la persona moral **Piña Digital S. de R. L. de C. V.**

SEXTO. Se impone a **Javier García Mata**, una multa de **4343** Unidades de Medida y Actualización, equivalentes a la cantidad de **\$350,045.80 (trescientos cincuenta mil cuarenta y cinco pesos 80/100 M.N.)**, que deberá pagar en los términos precitados en el capítulo respectivo.

SÉPTIMO. Se impone a **Piña Digital S. de R. L. de C. V.**, una multa de **4343** Unidades de Medida y Actualización, equivalentes a la cantidad de **\$350,045.80 (trescientos cincuenta mil cuarenta y cinco pesos 80/100 M.N.)**, que deberá pagar en los términos precitados en el capítulo respectivo.

OCTAVO. Comuníquese la presente resolución a la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación para los efectos legales conducentes.

NOVENO. **Comuníquese** la presente sentencia a la Unidad de Inteligencia Financiera de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, a la Fiscalía Especializada para la Atención de Delitos Electorales y a la Unidad Técnica de Fiscalización del Instituto Nacional Electoral.

DÉCIMO. Publíquese la presente resolución en el Catálogo de Sujetos Sancionados en los Procedimientos Especiales Sancionadores de esta Sala Regional Especializada.

NOTIFÍQUESE en términos de la normativa aplicable.

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

Así lo resolvió la Sala Regional Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, por **mayoría** de votos de las Magistradas y el Magistrado en funciones que la integran, con el voto particular que formula la Magistrada Presidenta por Ministerio de Ley, Gabriela Villafuerte Coello, ante el Secretario General de Acuerdos, quien da fe.

**MAGISTRADA PRESIDENTA
POR MINISTERIO DE LEY**

GABRIELA VILLAFUERTE COELLO

MAGISTRADA

**MAGISTRADO EN
FUNCIONES**

**MARÍA DEL CARMEN
CARREÓN CASTRO**

**CARLOS HERNÁNDEZ
TOLEDO**

SECRETARIO GENERAL DE ACUERDOS

FRANCISCO ALEJANDRO CROKER PÉREZ

ANEXO ÚNICO

A. PRUEBAS RECABADAS EN EL PROCEDIMIENTO ESPECIAL SANCIONADOR INSTRUIDO ANTE LA JUNTA LOCAL EJECUTIVA DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL EN PUEBLA⁵⁴

I. Pruebas aportadas por el denunciante

PRUEBAS TÉCNICAS	
No.	Tomando en consideración la naturaleza de las presentes pruebas, se consideran como documentales privadas en términos de los artículos 461, párrafo 3, inciso b), así como 462, párrafos 1 y 3, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.
1	<p>MORENA, mediante diversos escritos, presentó los siguientes vínculos de internet para su certificación por parte de la autoridad instructora:</p> <p>Primer escrito</p> <ul style="list-style-type: none">• https://www.milenio.com/elecciones-mexico-2018/camiones-anuncian-supuesta-serie-populismo-america-latina_0_1163284066.html• http://www.sinembargo.mx/24-04-2018/3411289• http://www.mientrastantoenmexico.mx/usan-supuesto-anuncio-de-serie-de-tv-para-ligar-a-amlo-con-populistas/• https://twitter.com/Megafono_Mx/status/988905296939515905/photo/1?tfw_site=sdpnoticias&ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.sdpnoticias.com%2Flocal%2Fciudad-de-mexico%2F2018%2F04%2F25%2Fcircula-publicidad-sobre-serie-contra-el-populismo-con-referencia-a-amlo• https://www.sdpnoticias.com/local/ciudad-de-mexico/2018/04/25/circula-publicidad-sobre-serie-contra-el-populismo-con-referencia-a-amlo• https://www.am.com.mx/2018/04/25/mexico/populismo-en-america-latina-la-serie-que-compara-a-amlo-con-chavez-y-lula-da-silva-462775• https://www.merca20.com/circula-publicidad-sobre-supuesta-serie-relacionada-con-el-populismo-que-hace-referencia-a-amlo-y-los-usuarios-culpan-a-netflix/• https://www.animalpolitico.com/2018/04/lanzan-spots-contra-amlo-hugo-chavez-miedo/• http://aristeguinoticias.com/2704/mexico/serie-sobre-populismo-y-amlo-sin-permiso-de-publicidad-ni-registro-en-el-imp/ <p>Segundo escrito:</p> <ul style="list-style-type: none">• http://www.elfinanciero.com.mx/elecciones-2018/manifestantes-contra-amlo-rodean-sede-del-debate

⁵⁴ En adelante Junta Local.

- <https://www.animalpolitico.com/2018/04/sindicalizados-protesta-amlo-debate/>
- http://www.milenio.com/elecciones-mexico-2018/manifestantes-mandan-amlo-rancho-palenque-reforma-debate-noticias_0_1162083958.html
- <http://www.radioformula.com.mx/notas.asp?Idn=733223&idFC=2018>
- <https://www.verificado.mx/amnistia-y-candidatos/>
- <https://www.facebook.com/pejendejadas/>
- https://www.facebook.com/NOalPeje/?hc_ref=ARRypY4yS5Mx6AnKsZfIEAmg_qFRHKArq29d63qd-g6j3jtFDhhJU4WGbnNtx1UbJjU&fref=nf
- <https://www.facebook.com/Los-memes-del-peje-1411991432243728/>
- <https://www.facebook.com/groups/2102584079963674>
- <https://www.facebook.com/AMLO-es-un-Peligro-196391691116612/>
- <https://www.facebook.com/Frenteantipejitimo/>
- <https://www.facebook.com/El-Anti-AMLO-860512047402438/>
- <https://www.facebook.com/Antiamlo/>
- <https://www.facebook.com/PejendejoDeAMLO/>
- <https://www.facebook.com/UnChairoNormal/>
- <https://www.facebook.com/ChistesDelPeje/>
- <https://www.facebook.com/Por-los-que-no-queremos-a-AMLO-Peje-206310789467202/>
- <https://www.facebook.com/ANTI-PEJE-312083008830048/>
- <https://www.facebook.com/LasAventurasDelPeje/>
- <https://www.facebook.com/NoAlFanatismoDelzquierda/>
- <https://www.facebook.com/ElPejeEsUnPendejoFrustrado/>
- <https://www.facebook.com/AntiPejeYAntiPena/>
- <https://www.facebook.com/Pejes-memes-1499569800318675/>
- <https://www.facebook.com/morenaquitos/>
- <https://www.facebook.com/El-Club-Anti-AMLO-2133161613578505/>
- <https://www.facebook.com/salvadoreugenio72/>
- <https://www.facebook.com/Despeje2/>
- <https://www.facebook.com/alacornetaelpeje/>
- <https://www.facebook.com/Me-caga-elPeje-942021505882312/>
- <https://www.facebook.com/Los-Mexicanos-repudiamos-al-Peje-305159050007710/>
- <https://www.facebook.com/Anti-Peje-AMLO-183648245003822/>
- <https://www.facebook.com/Noalpejesin/>
- <https://www.facebook.com/elmesiasaliaselpeje/>
- <https://www.facebook.com/NoSeApendejeVotandoPorElPeje/>
- <https://www.facebook.com/joecarlitos/>
- <https://www.facebook.com/SiGanaElPejeMeVoyDeMexico/>
- <https://www.facebook.com/El-Peje-Zombie-779845218891616/>
- <https://www.facebook.com/PEJE-La-verdad-detrc3%A1s-del-Discurso-177715176209842/>
- <https://www.facebook.com/YoconMeadeMX/>
- <https://www.facebook.com/meadepresidentemexico/>

- <https://www.facebook.com/YoPorMeade/>
- <https://www.facebook.com/JoseMeade2018/>
- <https://www.facebook.com/LasAventurasDeJoseAntonioMeade/>
- <https://www.facebook.com/MeadeWave/>
- <https://www.facebook.com/MeadePresidente2018/>
- <https://www.facebook.com/YoMeroconPPMeade/>
- <https://www.facebook.com/JoseAMeade2018/>
- <https://www.facebook.com/JovenesXMeade/>
- <https://www.facebook.com/Amigos-y-seguidores-de-Jose-Antonio-Meade-en-el-Estado-de-San-Luis-Posoti-1546013015479557/>
- <https://www.facebook.com/VeracruzConMeade/>
- <https://www.facebook.com/Yucat%C3%A1n-con-Jos%C3%A9-Antonio-Meade-330312454130455/>
- <https://www.facebook.com/RedNacionaldeAmigosySeguidoresdePepeMeadeSonora/>
- <https://www.facebook.com/RedNacionaldeAmigosySeguidoresdeJoseAntonioMeadeQu/>
- <https://www.facebook.com/RedNacionaldeAmigosySeguidoresdePepeMeadeenMorelos/>
- https://www.facebook.com/PopulismoAutoritario/?hc_ref=ARTvOtu9G11gjWqLV4beTXm5TJ3Dwuj2,;CocceE2iznYaOZw6APYc2VURY4RCygU8%fref=nf
- <http://www.revoluciontrespuntocero.mx/alcaldesa-priista-niega-permiso-para-mitin-de-amlo-en-plaza-publica-de-nicolas-romero-edomex/>
- <http://www.elfinanciero.com.mx/elecciones-2018/mitin-de-amlo-en-veracruz-cambia-de-sede-ante-negativa-de-autoridades>
- <http://www.ejecentral.com.mx/bloquean-morena-en-cordoba-previo-visita-de-amlo-yune-anuncia-como-asesor-exalcalde-de-ny/>
- <https://www.milenio.com/elecciones-mexico-2018/camiones-amlo-hugo-chavez-serie-populismo-america-latina-0-1163284066.html>
- <https://www.listaspam.com/busca.php?Telefono=12001101111>
- <http://www.mientrastantoenmexico.mx/denuncian-llamadas-telefonicas-amlo-disfrazadas-encuestas/>
- <http://www.numerosdetelefono.mx/numero/12001101111>
- <https://es.spamphonebook.com/12001101111>
- <http://www.revistaacropolis.com/enportada/disfrazan-campana-sucia-en-contra-de-amlo-con-supuesta-encuesta/>
- <https://www.youtube.com/user/MexicanosPrimero2030>
- <https://www.elfinanciero.com.mx/elecciones-2018/si-los-ninos-fueran-candidatos-mexicanos-primero-lanza-spot-sobre-educacion>
- <http://www.sinembargo.mx/27-04-2018/3412432>
- <https://www.proceso.com.mx/533575/pide-pena-nieto-no-votar-con-visceras-sobre-quien-es-su-candidato-dice-ustedes-ya-lo-saben-para-que-les-digo>
- <http://www.eluniversal.com.mx/elecciones-2018/pide-pena-nieto-votar-con-la-razon-y-no-con-la-viscera>
- <http://meade18.com/?gclid=EAlaIQobChMI3PbpvJ2gIVSZ7ACh>

	<p>2xHw40EAAYASAAEgLK6vD Bwe</p> <ul style="list-style-type: none"> • https://www.facebook.com/JoseAMeadeK/ • https://www.twitter.com/joseameadek • https://www.youtube.com/channel/UC9FhAVh9I-juJpLXD4_4-rQ/videos • https://www.youtube.com/watch?v=g6kYdOfU0ts • https://www.twitter.com/ricardoakemanmx/status/992889009335451648?s=12 • https://www.twitter.com/reforma/status/992573112473579521?s=12 • https://www.twitter.com/armando_rc/status/992100237324922880?s=12 • https://www.elfinanciero.com.mx/elecciones-2018/mitin-de-amlo-en-veracruz-cambia-de-sede-ante-negativa-de-autoridades • http://www.ejecentral.com.mx/bloquean-morena-en-cordoba-previo-visita-de-amlo-yunes-anuncia-como-asesor-exalcalde-de-ny/ • http://mexicanosprimero.org • https://www.twitter.com/mexicanos1o/status/989732524002705408
2	Las imágenes y capturas de pantallas relativas contenidas en los escritos de queja.
	DOCUMENTALES PRIVADAS
	Atendiendo a la naturaleza de las pruebas, deben considerarse como técnicas, en términos de los artículos 461, párrafo 3, inciso c), así como 462, párrafos 1 y 3, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.
1	Diversas notas informativas de las que solo proporciona transcripciones.

II. Pruebas recabadas por la junta local

	DOCUMENTALES PÚBLICAS
No.	Tomando en consideración la propia y especial naturaleza de las presentes pruebas, se consideran como documentales públicas con valor probatorio pleno, toda vez que fueron emitidas por autoridad facultada para ello. De conformidad con los artículos 461, párrafo 3, inciso a), así como 462, párrafos 1 y 2, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.
1.	Oficio DGJR.-001075-2018, por medio del cual, el Director General Jurídico y de Regulación en la Secretaría de Movilidad, remite, entre otra documentación, el diverso SM-SSM-DGTRE-DSTR-0194-2018, por el que la Directora de Servicios de Transporte de Ruta de la Secretaría de Movilidad de la Ciudad de México proporciona el nombre de las personas morales y los representantes legales de las rutas 25, 42, 70 y 76 de transporte público colectivo de pasajeros de la Ciudad de México, así como el domicilio de dichos representantes.

2.	<p>Acta circunstanciada⁵⁵ de tres de mayo de dos mil dieciocho, instrumentada por la Junta Local, en su función de Oficialía Electoral, con la finalidad de certificar el contenido de los sitios web:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) http://www.milenio.com/elecciones-mexico-2018/camiones-amlo-hugo_chavez-serie-populismo-america-latina-0-1163284066.html b) http://www.sinembargo.mx/24-04-2018/3411289 c) http://www.mientrastantoenmexico.mx/usan-supuesto-anuncio-de-serie-de-tv-para-ligar-a-amlo-con-populistas/ d) http://twitter.com/Megafono_Mx/status/988905296939515905/photo/1?tfw_site=sdpnoticias&ref_src=twsrc%5Etfw&ref_url=http%3A%2F%2Fwww.sdpnoticias.com%2Flocal%2Fciudad-de-mexico%2F2018%2F04%2F25%2Fcircula-publicidad-sobre-serie-contra-el-populismo-con-referencia-a-amlo e) http://www.sdpnoticias.com/local/ciudad-de-mexico/2018/04/25/circula-publicidad-sobre-serie-contra-el-populismo-con-referencia-a-amlo f) http://www.am.com.mx/2018/04/25/mexico/populismo-en-america-latina-la-serie-que-compara-a-amlo-con-chavez-y-lula-da-silva-462775 g) http://www.merca20.com/circula-publicidad-sobre-supuesta-serie-relacionada-con-el-populismo-que-hace-referencia-a-amlo-y-los-usuarios-culpan-a-netflix/ h) http://www.animalpolitico.com/2018/04/lanzan-spots-contra-amlo-hugo-chavez-miedo/ i) http://aristeguinoticias.com/2704/mexico/serie-sobre-populismo-y-amlo-sin-permiso-de-publicidad-ni-registro-en-el-impi/
3.	Oficio DGJR.-0021198-2018, por medio del cual, el Director General Jurídico y de Regulación en la Secretaría de Movilidad, informa que desconoce el motivo o quien contrató la propaganda denunciada.
4.	Oficio DDAJ.2018.848, por medio del cual el coordinador departamental de procedimientos legales del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, informa estar imposibilitado para proporcionar la información que le fue solicitada, al no ser facultad de dicho órgano del registro de Derechos de Autor de obras como “series televisivas”.
5.	Oficio JDO/403/2019, por medio del cual la Subdirectora de Asuntos Contenciosos de la Secretaría de Cultura, remite, entre otra documentación, el diverso DRPDA/SESGCAM/1672/2018, por el cual el Director de Reservas del Instituto Nacional del Derecho de Autor por el que informa que no existe registro relacionado con el título “Populismo en América Latina”.
6.	Oficio 700 04 03 00 00-2018-12269, por medio del cual la Administradora de Operación de Padrones 3 del SAT informa sobre la imposibilidad de proporcionar la información que le fue solicitada.
7.	Oficio INE/DERFE/STN/31960/2018, por el que el Secretario Técnico Normativo de la Dirección Ejecutiva del Registro Federal de Electores del Instituto Nacional Electoral, refiere que se localizaron sendos registros en la base de datos con el nombre de Javier García Mata, por lo que solicita mayores datos para la localización de la persona buscada.

⁵⁵ Visible a fojas sesenta y dos a ochenta y cuatro del cuaderno accesorio 1 del presente expediente.

8.	Oficio INE/DERFE/STN/34588/2018, por el que el Secretario Técnico Normativo de la Dirección Ejecutiva del Registro Federal de Electores del Instituto Nacional Electoral, refiere que no se localizó registro alguno en la base de datos con el nombre de Javier García Mata en el Padrón Electoral.
9.	Oficio DJ/691/2018, por medio del cual la Directora Jurídica de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación, informa que no se localizaron expedientes, informes, archivos ni ningún trámite relacionado con la serie denominada "Populismo en América".
10.	Oficio DGJR-002329-2018, por el que, el Director General Jurídico y de Regulación de la Secretaría de Movilidad de la Ciudad de México por el que proporciona información sobre una unidad de transporte público.
DOCUMENTALES PRIVADAS	
Tomando en consideración la naturaleza de las presentes pruebas, se consideran como documentales privadas en términos de los artículos 461, párrafo 3, inciso b), así como 462, párrafos 1 y 3, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.	
1.	Escrito de diez de mayo de dos mil dieciocho, por el cual, el representante legal de la ruta 42 de transporte público colectivo de pasajeros de la Ciudad de México, manifiesta desconocer las condiciones o métodos de la contratación para la colocación de la publicidad denunciada en unidades de transporte público de la Ciudad de México.
2.	Escrito de cinco de junio de dos mil dieciocho, por el cual, el representante legal de la ruta 25 de transporte público colectivo de pasajeros de la Ciudad de México, manifiesta que, en relación con la contratación de propaganda, cada concesión realiza los contratos de forma individual sin la necesidad de la intervención de la sociedad civil que representa.
3.	Escrito de veintiuno de julio de dos mil dieciocho, por el cual, el representante legal de la ruta 25, A.C. de transporte público colectivo de pasajeros de la Ciudad de México, manifiesta que, en relación con la contratación de propaganda, cada concesión realiza los contratos de forma individual y desconoce los términos y condiciones bajo los cuales se realizó la colocación de la propaganda.
4.	Escrito de veinte de julio de dos mil dieciocho, por medio del cual, el representante del Partido Acción Nacional ante el Consejo General del Instituto Electoral de la Ciudad de México, niega la intervención del partido en la colocación de propaganda y dice desconocer la difusión de la serie "Populismo en América".
5.	Escrito de veintitrés de julio de dos mil dieciocho, por medio del cual el representante propietario del Partido de la Revolución Democrática, manifiesta que ese partido no está vinculado a la campaña propagandística de la serie referida.
6.	Escrito de diecinueve de julio de dos mil dieciocho, por el cual, el representante del partido Movimiento Ciudadano ante el Consejo Local del Instituto Nacional Electoral en la Ciudad de México, niega haber intervenido en la colocación de propaganda sobre la serie

	materia de la queja.
7.	Escrito del representante propietario del partido Movimiento Ciudadano ante el Consejo Electoral de la Ciudad de México, niega que dicho partido haya intervenido en la colocación de propaganda de la serie.
8.	Escrito de veinte de julio de dos mil diecinueve, mediante el cual el Director General de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión por el que dice dicho organismo no tiene conocimiento alguno sobre la difusión, medio de transmisión o periodo respecto de la serie "Populismo en América Latina".
9.	Escritos de tres de agosto y cuatro de septiembre de dos mil dieciocho, por los cuales, los representantes del Partido Revolucionario Institucional ante la Junta Local y el Instituto Electoral de la Ciudad de México, respectivamente, refieren de manera coincidente que dicho instituto político no participó en la colocación de propaganda denunciada, y no tiene derechos, obligaciones o conocimiento, respecto de la serie "Populismo en América Latina".
10.	Escritos de treinta de agosto y cuatro de septiembre de dos mil dieciocho, por los cuales, los representantes del Partido del Trabajo ante la Junta Local y el Instituto Electoral de la Ciudad de México, respectivamente, manifiestan, de manera coincidente que dicho partido no intervino en la colocación de la propaganda referida.
11.	Escritos de veinticuatro y veintisiete de agosto, por los cuales, los representantes del Partido Verde Ecologista de México ante el Instituto Electoral de la Ciudad de México y la Junta Local, respectivamente, refieren de manera coincidente que dicho partido no intervino de ninguna manera en la colocación de la propaganda.
12.	Escritos recibidos el veinticuatro de agosto de dos mil dieciocho, mediante los cuales, los representantes del partido Nueva Alianza ante la Junta Local y el Instituto Electoral de la Ciudad de México, informan que dicho instituto político no realizó ni colaboró en la elaboración o colocación de la propaganda referida.
13.	Escritos de veintisiete de agosto de dos mil dieciocho, por los que los representantes del Partido Encuentro Social, ante la Junta Local y el Instituto Electoral de la Ciudad de México, manifiestan que el mencionado partido no ha celebrado ningún tipo de contrato o convenio para la difusión o colocación de la propaganda denunciada, asimismo, mencionan que el instituto político no tiene conocimiento de la serie "Populismo en América Latina".
14.	Acta circunstanciada ⁵⁶ de veintitrés de agosto de dos mil dieciocho, instrumentada por la Junta Local, en la que se verifica la existencia de una serie titulada "Populismo en América Latina" alojada en el sitio de <i>Amazon Prime Video</i> .
15.	Escritos de treinta y uno de agosto de dos mil dieciocho, por el que, el representante legal de Servicios Comerciales Amazon México, S. de R. L. de C. V., informa lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • Que Prive Video es un servicio de video bajo demanda que permite a los suscriptores acceder y escoger de entre contenidos audiovisuales sin quedar constreñidos a días u horarios específicos.

⁵⁶ Visible a fojas ciento cuarenta y seis a ciento cuarenta y nueve del cuaderno accesorio 3 del presente expediente.

	<ul style="list-style-type: none"> • Que la serie “Populismo en América Latina” se distribuye de conformidad con los términos y condiciones establecidos por dicho servicio, la cual fue subida por la productora de la serie “La División”, el veinticinco de junio de dos mil dieciocho, la cual, de acuerdo a la sinopsis proporcionada es “Un documental que aborda el tema del populismo desde sus orígenes en la antigua Rusia, hasta su expansión en América Latina principalmente Argentina, Brasil, Venezuela y México” • Que Amazon no contrato publicidad ni proveyó de mercadotecnia ni soporte para dicha serie.
16.	Escrito de treinta y uno de agosto de dos mil dieciocho, mediante el cual, Guillermina Pineda Salgado, propietaria de una unidad de transporte público, manifiesta que la propaganda denunciada fue colocada aproximadamente en el mes de junio de la misma anualidad, y refiere que la misma fue colocada sin su consentimiento.
17.	<p>Escrito de trece de septiembre de dos mil dieciocho, mediante el cual, Javier García Mata, informa que la serie “Populismo en América Latina”, se trata de un género cinematográfico que se elabora a partir de una investigación académica, testimonial y de campo, y que su temática aborda un tema de interés global como ejemplos de gobernanzas en países de América Latina.</p> <p>Asimismo, refiere que la empresa Piña Digital, S. de R.L. de C.V., contrató la exhibición de propaganda en autobuses urbanos Plaza CDMX, en el periodo del veinte de abril al diecinueve de mayo de dicha anualidad, por lo que su colocación se realizó en los términos del contrato que adjuntó al escrito.</p>
18.	Escritos de diez de septiembre de dos mil dieciocho, por los cuales, Jessica Otero Mejía y José Brigido Otero Hernández, respectivamente, informan de manera coincidente, entre otras cuestiones, que la propaganda que se colocó en unidades de transporte público, fue contratada por una empresa que se dedica a dicha función, y la cual únicamente duró tres días, ya que la misma empresa solicitó su retiro.
19.	Escrito de quince de octubre de dos mil dieciocho, mediante el cual, la apoderada legal de UMP Cobertura e Imagen en Medios Publicitarios, S. A. de C. V., proporciona información sobre la subcontratación de esa persona moral por la diversa Piña Publicidad, S. de R. L. de C. V. para la exhibición de publicidad en autobuses urbanos de la Ciudad de México en relación a la serie “Populismo en América Latina” y sostiene que su representada no participó en la creación intelectual de dicha serie. Adjunta anexos de su dicho.

**B. PRUEBAS RECABADAS EN EL PROCEDIMIENTO ESPECIAL
SANCIONADOR INSTRUIDO ANTE LA UNIDAD TÉCNICA DE LO**

**CONTENCIOSO ELECTORAL DE LA SECRETARÍA EJECUTIVA DEL
INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL**

I. Pruebas aportadas por el denunciante

No.	DOCUMENTALES PRIVADAS
1.	<p>Tomando en consideración la naturaleza de las presentes pruebas, se consideran como documentales privadas en términos de los artículos 461, párrafo 3, inciso b), así como 462, párrafos 1 y 3, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.</p> <p>Mediante escrito de denuncia de veintiséis de octubre de dos mil dieciocho, Claudia Magaly Palma Encalada presentó los siguientes vínculos de internet para su verificación por parte de la autoridad instructora:</p> <ul style="list-style-type: none"> • https://www.elfinanciero.com.mx/opinion/raymundo-riva-palacio/el-populismo-de-lopez-obrador • http://www.eluniversal.com.mx/columna/octavio-islas/techbit/noticias-falsas-y-guerra-sucia • https://www.sdponoticias.com/nacional/2018/04/27/la-serie-de-amlo-y-el-populismo • http://www.elfinanciero.com.mx/elecciones-2018/la-division-productora-de-serie-populismo-en-america-latina-acusa-presion-de-amlo • https://www.facebook.com/CiroGomezLeyva/videos/el-tra%C3%ADler-de-populismo-en-am%C3%A9rica-latina/1975178399399971/ • https://www.dineroenimagen.com/dario-celis/operacion-cicatriz/101181 • http://www.eldiariodecoahuila.com.mx/elecciones-2018/2018/6/27/transmitira-serie-populismo-empleado-salinas-740566.html • https://veme.digital/fantasma-del-populismo/ • https://www.sdponoticias.com/nacional/2018/06/26/amlo-senala-a-alejandro-quintero-por-serie-sobre-populismo • https://cancunissimo.com/opinion/dario-celis/los-duros-del-cmn-traicionan-a-ramirez/ • https://pagina3.mx/2018/02/tension-quintero-desembarca-en-el-bunker-de-meade-y-se-enfrenta-con-videgaray/ • http://www.e-consulta.com/opinion/2018-02-08/implosion-en-el-equipo-de-meade • http://homozaping.com.mx/2017/05/ante-la-crisis-politica-y-electoral-ex-asesor-de-televisa-propone-cambiar-de-nombre-al-pri/ • http://www.e-consulta.com/opinion/2018-04-02/1-de-julio-el-presidente-que-viene • https://www.campaignsandelectionsla.com/single-post/Consultores-estelares-y-sus-candidatos-2018-mexico • https://www.lapoliticaonline.com.mx/nota/112653-exclusivo-ochoa-intento-volver-al-war-room-del-pri-pero-el-padre-de-meade-lo-veto/

	<ul style="list-style-type: none"> • https://www.etcetera.com.mx/opinion/populismo-en-america-latina-contradicciones-y-datos/ • http://www.sinembargo.mx/21-06-2018/3431186 • www.ladivision.com.mx • http://amp.elfinanciero.com.mx/elecciones-2018/la-division-productora-de-serie-populismo-en-america-latina-acusa-presion-de-amlo • http://www.4vientos.net/2018/04/28/se-desvanece-en-internet-la-division-autor-de-la-serie-populismo-en-america-latina/ • https://www.sdpnoticias.com/nacional/2018/04/29/natgeo-informa-que-no-transmitira-serie-sobre-el-populismo
2.	Un dispositivo de almacenamiento electrónico que dice contener el promocional denunciado.
3.	<p>Escrito de once de febrero de dos mil diecinueve, por el que la representante del Partido Acción Nacional presenta ampliación de queja y aporta los siguientes enlaces:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) https://www.sdpnoticias.com/enelshow/television/2018/04/27/national-geographic-transmitiria-serie-el-populismo-en-america-latina-la-proxima-semana 2) www.nationalgeographic.com 3) https://www.nationalgeographic.com/mediakit/assets/img/downloads/2018/2018_Advertising_Specs.pdf 4) https://www.nationalgeographic.com/mediakit/ 5) https://mx.linkedin.com/pub/dir/Monica/Bola%C3%B1os 6) http://www.hoovers.com/company-information/cs/company-profile.lgn_advertising_group_sa_de_cv.7c34f311075529c7.html?aka_re=1 7) www.loganmedia.mobi 8) https://mx.linkedin.com/in/samuel-derzavich-kahan-5a3360b3 9) https://www.campaignsandelections.com/blog-1/la-elecc%C3%B3n-en-m%C3%A9xico-2018-y-sus-consultores-estelares-qui%C3%A9n-es-qui%C3%A9n 10) https://www.milenio.com/política/quienes-son-el-dream-team-de-meade 11) http://www.sinembargo.mx/20-07-2018/3445141 12) https://www.sdpnoticias.com/nacional/2015/12/14/alejandra-sota-recibe-millonarios-contratos-en-mexico-en-eu-pierde-demanda 13) https://www.sinembargo.mx/08-12-2017/3360599
4.	Escrito de quince de febrero de dos mil diecinueve, por el cual, Claudia Magaly Palma Encalada señala los días y canales en que National Geographic Partners LLC difundió banners alusivos a la serie “Populismo en América” y señala no contar con grabación alguna al respecto.

II. Pruebas recabadas por la autoridad instructora

No.	DOCUMENTALES PÚBLICAS
	Tomando en consideración la propia y especial naturaleza de las

	presentes pruebas, se consideran como documentales públicas con valor probatorio pleno, toda vez que fueron emitidas por autoridad facultada para ello. De conformidad con los artículos 461, párrafo 3, inciso a), así como 462, párrafos 1 y 2, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.
1.	Acta circunstanciada de veintinueve de octubre de dos mil dieciocho, instrumentada por la autoridad instructora, con la finalidad de certificar el contenido de los enlaces electrónicos proporcionados por la quejosa ⁵⁷ .
2.	Acta circunstanciada de veintinueve de octubre de dos mil dieciocho, instrumentada por la autoridad instructora, con la finalidad de certificar el contenido de un dispositivo USB aportado por la quejosa, del cual se advierte un material audiovisual, con contenido idéntico al referido en el escrito de denuncia ⁵⁸ .
3.	Acta circunstanciada de veintinueve de octubre de dos mil dieciocho, instrumentada por la autoridad instructora, con el objetivo de certificar que la plataforma denominada <i>Amazon Prime Video</i> se encuentra disponible la serie denominada "Populismo en América" y ésta se divide en cinco episodios, correspondiendo al quinto el nombre de "Andrés Manuel López Obrador: El redentor furioso" ⁵⁹ .
4.	Oficio INE/JLE-CM/09945/2018, de veintiséis de octubre, por medio del cual, el Vocal Secretario de la Juntar Local Ejecutiva del Instituto Nacional Electoral en Puebla informa del estado procesal del expediente JL/PE/MORENA/JL/CM/PEF/6/2018 al que se anexa un disco compacto que contiene la totalidad de las constancias que integran dicho asunto.
5.	Comunicación interna de siete de noviembre de dos mil dieciocho, por la cual el Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos da a conocer datos sobre el padrón de afiliados del Partido Revolucionario Institucional, de emisoras de televisión monitoreadas en el Sistema Integral de Verificación y Monitoreo y del testigo de grabación de una televisora correspondiente a los veintiséis, veintisiete y veintiocho de abril de dicha anualidad.
6.	Acta circunstanciada de ocho de noviembre de dos mil dieciocho, instrumentada por la autoridad instructora, con la finalidad de certificar el contenido de tres discos compactos proporcionados por la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos ⁶⁰ .
7.	Acta circunstanciada de catorce de noviembre de dos mil dieciocho, instrumentada por la autoridad instructora, con la finalidad de verificar el contenido de un disco compacto remitido por la Administradora de Evaluación de Impuestos Internos 5 del SAT ⁶¹ .
8.	Comunicación interna de diecinueve de diciembre, por la cual el Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos del Instituto Nacional Electoral, señala, entre otras cuestiones, que no existe

⁵⁷ Visible a fojas doscientos ochenta y seis a cuatrocientos veintiséis del tomo principal del presente expediente.

⁵⁸ Visible a fojas cuatrocientos veintisiete a cuatrocientos treinta del tomo principal del presente expediente.

⁵⁹ Visible a fojas cuatrocientos treinta y uno a cuatrocientos cuarenta del tomo principal del presente expediente.

⁶⁰ Visible a fojas quinientos setenta y tres a quinientos ochenta y ocho del tomo principal del expediente.

⁶¹ Visible a fojas seiscientos sesenta y seis a seiscientos setenta del tomo principal del presente expediente.

	registro alguno de afiliación de Virna Gómez Piña, Alejandro Quintero Iñiguez, Javier García Mata, Martha Beatriz Bobadilla Sánchez y María Fernanda Zavala Bobadilla a algún partido político.
9.	Oficio del encargado de despacho de la Unidad Técnica de Fiscalización del INE por el que remite un disco compacto que contiene diversos documentos.
10.	Comunicación interna de veintidós de enero de dos mil diecinueve, por la cual, el Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos proporciona información relacionada con la afiliación a partidos políticos de diversos ciudadanos.
11.	Comunicación interna de ocho de febrero de dos mil diecinueve, por la cual, el Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos remite el informe de monitoreo y huella acústica realizado sobre el material audiovisual denunciado.
12.	Acta circunstanciada ⁶² de once de febrero de dos mil diecinueve, instrumentada por la autoridad instructora, con la finalidad de certificar el disco compacto aportado por el Partido Acción Nacional.
13.	Acta circunstanciada ⁶³ de trece de febrero de dos mil diecinueve, instrumentada por la Oficialía Electoral, con la finalidad de verificar el contenido de los enlaces mencionados en el escrito de ampliación de queja del Partido Acción Nacional.
14.	Oficio del encargado de despacho de la Unidad Técnica de Fiscalización del INE en el que señala que no existe registro de contratación alguna por parte del José Antonio Meade Kuribreña de servicios con LGN Advertising Group, S. A. de C. V., Grupo TV Promo, S. A. de C. V., TV Promo S. A. de C. V., Piña Digital, s. de R. L. de C. V., Integra Metas Estratégicas, S. A. de C. V. National Geographic Partners LLC, The Carpenter Company, UMP Cobertura e Imagen en Medios Publicitarios, S. A. de C. V., Alejandro Quintero Iñiguez o Alejandra Sota Mirafuentes.
15.	Acta circunstanciada ⁶⁴ de veintisiete de febrero de dos mil diecinueve, en la que se verifica el contenido del sitio web: https://www.videodirect.amazon.com/home/agreement?ref=avd_hm_ft_la , y se ordenó guardar en disco compacto dicho contenido.
16.	Sobre cerrado con leyenda “confidencial” remitido por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
17.	Comunicación interna de ocho de mayo de dos mil diecinueve, por la cual, el Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos manifiesta que no existe información relacionada con la afiliación a partidos políticos de Mónica Bolaños Cacho Albarrán.
18.	Oficio INE/ITF/DA//2019, de trece de mayo de dos mil diecinueve, a través del cual, el Encargado del Despacho de la Unidad Técnica de Fiscalización del Instituto Nacional Electoral, informa que de la revisión a los archivos que obran en el Sistema Integral de Fiscalización, no se advirtió registro o documento alguno realizado por el otrora candidato a la Presidencia de la República, José Antonio Meade Kuribreña, relativos a la contratación de servicios con las personas FOX INTERNATIONAL CAHNNELS MÉXICO, S.

⁶² Visible a fojas tres mil quinientos cincuenta y uno a tres mil quinientos cincuenta y cinco del cuaderno accesorio 6 del presente expediente.

⁶³ Visible a fojas tres mil seiscientos sesenta y ocho a tres mil setecientos diez del cuaderno accesorio 6 del presente expediente.

⁶⁴ Visible a fojas noventa a noventa y nueve del cuaderno accesorio 7 del presente expediente.

	DE R.L. DE C.V., FOX LATIN AMERICAN CHANNEL LLC, LAPTVM LLC, NGC NETWORKS LATIN AMERICA LLC, TELEPERSONAL S.A. DE C.V. y PIÑA DIGITAL, S.A. DE C.V.
19.	Oficio IFT/212/CGVI/464/2019, por medio del cual el Coordinador General de Vinculación Institucional del Instituto Federal de Telecomunicaciones, informa que ese instituto tiene un contrato con Auditoría de Medios y Servicios a Anunciantes, S. A. de C. V., para el monitoreo de publicidad en televisión restringida y adjunta un disco compacto con información relativa a los concesionarios de dicho medio de difusión.
20.	Oficio DGAJ-001741-2019, por medio del cual el Director General de Asuntos Jurídicos de la Secretaría de Movilidad de la Ciudad de México, remite el diverso COGORT/SAJ/187/2019, relativo a la información solicitada respecto de los datos de localización de las unidades de transporte público que fueron contratadas para la colocación de la propaganda denunciada.
21.	Oficio 103-05-2019-0249, por el cual el Director Central de Evaluación de Impuestos Internos del Servicio de Administración Tributaria de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, informa que no se encontraron registros de facturación digital entre Piña Digital, S. de R.L. y las empresas FOX LATIN AMERICAN CHANNEL LLC, LAPTVM LLC, NGC NETWORKS LATIN AMERICA LLC del SAT.
22.	Oficio IFT/212/CGVI/549/2019, mediante el cual, el Coordinador General de Vinculación Institucional del Instituto Federal de Telecomunicaciones, indica que no se cuenta con la información ni documentación requerida, respecto a las características de una "pleca", al ser de naturaleza distinta a las facultades de dicho instituto.
23.	Oficio 110-03-8331-2019, por medio del cual, la Directora General Adjunta de lo Contencioso de la Secretaría de Economía por el que manifiesta que no cuenta con registro alguno de Fox Latin American Channel LLC, LAPTVM LLC ni NCG Networks Latin America LLC.
DOCUMENTALES PRIVADAS	
Tomando en consideración la naturaleza de las presentes pruebas, se consideran como documentales privadas en términos de los artículos 461, párrafo 3, inciso b), así como 462, párrafos 1 y 3, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.	
1.	Escrito de uno de noviembre de dos mil dieciocho, mediante el cual, Claudia Magaly Palma Encalada, indica que los días veintiséis, veintisiete y veintiocho de abril de dicha anualidad, alrededor de las ocho de la noche, fue cuando se transmitió el video denunciado, asimismo refiere que en su escrito de denuncia aportó las circunstancias de tiempo, modo, lugar y sujetos involucrados en relación al uso indebido de recursos públicos.
2.	Escrito recibido el seis de noviembre de dos mil dieciocho, por el que el representante legal de Cadena Tres I, S. A. de C. V., manifiesta que los días veintiséis, veintisiete y veintiocho de abril del mismo año, se hizo difusión del video relacionado con el documental "Populismo en América" e indica que se trató de una

	labor periodística, que no se realizó contratación alguna al respecto y que no tiene como finalidad promover algún programa en específico.
3.	Escrito de siete de noviembre de dos mil dieciocho, mediante el cual, Claudia Magaly Palma Encalada, manifiesta que el video denunciado se transmitió en el sistema de cable IZZI, asimismo reitera las circunstancias de tiempo, modo y lugar relativos a la supuesta infracción de uso indebido de recursos públicos, mencionadas en su escrito de denuncia.
4.	Escrito de ocho de noviembre de dos mil dieciocho, mediante el cual el representante legal de Cablemás Telecomunicaciones, S. A. de C. V., indica que su representada no tuvo participación alguna en la realización, distribución o difusión de la serie "Populismo en América"; que esta únicamente retransmite la señal generada por el concesionario de televisión abierta y que desconoce los términos de contratación de la difusión y si tal serie accedió a algún fondo gubernamental.
5.	Escrito de ocho de noviembre de dos mil dieciocho, por el cual, Virna Gómez Piña, que la serie "Populismo en América" fue realizada por Piña Digital, S. A. de C. V. y que ella no tuvo participación en su realización ni distribución.
6.	Escrito de ocho de abril de dos mil dieciocho, por el que, el representante legal de Piña Digital, S. de R. L. de C. V., indica que su representada es la responsable de la realización y distribución de la serie denunciada, que esa productora no contrató difusión del mencionado material en televisión y que fue financiada con recursos privados.
7.	Escrito de ocho de noviembre de dos mil dieciocho, por el que, el representante legal de TV Promo, S. A. de C. V., manifiesta que su representada no guarda relación alguna con la realización, producción y/o difusión de la serie denunciada.
8.	Escrito de ocho de noviembre de dos mil dieciocho, por el cual, el representante de TV Promo, S. A. de C. V., manifiesta que su representada no intervino en la producción ni difusión de la serie "Populismo en América", tampoco en la contratación de publicidad para promoverla. También desconoce el origen de los recursos que financiaron su realización.
9.	Escrito de trece de noviembre de dos mil dieciocho, mediante el cual la representante del Partido Revolucionario Institucional ante el Consejo General del Instituto Nacional Electoral, informa que Javier García Mata no figura como militante de ese partido.
10.	Escrito de dieciocho de diciembre de dos mil dieciocho, el representante del Partido del Trabajo, informa que ese partido no tiene ningún tipo de relación alguna con Virna Gómez Piña, Alejandro Quintero Iñiguez, Javier García Mata, Martha Beatriz Bobadilla Sánchez y María Fernanda Zavala Bobadilla.
11.	Escrito de dieciocho de diciembre de dos mil dieciocho, por medio del cual, el representante del Partido de la Revolución Democrática, que manifiesta que no existe información sobre Virna Gómez Piña, Alejandro Quintero Iñiguez, Javier García Mata, Martha Beatriz Bobadilla Sánchez o María Fernanda Zavala Bobadilla en los archivos de ese partido; asimismo, que el mismo partido no participó en de ninguna forma con la serie de televisión "Populismo

	en América” o “Populismo en América Latina”.
12.	Escrito de diecinueve de diciembre de dos mil dieciocho, por el que, el representante de Movimiento Ciudadano, manifiesta que no existe relación alguna de ese partido político con Virna Gómez Piña, Alejandro Quintero Iñiguez, Javier García Mata, Martha Beatriz Bobadilla Sánchez o María Fernanda Zavala Bobadilla; también niega la participación del partido en la producción y difusión de la serie mencionada.
13.	Escrito de diecinueve de diciembre de dos mil dieciocho, mediante el cual, el representante del Partido Verde Ecologista de México, informa que no existe registro alguno de Virna Gómez Piña, Alejandro Quintero Iñiguez, Javier García Mata, Martha Beatriz Bobadilla Sánchez o María Fernanda Zavala Bobadilla en los registros del partido y que el mismo no participó en ninguna forma en relación a la serie en mención.
14.	Escrito de diecinueve de diciembre de dos mil dieciocho, mediante el cual, el representante del Partido Acción Nacional, manifiesta que no existen datos en los registros de ese partido en relación a Virna Gómez Piña, Alejandro Quintero Iñiguez, Javier García Mata, Martha Beatriz Bobadilla Sánchez y María Fernanda Zavala Bobadilla. Asimismo, dice el partido no participó en forma alguna en la producción o publicidad de la serie “Populismo en América” o “Populismo en América Latina”.
15.	Escrito de veinte de diciembre de dos mil dieciocho, mediante el cual, el representante legal de Cadena Tres I, S. A. de C. V., informa las fechas en que el material denunciado se difundió los días veintiséis y veintisiete de abril de dicha anualidad y remite copia de los testigos de grabación respectivos.
16.	Escrito de veinte de diciembre de dos mil dieciocho, mediante el cual, el representante del Partido Revolucionario Institucional, señala que en dicho partido político no existe registro alguno de Virna Gómez Piña, Alejandro Quintero Iñiguez, Javier García Mata, Martha Beatriz Bobadilla Sánchez o María Fernanda Zavala Bobadilla.
17.	Escrito de veintiuno de diciembre de dos mil dieciocho, por el que, el representante legal de Servicios Comerciales Amazon México, S. de R. L. de C. V., por el que realiza diversas manifestaciones similares a las referidas en el escrito que presentó el treinta y uno de agosto de la misma anualidad ante la Junta Local.
18.	Escritos de veintiuno de diciembre de dos mil dieciocho, por los que, la apoderada legal de UMP Cobertura e Imagen en Medios Publicitarios, S. A. de C. V., Martha Beatriz Bobadilla Sánchez y María Fernanda Zabala Bobadilla, respectivamente, señalan, de manera coincidente, que dicha persona moral únicamente prestó servicios profesionales a Piña Digital, S. A. de C. V., como su maquilador, y que su representada no produjo, realizó, distribuyó ni diseño propaganda alguna y hace diversas manifestaciones sobre tal convenio.
19.	Escrito de siete de enero de dos mil diecinueve, mediante el cual, Alejandro Quintero Iñiguez, afirma que no participó en la producción, producción ni distribución de la serie “Populismo en América Latina” o “Populismo en América” y que desconoce el nombre de quienes sí. Asimismo, señala que no fue contratado

	como asesor de ninguna campaña política.
20.	Escrito de quince de enero de dos mil diecinueve, por el cual, el representante legal de Piña Digital, S. de R. L. de C. V., manifiesta que la intención de la estrategia de mercadotecnia y promoción de la serie “Populismo en América Latina” fue la de informar, divulgar y enterar su exhibición para que fuera vista por las teleaudiencias que se inclinan por el género documental y anexó una lista de personas que participaron en la realización de la misma, así como facturas relativas a la producción de la serie. De igual forma, niega la participación gubernamental o de algún partido político.
21.	Escrito de quince de enero de dos mil diecinueve, mediante el cual, Javier García Mata, señala ser el productor de la serie “Populismo en América Latina” y acompaña un “roller” de créditos sobre dicha serie.
22.	Escrito de diecisiete de enero de dos mil diecinueve, por el que, el representante legal de Televisa, S. A. de C. V., informa que Virna Gómez Piña y Alejandro Quintero Iñiguez colaboraron con dicha empresa, sin embargo en fecha actual ninguno tiene relación laboral con la misma, asimismo refiere que su representada no tuvo intervención en la producción y difusión de la serie “Populismo en América Latina”.
23.	Escrito de diecisiete de enero de dos mil diecinueve, mediante el cual, el representante legal de Cablevisión, S. A. de C. V., informa que su representada no tuvo participación alguna en la producción o difusión de la serie relativa, y que la difusión del video denunciado se realizó únicamente como parte de sus obligaciones de retransmisión de señales.
24.	Escrito de veintiocho de enero de dos mil diecinueve, por medio del cual, el apoderado legal de Grupo TV Promo, S. A. de C. V., señala que la relación que la empresa guarda con Virna Gómez Piña es de prestación de servicios profesionales de manera indirecta, a través de la empresa Telepersonal, S.A. de C.V. y que con Javier García Mata no guarda relación. Asimismo, refiere que con la empresa Piña Digital, S. de R.L. se tiene una relación comercial para servicios de creatividad y promoción de campaña publicitaria.
25.	Escrito de veintiocho de enero de dos mil diecinueve, por el que, el representante legal de TV Promo, S. A. de C. V., por el cual indica que la relación que la empresa guarda con Virna Gómez Piña es de prestación de servicios profesionales de manera indirecta, a través de la empresa Telepersonal, S.A. de C.V. y que ni con Javier García Mata ni con la empresa Piña Digital, S. de R.L. guarda relación.
26.	Escrito de uno de febrero de dos mil diecinueve, por el que, el representante legal de Decibel México Servicios de Audio, S. A. de C. V., informa la forma que dicha empresa sólo se concentró en brindar los servicios de locución en relación a la serie “Populismo en América Latina”.
27.	Escrito de cinco de febrero de dos mil diecinueve, por el que, el representante legal de LGN Advertising Group, S. A. de C. V., detalla que su representada sólo prestó servicios publicitarios a través de marketing móvil para el lanzamiento de la serie de referencia.

28.	Escrito de siete de febrero de dos mil diecinueve, mediante el cual, el representante legal de Telepersonal, S. A. de C. V., señala la relación que dicha empresa tiene con TV Promo, S. A. de C. V., Grupo TV Promo, S. A. de C. V. y Virna Gómez Piña a través de prestaciones de servicios profesionales. Asimismo, refiere que no tuvo participación en la producción o difusión de la serie.
29.	Escrito de quince de febrero, por los cuales, el representante legal de Piña Digital, S. de R. L. y Javier García Mata, informan lo siguiente: Que “La División” es el nombre comercial de la empresa citada en primer término, y que Emmanuel Amara y Olga de Orellana Iglesias fueron realizadores, concepción creativa y cinematográfica de la serie “Populismo en América Latina”. Asimismo, refiere que ninguno tuvo relación con la contratación y difusión de publicidad, y que Monica Bolaños Cacho Albarrán únicamente colaboró facilitando la relación comercial con UMP Cobertura e Imagen, S.A. de C.V.
30.	Escrito de quince de febrero de dos mil diecinueve, por el cual el apoderado legal de Grupo TV Promo, S. A. de C. V., afirma que su representada no intervino en la producción o difusión de la serie y señala la relación que la empresa tiene con Mónica Bolaños Cacho Albarrán.
31.	Escrito de quince de febrero de dos mil diecinueve, por el cual el apoderado legal de TV Promo, S. A. de C. V., afirma que su representada no intervino en la producción o difusión de la serie y señala la relación que la empresa tiene con Mónica Bolaños Cacho Albarrán.
32.	Escrito de quince de febrero de dos mil diecinueve, por medio del cual, Alejandro Quintero Iñiguez señala que no prestó servicios de asesoría ni estuvo en el equipo de trabajo de la campaña electoral de José Antonio Meade Kuribreña.
33.	Escrito de quince de febrero de dos mil diecinueve, por el cual, Samuel Derzavich Kahan, indica que trabaja en LGN Advertising Group, S. A. de C. V., que como persona física no realizó actividad alguna relacionada con la serie “Populismo en América” o “Populismo en América Latina”, que trabajó en Grupo Televisa y que no guarda relación alguna con Alejandro Quintero Iñiguez.
34.	Escrito de quince de febrero de dos mil diecinueve, mediante el cual, el representante legal de LGN Advertising Group, S. A. de C. V., manifiesta que no guarda relación alguna con Alejandro Quintero Iñiguez y que Samuel Derzavich Kahan es director general de su representada ⁶⁵ .
35.	Escrito de dieciocho de febrero de dos mil diecinueve, por el cual, Alejandra Sota Mirafuentes informa que participó en el equipo de campaña de José Antonio Meade Kuribreña como “Asesora de Comunicación”. Asimismo, que no tuvo participación alguna en la producción, distribución o difusión de la serie mencionada.
36.	Escrito de dieciocho de febrero por el cual, el representante legal de Corporación Novavisión, S. de R. L. de C. V., señala que dicha empresa no tuvo participación alguna en la producción o distribución de la serie en mención e indica a la persona moral

⁶⁵ Cabe precisar que si bien dicho escrito no se aprecia firmado por el promovente, su contenido fue posteriormente ratificado por el mismo.

	responsable del contenido retransmitido por su representada, y que la fecha en la cual se advirtió la transmisión de la propaganda denunciada fueron uno, dos y tres de mayo de dicha anualidad.
37.	Escrito de dieciocho de febrero de dos mil diecinueve, por medio del cual, el representante de José Antonio Meade Kuribreña informa que Alejandra Sota Mirafuentes fungió como asesora en materia de comunicación en el equipo de campaña de su representado, así como las funciones que llevó a cabo, que Alejandro Quintero Iñiguez no estuvo en el equipo de trabajo del otrora candidato, que su representado no contrató servicios de Integra Metas Estratégicas, S. A. de C. V. y que tampoco participó en la realización o difusión de la serie "Populismo en América Latina".
38.	Escritos de dieciocho de febrero de dos mil diecinueve, por los cuales los representantes de Cablemás Telecomunicaciones, S. A. de C. V. y Cablevisión, S.A. de C.V., respectivamente, indican al programador responsable de algunos canales, y su domicilio, manifiestan que sus representadas no transmitieron la pauta comercial de la indagatoria respectiva ni tuvo participación alguna o promocionó la serie en mención y que la empresa que representa no cuenta con los testigos de grabación solicitados y que la fecha en la cual se advirtió la transmisión de la propaganda denunciada fueron uno, dos y tres de mayo de dicha anualidad..
39.	Escrito de veintiséis de febrero de dos mil diecinueve, por el que Mónica Bolaños Cacho Albarrán, hace de conocimiento que, en su momento, únicamente apoyó a Piña Digital, S. de R. L. de C. V. a realizar gestiones para la contratación de publicidad en el transporte público con la diversa empresa UMP Cobertura e Imagen en Medios Publicitarios, S.A. de C.V. Asimismo refiere que no laboró para Piña Digital, S. de R.L., y que presta servicios profesionales con la empresa Telepersonal, S.A. de C.V.
40.	Escrito de veinticinco de febrero de dos mil diecinueve, mediante el cual, el apoderado legal de Integra Metas Estratégicas, S. A. de C. V., por el que indica que su representada no colaboró con José Antonio Meade Kuribreña durante su campaña presidencial ni en la producción o difusión de la serie en cuestión.
41.	Escrito de veintiséis de febrero de dos mil diecinueve, por el cual, el apoderado legal de Fox Internacional Channels México, S. de R. L. de C. V., indica que desconoce la existencia de una persona moral llamada Dirección Afiliados Fox México, y que el requerimiento formulado por la autoridad instructora no está dirigido a su representada.
42.	Escrito de primero de marzo de dos mil diecinueve, por el cual, el apoderado legal de Fox Internacional Channels México, S. de R. L. de C. V., por el cual indica que su representada no administra ni opera ciertos canales, que no ordenó la difusión de publicidad sobre la serie en mención, que no contrató a un tercero para efectos de lo anterior y que no cuenta con los testigos de grabación solicitados.
43.	Escrito de ocho de mayo de dos mil diecinueve, por el cual, Claudia Magaly Palma Encalada informa que el material denunciado fue visto en directo por el canal National Geographic, y cuyo contenido promovía la serie "Populismo en América Latina", ya similar a la que se denunció en camiones.

44.	Escritos de nueve de mayo de dos mil diecinueve, mediante los cuales, los representantes de Cablevisión, S. A. de C. V. y Cablemás Telecomunicaciones, S. A. de C. V., respectivamente, por los que informan los días en que su representada detectó una especie de pleca con el contenido denunciado, y que no cuenta con los testigos de grabación requeridos, asimismo proporcionan el contenido a que hacen referencia.
45.	Escrito de nueve de mayo de dos mil diecinueve, por medio del cual, el apoderado legal de Fox International Channels México, S. de R. L. de C. V., informa que esa compañía no opera los canales de NatGeo o National Geographic ni ha entablado negociaciones con Piña Digital, S. de R. L. de C. V., para la transmisión de la serie denunciada.
46.	Escrito de nueve de mayo de dos mil diecinueve, por el que el representante legal de Corporación Novavisión, S. de R. L. de C. V., por el que informa que no cuenta con los testigos de grabación del material identificado que se transmitió los días uno, dos y tres de mayo de dicha anualidad.
47.	Escrito de trece de mayo de dos mil diecinueve, por medio del cual, Mónica Bolaños Cacho Albarrán manifiesta que no laboró ni prestó servicio alguno para Piña Digital, S. de R. L. de C. V., y que su relación se limitó a gestionar propaganda para camiones entre dicha empresa y UMP Cobertura e Imagen en Medios Publicitarios, S.A. de C.V..
48.	Escrito de trece de mayo de dos mil diecinueve, por el cual, el representante legal de Piña Digital, S. de R. L. de C. V., p indica que él mismo fue el encargado de la creación de elementos gráficos de la serie denunciada, que no se contrataron los servicios de Mónica Bolaños Cacho Albarrán ni de Telepersonal, S. A. de C. V., Grupo TV Promo, S. A. de C. V., y/o TV Promo, S. A. de C. V., ni de señal radiodifundida o de televisión restringida alguna para la publicidad en transporte público de la Ciudad de México.
49.	Escrito de trece de mayo de dos mil diecinueve, por medio del cual, Javier García Mata, realiza manifestaciones en los mismos términos a los referidos en el punto que antecede.
50.	Escrito de trece de mayo de dos mil diecinueve, por medio del cual, la apoderada legal de UMP Cobertura e Imagen en Medios Publicitarios, S. A. de C. V., refiere que la contratación relativa a la publicidad de la serie "Populismo en América Latina" se realizó por 100 unidades de transporte público, y proporciona los datos relativos a dichas unidades.
51.	Escritos de veinticuatro de mayo de dos mil diecinueve, mediante los cuales, los representantes de Cablemás Telecomunicaciones, S. A. de C. V. y Cablevisión, S. A. de C. V., precisan, de manera coincidente, el sentido de la palabra 'pleca' e indica dónde obtuvo la imagen relacionada con la serie y declara que no cuenta con el soporte documental correspondiente; indica también quién le proporcionó el contenido difundido y dónde se apreció tal material.
52.	Escrito de veintitrés de mayo de dos mil diecinueve, por el cual, el representante legal de Corporación Novavisión, S. de R. L. de C. V., indica que no cuenta con los testigos de grabación y señala los canales en que fueron difundidos los anuncios comerciales alusivos a la serie.

53.	Escrito de veintitrés de mayo de dos mil diecinueve, por el cual, el Director General y apoderado legal de Auditsa, describe en qué consiste el servicio de monitoreo que realizó y manifiesta que no se encuentra información en su base de datos sobre la serie relativa.
54.	Escrito de veintisiete de mayo de dos mil diecisiete, a través del cual, el representante legal de Piña Digital, S. de R. L. de C. V., manifiesta que su representada no estuvo en ninguna negociación con las empresas FOX INTERNATIONAL CAHNNELS MÉXICO, S. DE R.L. DE C.V., FOX LATIN AMERICAN CHANNEL LLC, LAPTV LLC, NGC NETWORKS LATIN AMERICA LLC.
55.	Escrito de tres de junio de dos mil diecinueve, por medio del cual, el apoderado legal de Fox International Channels México, S. de R. L. de C. V., indica que Fox Latin American Channel LLC y LAPTV LLC detentan partes sociales del capital de su representada y que la misma efectúa actividades de mercadotecnia con ellas. Agrega que tales personas no cuentan con domicilio ni representación en los Estados Unidos Mexicanos.
56.	Escrito de diez de junio de dos mil diecinueve, a través del cual, el Director General de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión, aporta elementos de definición respecto a las plecas, así como de sus modalidades de comercialización e inserción en señales de televisión abierta.

III. Pruebas aportadas en la audiencia

DOCUMENTALES PRIVADAS	
	Tomando en consideración la naturaleza de las presentes pruebas, se consideran como documentales privadas en términos de los artículos 461, párrafo 3, inciso b), así como 462, párrafos 1 y 3, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.
1.	Reporte de programación aportado por el representante legal de FOX International Channels México, S. DE R.L. DE C.V., relativo a la programación difundida en los canales National Geographic y NATGEO Wild los días uno, dos y tres de mayo de dos mil diecinueve.

VOTO PARTICULAR

EXPEDIENTE: SRE-PSL-41/2018

MAGISTRADA: Gabriela Villafuerte Coello

Este asunto se remitió, por la mayoría (3 de mayo), a la Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral del INE; los hallazgos de las investigaciones me permiten reiterar y

reforzar mi postura.

Para mí la sentencia

debe ser así:

“PROCEDIMIENTO ESPECIAL SANCIONADOR

EXPEDIENTE: SRE-PSL-41/2018

PROMOVENTE: MORENA y otros

INVOLUCRADO: Piña Digital, S. de R.L. de C.V. y otros

MAGISTRADA: Gabriela Villafuerte Coello

PROYECTISTA: Alejandro Félix González Pérez

COLABORÓ: Nancy Domínguez Hernández

Ciudad de México, a cinco de julio de dos mil diecinueve.

La Sala Regional Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación dicta la siguiente **SENTENCIA**:

ANTECEDENTES

I. Proceso Electoral Federal 2017-2018.

1. El proceso electoral 2017-2018, donde se renovaron las y los integrantes del Congreso de la Unión (*Diputaciones Federales y Senadurías*) y la Presidencia de la República, se llevó a cabo en las siguientes etapas:

a) **Precampaña:** Del 14 de diciembre de 2017 al 11 de febrero de 2018⁶⁶.

b) **Campaña:** Del 30 de marzo al 27 de junio.

c) **Día de la elección:** 1 de julio.

II. Procedimiento Especial Sancionador por colocación de propaganda en camiones.

1. Queja.

2. El 28 de abril, MORENA presentó queja⁶⁷ ante la Junta Local Ejecutiva del Instituto Nacional Electoral (*INE*) en la Ciudad de México⁶⁸, contra quien resultara responsable, por la colocación de propaganda en camiones del servicio público de la Ciudad de México, relativa a la serie “*Populismo en América Latina*”, donde supuestamente se afectaba la imagen de Andrés Manuel López Obrador, entonces candidato a la presidencia de la República, al relacionarlo con diversos líderes populistas.

2. Primer sentencia.

3. El 21 de junio, esta Sala Especializada dictó sentencia en el expediente SRE-PSL-41/2018, donde determinó la inexistencia de la conducta porque la propaganda no tenía naturaleza electoral.

3. Primer recurso de revisión.

4. Inconforme, MORENA interpuso recurso de revisión del procedimiento especial sancionador (*REP*) ante la Sala Superior de este Tribunal Electoral, al que le correspondió la clave SUP-REP-431/2018.
5. El 30 de junio, la Sala Superior **revocó** la sentencia:

*“ÚNICO. Se **revoca** la sentencia recurrida, para los efectos precisados en esta ejecutoria.”*

4. Segunda sentencia SRE-PSL-41/2018.

⁶⁶ Las fechas que se mencionen corresponden a 2018, salvo manifestación expresa.

⁶⁷ A través de su representante propietario ante el Consejo General del INE. La queja se remitió a la Junta local el 29 de abril.

⁶⁸ En adelante junta local.

6. En cumplimiento, se remitió el expediente a la junta local para que llevara a cabo mayores diligencias de investigación⁶⁹.
7. El 9 de noviembre este órgano jurisdiccional emitió una segunda sentencia, donde determinó la inexistencia porque la propaganda no tenía tintes electorales.

5. Segundo recurso de revisión.

8. El 14 de noviembre, el Partido Acción Nacional⁷⁰ (*PAN*) interpuso REP, al que le correspondió la clave **SUP-REP-717/2018**.

III. Procedimiento Especial Sancionador por promocionales en televisión.

1. Queja.

9. El 26 de octubre, Claudia Magaly Palma Encalada, por su propio derecho, presentó queja ante la Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral del INE (*UTCE*), contra el Partido Revolucionario Institucional (*PR*I); Piña Digital, S. de R.L. de C.V.; T.V. Promo, S.A. de C.V.; Alejandro Quintero Íñiguez; Javier García Mata; Virna Gómez Piña; Cadena Tres I, S.A. de C.V.; Imagen Televisión; Canal 3.1 de Televisión Abierta; Cablevisión S.A. de C.V.; y Cablemás Telecomunicaciones S.A. de C.V. (sistema de televisión restringida IZZI).
10. Por un spot de TV para promover la serie "*Populismo en América Latina*", el 26, 27 y 28 abril, en los canales 3.1 de Imagen Televisión y Cablevisión; 03 y 703 de IZZI⁷¹, porque mostró a Andrés Manuel López Obrador (cuando era candidato) como un líder populista y lo calificó como "*el redentor furioso*"; por eso, cometieron:
 - Contratación o adquisición de tiempo en televisión.
 - Uso de recursos públicos con fines políticos.
 - Gastos de campaña no reportados por el PRI.
 - Aportaciones de entes mercantiles a una campaña electoral.

⁶⁹ Mediante acuerdo de sala de 5 de julio, donde se requirió información a los partidos políticos Revolucionario Institucional, Verde Ecologista de México, Acción Nacional, de la Revolución Democrática, Nueva Alianza, Movimiento Ciudadano, del Trabajo, Encuentro Social.

⁷⁰ A través de su representación ante el Consejo General del INE.

⁷¹ Cablemás Telecomunicaciones, S.A. de C.V.

2. Desechamiento.

11. El 15 de noviembre, la UTCE desechó la queja porque no había elementos sobre la existencia de la conducta⁷².

3. Recurso de revisión.

12. En su contra, Claudia Magaly Palma Encalada, como representante propietaria del PAN en Coahuila interpuso REP, al que correspondió la clave **SUP-REP-720/2018**⁷³.

IV. Resolución SUP-REP-717/2018 y SUP-REP-720/2018 acumulados.

13. El 13 de diciembre, la Sala Superior determinó:
- La acumulación.
 - Revocar la sentencia del SRE-PSL-41/2018 para realizar mayores diligencias de investigación.
 - Revocar el desechamiento; así:

“... EFECTOS DE LA SENTENCIA

Por lo anterior, debe revocarse la sentencia y el acuerdo impugnados, para que la UTCE realice las diligencias necesarias para tener certeza sobre quién contrató la publicidad denunciada, los términos y condiciones en que se llevó a cabo la difusión de propaganda; y en su caso, si alguno de los partidos políticos participantes en los procesos electorales locales o federales intervinieron en la propaganda.

Una vez realizadas las diligencias indicadas, deberá ordenar el emplazamiento de todos los sujetos involucrados al procedimiento y celebrar la audiencia correspondiente, para su posterior remisión del expediente a la Sala Especializada a fin de que emita una resolución, donde tome en consideración todos los elementos probatorios y determine si existió alguna infracción a la normativa electoral.”

V. Actuaciones en la Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral.

14. El 17 de diciembre, la UTCE ordenó acumular el expediente SRE-PSL-41/2018 (propaganda en camiones) a la queja UT/SCG/PE/CMPE/CG/442/2018 (promocionales en televisión) y realizar diversas diligencias de investigación.

1. Ampliación de la queja.

15. El 11 de febrero de 2019, la representante del PAN en Coahuila, amplió su queja⁷⁴ porque hubo una estrategia publicitaria planeada por personas

⁷² En este acuerdo, la UTCE dio vista a la Unidad Técnica de Fiscalización por las conductas consistentes en gastos no reportados y aportaciones de entes mercantiles a una campaña electoral.

⁷³ Recurso que se acumuló al diverso SUP-REP-717/2018 (el de propaganda en camiones).

físicas y morales cercanas al PRI, consistente en la difusión de *teasers* (formato de publicidad de un producto), en *National Geographic Partners*, como parte de una campaña contra Andrés Manuel López Obrador, para beneficiar al entonces candidato a la presidencia de la República, José Antonio Meade Kuribreña.

2. Diferimiento de audiencia.

16. Mediante acuerdo de 14 de marzo de 2019, la autoridad instructora difirió la audiencia para requerir a la Unidad de Inteligencia Financiera de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (*UIF*), mayores elementos de prueba que permitieran a este órgano jurisdiccional resolver el fondo del asunto.

VI. Retorno del expediente

17. En sesión pública de 3 de mayo, la mayoría de las magistraturas rechazaron el proyecto que sometió a su consideración la Magistrada Gabriela Villafuerte Coello y se determinó retornar el expediente a la ponencia del Magistrado en funciones, Carlos Hernández Toledo.
18. En la misma fecha, la mayoría dictó Acuerdo de Sala con la finalidad de regresar el expediente a la Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral del INE para que se realizaran mayores diligencias de investigación.

VII. Audiencia⁷⁵.

19. La UTCE ordenó emplazar a las partes a la audiencia de pruebas y alegatos; ésta se celebró el 21 de junio de 2019.

VIII. Nuevo trámite en Sala Especializada

1. Remisión del expediente.

⁷⁴ En contra del PRI; José Antonio Meade Kuribreña; National Geographic Partners LLC; Mónica Bolaños Cacho Albarrán; Samuel Derzavich Kahan; LGN Advertising Group S.A. de C.V.; Alejandra Sota Mirafuentes e Integra Metas Estratégicas, S.A. de C.V.

⁷⁵ Si bien el representante legal de Cadena Tres I, S.A. de C.V. (hoja 6315 del accesorio 10), señaló que el acuerdo de emplazamiento se notificó de manera indebida, porque la persona notificadora no se cercioró que se encontrara en el domicilio correcto, lo cierto es que esa deficiencia se convalidó con su comparecencia a la audiencia.

20. En su oportunidad, se recibió en la Oficialía de Partes de esta Sala Especializada el expediente y el informe circunstanciado respectivo.

2. Turno.

21. Se recibió el expediente; revisó su integración⁷⁶ y la Magistrada Presidenta por Ministerio de Ley lo turnó al Magistrado en funciones, Carlos Hernández Toledo, con clave **SRE-PSL-41/2018**.

CONSIDERACIONES:

PRIMERA. Facultad para conocer del caso.

22. Esta Sala Especializada es competente (*tiene facultad*) para resolver el procedimiento especial sancionador, porque el asunto tiene que ver con la difusión de propaganda alusiva a la serie *“Populismo en América Latina”* - en camiones de transporte público y promocional de televisión abierta y restringida-, que relacionó al entonces candidato a la presidencia de la República, Andrés Manuel López Obrador⁷⁷.

SEGUNDA. Cuestión previa.

23. Como vimos, el 14 de marzo de 2019, la UTCE difirió la audiencia para requerir mayores elementos de prueba, esto, porque en la conferencia de prensa matutina de ese día, el titular de la UIF informó sobre la existencia de una investigación que tiene relación con el asunto que nos ocupa.
24. En respuesta, la UIF aportó las pruebas que recabó conforme a sus atribuciones y señaló que tales documentos eran información clasificada como reservada y confidencial acorde a los artículos 110, fracciones I, IV, VII y 113, fracciones I y II de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública, que dicen:

“Artículo 110. *Conforme a lo dispuesto por el artículo 113 de la Ley General, como información reservada podrá clasificarse aquella cuya publicación:*

I. *Comprometa la seguridad nacional, la seguridad pública o la defensa nacional y cuente con un propósito genuino y un efecto demostrable...*

⁷⁶ Por parte de la Unidad Especializada para la integración de los Expedientes de los Procedimientos Especiales Sancionadores de esta Sala Especializada.

⁷⁷ Artículos 41, base III, Apartado A y 99, párrafo cuarto, fracción IX, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 470, 476 y 477 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.

IV. Pueda afectar la efectividad de las medidas adoptadas en relación con las políticas en materia monetaria, cambiaria o del sistema financiero del país; pueda poner en riesgo la estabilidad de las instituciones financieras susceptibles de ser consideradas de riesgo sistémico o del sistema financiero del país, pueda comprometer la seguridad en la provisión de moneda nacional al país, o pueda incrementar el costo de operaciones financieras que realicen los sujetos obligados del sector público federal...

VII. Obstruya la prevención o persecución de los delitos..."

“Artículo 113. Se considera información confidencial:

I. La que contiene datos personales concernientes a una persona física identificada o identificable;

II. Los secretos bancario, fiduciario, industrial, comercial, fiscal, bursátil y postal, cuya titularidad corresponda a particulares, sujetos de derecho internacional o a sujetos obligados cuando no involucren el ejercicio de recursos públicos..."

25. Citó también el Convenio de Colaboración entre el INE y la UIF de 15 de abril de 2015, donde acordaron la implementación de acciones entre las partes a fin de garantizar el óptimo y oportuno intercambio de información, que por razón de sus funciones posean.

26. Enfatizó que la documentación, era en su totalidad de carácter **estrictamente confidencial** y sujeta al artículo 218 del Código Nacional de Procedimientos Penales, que dice:

“Artículo 218. Reserva de los actos de investigación

En la investigación inicial, los registros de ésta, así como todos los documentos, independientemente de su contenido o naturaleza, los objetos, los registros de voz e imágenes o cosas que le estén relacionados, son estrictamente reservados. El imputado y su Defensor podrán tener acceso a ellos cuando se encuentre detenido, o sea citado para comparecer como imputado, y se pretenda recibir su entrevista. A partir de este momento ya no podrán mantenerse en reserva los registros para no afectar el derecho de defensa del imputado.

En ningún caso la reserva de los registros podrá hacerse valer una vez dictado el auto de vinculación a proceso, salvo lo previsto en este Código o en las leyes especiales.”

27. Al respecto, esta Sala Especializada considera importante retomar la interpretación del Pleno de la Suprema Corte de Justicia de la Nación⁷⁸, donde señaló que, por regla general, el contenido de las averiguaciones previas debe reservarse, porque la difusión de la información incluida en ellas, podría afectar gravemente la persecución de delitos y al sistema de impartición de justicia.

28. Sin embargo, la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública prevé como excepción, para desclasificar la documentación, los casos en que se investiguen violaciones graves a derechos humanos o

⁷⁸ Al resolver el Amparo en Revisión 453/2015.

delitos de lesa humanidad; en los que el interés público de mantener la averiguación previa en reserva, se ve superado por el interés de la ciudadanía de conocer todas las diligencias que se realicen para la oportuna investigación, detención, juicio y sanción correspondiente.

29. Además, el artículo 99 de la mencionada Ley de Transparencia señala:
- “Artículo 99.** *Los documentos clasificados como reservados serán desclasificados cuando:*
- I. Se extingan las causas que dieron origen a su clasificación;*
- II. Expire el plazo de clasificación;*
- III. Exista resolución de una autoridad competente que determine que existe una causa de interés público que prevalece sobre la reserva de la información;**
- IV. El Comité de Transparencia considere pertinente la desclasificación, de conformidad con lo señalado en el presente Título, y*
- V. Se trate de información que esté relacionada con violaciones graves a derechos humanos o delitos de lesa humanidad.**
- La información clasificada como reservada, según el artículo 110 de esta Ley, podrá permanecer con tal carácter hasta por un periodo de cinco años. El periodo de reserva correrá a partir de la fecha en que se clasifica el Documento.”*
30. Este órgano jurisdiccional estima que para el uso de la documentación que aportó la UIF, como versa sobre el posible uso de recursos de procedencia ilícita, sería indispensable su desclasificación de confidencial a pública, aspecto que no compete a esta Sala Especializada.
31. Lo anterior, porque la propia Suprema Corte de Justicia de la Nación determinó⁷⁹ que para efectos del acceso a los datos contenidos en una averiguación previa o investigación, al interpretar las particularidades del último párrafo del artículo 14 de la entonces Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental⁸⁰, corresponde pronunciarse al Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos (IFAI)⁸¹.
32. El artículo 14 señalaba: *“No podrá invocarse el carácter de reservado cuando se trate de la investigación de violaciones graves de derechos fundamentales o delitos de lesa humanidad”.*

⁷⁹ Al resolver el Amparo en Revisión 661/2014 y 453/2015, el 4 de abril de 2019.

⁸⁰ Ahora Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

⁸¹ Ahora Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI).

33. Primero, porque la autoridad o entidad que posee la información de manera originaria, conforme a su criterio, es quien determina su clasificación de reservada o confidencial.
34. A partir de ello, conforme a la interpretación que realizó el máximo tribunal del país, corresponde al ahora Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (*INAI*), a través del recurso de revisión, analizar la legalidad de esa determinación y en su caso, si tal información puede desclasificarse, porque la autoridad competente determine que hay una causa de interés público que prevalece sobre la reserva de la información o porque se trate de información que esté relacionada con violaciones graves a derechos humanos o delitos de lesa humanidad; declarar su publicidad.

TERCERA. Causales de improcedencia.

35. Al comparecer a la audiencia de pruebas y alegatos, los partidos Verde Ecologista de México (*PVEM*) y de la Revolución Democrática (*PRD*), solicitaron desechar la queja toda vez que no tuvieron participación en los hechos que se denuncian.
36. En la queja se precisaron los hechos y se aportaron las pruebas, aspectos que se estudian en el fondo.
37. El representante legal de Fox International Channels México, S. de R.L. de C.V. hizo valer la improcedencia del procedimiento por la indebida motivación y fundamentación del acuerdo de emplazamiento, ya que se le llamó a juicio aun cuando no se le denunció.
38. Durante el trámite del procedimiento especial sancionador, la autoridad advirtió su probable participación en los hechos; por eso lo emplazó a la audiencia de pruebas y alegatos, actuar que es válido por la interpretación jurisprudencial de Sala Superior⁸².

⁸² Véase la jurisprudencia 17/2011 de rubro: “*PROCEDIMIENTO ESPECIAL SANCIONADOR. SI DURANTE SU TRÁMITE, EL SECRETARIO EJECUTIVO DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL, ADVIERTE LA PARTICIPACIÓN DE OTROS SUJETOS, DEBE EMPLAZAR A TODOS*”.

39. El representante de la Unión de Permisarios de Transporte Colectivo Ruta 25, A.C., señaló que hay cosa juzgada, toda vez que en sentencia SRE-PSL-41/2018 de 9 de noviembre de 2018, esta Sala Especializada determinó la inexistencia de la conducta.
40. Cabe mencionar que esa sentencia se impugnó ante la Sala Superior (SUP-REP-171/2018 y acumulados); quien determinó revocarla para mayores diligencias de investigación; por tanto, la resolución de esta Sala Especializada no quedó firme.
41. Al comparecer a la audiencia de pruebas y alegatos⁸³, el apoderado legal de Servicios Comerciales Amazon México, S. de R.L. de C.V. (*Amazon*), señaló la improcedencia del procedimiento especial sancionador, toda vez que se le emplazó sin ser parte denunciada, además que la controversia se centra en la colocación de propaganda en camiones y televisión abierta y restringida, aspecto que no se relaciona con dicha plataforma digital.
42. Esta Sala Especializada considera que no le asiste razón porque la autoridad, en uso de su facultad investigadora, puede emplazar a todas las partes que pudieran tener alguna participación⁸⁴, sin prejuzgar sobre su responsabilidad, y ya será materia del estudio de fondo determinar si las conductas denunciadas tienen relación o no con las actividades que desarrolla dicha plataforma digital.

CUARTA. Objeción de pruebas.

43. José Antonio Meade Kuribreña objetó las pruebas en cuanto a su alcance y valor probatorio, porque de ellas no se desprende su participación en los hechos.
44. La objeción es genérica, por tanto, no es factible darle curso a esta pretensión.

⁸³ Que se llevó a cabo el 21 de junio de 2019. Ver hojas 6423 a 6436 del accesorio 10.

⁸⁴ Jurisprudencia 17/2011 de rubro: PROCEDIMIENTO ESPECIAL SANCIONADOR. SI DURANTE SU TRÁMITE, EL SECRETARIO EJECUTIVO DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL, ADVIERTE LA PARTICIPACIÓN DE OTROS SUJETOS, DEBE EMPLAZAR A TODOS.

QUINTA. Acusaciones y defensas.

45. **Queja 1.** MORENA denunció la colocación de propaganda en **camiones de transporte público** de la Ciudad de México, de la serie “*Populismo en América Latina*”, publicidad que afectó la imagen de su entonces candidato a la presidencia de la República, Andrés Manuel López Obrador, por relacionarlo con diversos líderes populistas (calumnia).
46. **Queja 2.** Claudia Magaly Palma Encalada presentó queja⁸⁵ por un promocional de la serie “*Populismo en América Latina*” que se vio en diversos canales de televisión (abierta y restringida), sin precisar: empresa, cadena televisiva, fechas y horarios; que en su opinión, era propaganda electoral disfrazada.
47. Dijo que los anuncios de los camiones de transporte público de la Ciudad de México y la compraventa de espacios en televisión a nivel nacional, era una campaña artificiosa para afectar la imagen del entonces candidato presidencial, Andrés Manuel López Obrador.

Ampliación de la queja.

48. Claudia Magaly Palma Encalada, aquí en calidad de representante propietaria del PAN en Coahuila, se quejó de lo que llamó *estrategia publicitaria planeada* por personas físicas y morales⁸⁶ cercanas al PRI, por la difusión de *teasers* (formato de publicidad de un producto), para desprestigiar a Andrés Manuel López Obrador y beneficiar a su entonces candidato a la presidencia de la República, José Antonio Meade Kuribreña.

Defensas.

49. A continuación, se describirán las defensas de todas las partes que se emplazaron, por la supuesta participación en los hechos.

⁸⁵ Contra el PRI; Piña Digital, S. de R.L. de C.V.; T.V. Promo, S.A. de C.V.; Alejandro Quintero Íñiguez; Javier García Mata; Virna Gómez Piña; Cadena Tres I, S.A. de C.V.; Imagen Televisión; Canal 3.1 de Televisión Abierta; Cablevisión S.A. de C.V.; y Cablemás Telecomunicaciones S.A. de C.V. (sistema de televisión restringida IZZI).

⁸⁶ LGN ADVERTISING GROUP, S.A. DE C.V.; Grupo TV Pomo, S.A. de C.V.; T.V. Promo, S.A. de C.V.; Alejandra Sota Mirafuentes; Integra Metas Estratégicas, S.A. de C.V. y José Antonio Meade Kuribreña.

50. Para ello, se aplicará una metodología de agrupación acorde a la similitud de los argumentos que plantearon al comparecer a la audiencia de pruebas y alegatos.
51. **Grupo 1.** Por tener relación con la empresa Piña Digital, S. de R.L. de C.V. (*Piña Digital*).

Parte denunciada	Defensa
Javier García Mata ⁸⁷	<ul style="list-style-type: none"> • Javier García Mata es el realizador y productor ejecutivo de la serie-documental “<i>Populismo en América Latina</i>”. • La serie se realizó por PIÑA DIGITAL, S. de R.L. de C.V. • La realización y producción de la serie se financió con recursos privados. • No hubo aportación de algún fondo gubernamental o recurso público.
Piña Digital S. de R.L. de C.V. ⁸⁸ (a través de su representante legal Javier García Mata) <i>La División</i> es el nombre comercial de Piña Digital	
Virna ⁸⁹ Gómez Piña ⁹⁰ (accionista de Piña Digital y Directora General de Mercadotecnia en la empresa Telepersonal, S.A. de C.V.)	

52. **Grupo 2.** Propaganda en camiones.

Parte denunciada	Defensa
Guillermina Pineda Salgado ⁹¹ (dueña del camión con número 0800097)	<ul style="list-style-type: none"> • Negó cualquier intervención en la colocación de propaganda en camiones.
José Brígido Otero Hernández ⁹² y	<ul style="list-style-type: none"> • No contrataron la difusión de la propaganda en TV ni de la serie.

⁸⁷ Consultar en hojas 4476 a 4480, accesorio 8.

⁸⁸ Consultar en hojas 4471 a 4474, accesorio 8.

⁸⁹ Consultar en hojas 5385 a 5388, accesorio 9.

⁹⁰ Quien se denunció por el vínculo matrimonial con Javier García Mata y, a su vez, porque trabajó con Alejandro Quintero Íñiguez, quien se afirmó, financió el documental.

⁹¹ Consultar en hojas 5176 y 5177, accesorio 9

⁹² Consultar en hojas 4582 a 4590, accesorio 8.

Parte denunciada	Defensa
Jessica Otero Mejía ⁹³ (responsables del camión 0800097)	<ul style="list-style-type: none"> No tienen relación con el productor o casa productora de la serie.
UMP Cobertura e Imagen en Medios Publicitarios, S.A. de C.V. ⁹⁴	<ul style="list-style-type: none"> Prestó sus servicios a Piña Digital para la elaboración de propaganda de los camiones de transporte público. No tiene responsabilidad intelectual, gráfica, producción, realización, distribución de la propaganda relacionada con la serie "Populismo en América Latina".
Mónica Bolaños Cacho Albarrán ⁹⁵ (Trabajadora de la empresa Telepersonal, S.A. de C.V)	<ul style="list-style-type: none"> Únicamente apoyó a Piña Digital, S. de R.L. para contratar la publicidad con UMP Cobertura.
Representante de la Unión de Permisarios de transporte Colectivo, Ruta 25, A.C. ⁹⁶ .	<ul style="list-style-type: none"> No participó en la difusión de publicidad en televisión. Cada concesionario de la ruta es responsable directo de alquilar sus unidades para la colocación de la publicidad.

53. **Grupo 3. Amazon Prime Video.**

Parte denunciada	Defensa
Servicios Comerciales Amazon México, S. de R.L. de C.V. ⁹⁷	<ul style="list-style-type: none"> La serie "<i>Populismo en América Latina</i>" se distribuyó en Prime Video, a través del Prime Video Direct (PVD), donde se requiere a los propios distribuidores que se aseguren que el contenido y las promociones respectivas cumplan con las leyes aplicables. Bajo los términos y condiciones estandarizados PVD, un auto-publicante puede cambiar el método de explotación y el periodo de distribución en cualquier momento. Amazon no colocó la propaganda en transporte público. No utilizó recurso público para la realización o promoción de la serie.

⁹³ Consultar en hojas 4591 a 4599, accesorio 8.

⁹⁴ Consultar en hojas 4536 a 4538, accesorio 8.

⁹⁵ Consultar en hojas 5239 a 5268, accesorio 9.

⁹⁶ Consultar en hojas 5173 a 5175, accesorio 9.

⁹⁷ Consultar en hojas 4562 a 4566, accesorio 8.

	<ul style="list-style-type: none"> • La serie se subió a la plataforma el 25 de junio de 2018.
--	---

54. **Grupo 4.** Por relacionarse con Alejandro Quintero Íñiguez⁹⁸.

Parte denunciada	Defensa
Alejandro Quintero Íñiguez ⁹⁹	<ul style="list-style-type: none"> • Grupo TV Promo y TV Promo tienen relación indirecta con Virna Gómez Piña. • Esta se limita a la prestación de servicios profesionales a través de la empresa Telepersonal, S.A. de C.V.
Grupo T.V. Promo, S.A. de C.V. ¹⁰⁰ (cuyo accionista mayoritario es Alejandro Quintero)	<ul style="list-style-type: none"> • No intervino en la producción o difusión de la serie "Populismo", ni en la contratación de publicidad en televisión u otro medio. • Es una empresa de comunicación, mercadotecnia y medios, que tiene como objeto realizar toda clase de actividades relacionadas con publicidad y campañas publicitarias en distintos medios de comunicación. • Desconoce el origen de los recursos que financiaron la serie, pues se trata de hechos ajenos.
TV Promo, S.A. de C.V. ¹⁰¹ . (cuyo accionista mayoritario es Alejandro Quintero)	<ul style="list-style-type: none"> • No participó, directa o indirectamente en los hechos. • No hay simulación entre el entonces candidato, partido político alguno y su empresa, toda vez que no tuvo relación en la contratación del video promocional.
Telepersonal, S.A. de C.V. ¹⁰² (empresa que brinda servicios de apoyo para reclutar, seleccionar y contratar personal, entre otras)	<ul style="list-style-type: none"> • No participó en la producción, realización, distribución y promoción de la serie. • TV Promo S.A. de C.V. es accionista de Telepersonal. • La relación con Grupo T.V. Promo es como prestadora de servicios profesionales para la selección, administración y proveer recursos humanos en favor de esa empresa.

55. **Grupo 5.** Televisoras restringidas.

Parte denunciada	Defensa
------------------	---------

⁹⁸ Quien se denunció por su posible relación con José Antonio Meade Kuribreña, como asesor de campaña.

⁹⁹ Consultar en hojas 5269 a 5272, accesorio 9.

¹⁰⁰ Consultar en hojas 5276 a 5278, accesorio 9.

¹⁰¹ Consultar en hojas 5273 a 5275, accesorio 9.

¹⁰² Consultar en hojas 5279 a 5281, accesorio 9.

Cablevisión S.A. de C.V. ¹⁰³	<ul style="list-style-type: none"> • La señal se debe retransmitir de manera íntegra acorde al artículo 164 de la Ley Federal de Telecomunicaciones.
Cablemas ¹⁰⁴ Telecomunicaciones, S.A. de C.V.	<ul style="list-style-type: none"> • Señaló que el programador responsable de los canales 403 y 404 retransmitidos por Cablevisión es Fox Latin Channel, LLC. • Manifestó que las fechas reales de transmisión en National Geographic fueron el 1, 2 y 3 de mayo. • En esas fechas apareció una pleca o cintillo con publicidad de la serie "Populismo en América Latina".
NOVABOX, S. de R.L. de C.V. ¹⁰⁵ y Corporación Novavisión S. de R.L. de C.V. (ambas conforman el corporativo SKY)	<ul style="list-style-type: none"> • No es concesionaria de televisión restringida. • No participó en la producción, realización, distribución y promoción de la serie. • Retransmite la señal de los canales tal y como el programador se la hace llegar, de forma íntegra y sin realizar modificación alguna. • El programador responsable de los canales 254 y 1265 (National Geographic y National Geographic Wild) es Fox Latin Channel, LLC. • La aparición de la pleca los días 1, 2 y 3 de mayo le correspondió al programador. • Su detección fue meramente circunstancial.

56. **Grupo 6. Televisora abierta.**

Parte denunciada	Defensa
CADENA TRES I, S.A. DE C.V. ¹⁰⁶ (Imagen televisión)	<ul style="list-style-type: none"> • La difusión del promocional se trató de una nota de carácter informativo en razón de la labor periodística. • No existió contratación ni la intención de promover un programa específico.

57. **Grupo 7. Empresa publicitaria en celulares.**

¹⁰³ Consultar en hojas 5179 a 5188, accesorio 9 y 5883 del accesorio 10.

¹⁰⁴ Consultar en hojas 5189 a 5199, accesorio 9 y 5886 del accesorio 10.

¹⁰⁵ Consultar en hojas 5232 a 5238, accesorio 9 y 5880 del accesorio 10.

¹⁰⁶ Consultar en hojas 5200 a 5213, accesorio 9.

Parte denunciada	Defensa
LGN ADVERTISING GROUP, S.A. de C.V. ¹⁰⁷ . (representante legal, Arturo Federico Turban) (Director General, Samuel Derzavich Kahan)	<ul style="list-style-type: none"> Contrató con Piña Digital, S. de R.L. de C.V. para la prestación de servicios publicitarios destinados al lanzamiento de la serie a través del servicio digital en teléfonos celulares bajo un formato de video pre-roll.¹⁰⁸ No participó en la colocación de publicidad en camiones, televisión abierta y restringida.

58. **Grupo 8.** Por tener relación con actividades políticas.

Parte denunciada	Defensa
PAN ¹⁰⁹	<ul style="list-style-type: none"> Negaron tener participación en la producción, difusión y promoción de la serie. La serie se puede considerar como género de investigación o periodismo. Censurarla o criminalizar a sus creadores sería muy grave para la libertad de expresión.
Movimiento Ciudadano ¹¹⁰	
Partido del Trabajo ¹¹¹ (PT)	
PRD ¹¹²	
PRI ¹¹³	
PVEM ¹¹⁴	
José Antonio Meade Kuribreña ¹¹⁵ (a través de su representante Emilio Suárez Licona)	<ul style="list-style-type: none"> Alejandra Sota Mirafuentes fue Asesora en materia de comunicación en su equipo de campaña, durante el proceso electoral 2017-2018. Alejandro Quintero Iñiguez, no fue su asesor, colaborador y tampoco estuvo dentro del equipo de campaña cuando fue candidato. Durante el proceso electoral no contrató los servicios de Integra Metas Estratégicas, S.A. de C.V.

¹⁰⁷ A quien se denunció como parte de las sociedades mercantiles que recibieron y erogaron recursos para promocionar la Serie. Consultar en hojas 4536 a 4538, accesorio 8 y 6355 del accesorio 10.

¹⁰⁸ La publicidad pre-roll consiste en mostrar el video publicitario (generalmente corto, de máximo 30 segundos) justo antes de mostrar el contenido que la o el usuario buscó. Se ve a pantalla completa y, en ciertas ocasiones, se ofrece la posibilidad de, pasados unos segundos, saltarse el anuncio e ir directamente al contenido buscado. Fuente: <https://marketing4ecommerce.mx/formatos-de-publicidad-en-video-pre-roll-mid-roll-y-post-roll/>

¹⁰⁹ Consultar en hojas 5214 a 5218, accesorio 9

¹¹⁰ Consultar en hojas 5130 y 5131, accesorio 9

¹¹¹ Consultar en hojas 4371 a 4373, accesorio 8.

¹¹² Consultar en hojas 5132 a 5142, accesorio 9

¹¹³ Consultar en hojas 5223 a 5231, accesorio 9

¹¹⁴ Consultar en hojas 5144 a 5158, accesorio 9

¹¹⁵ Consultar en hojas 4485 a 4500, accesorio 8.

Parte denunciada	Defensa
	<ul style="list-style-type: none"> • Cuando fue titular de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Alejandra Sota Mirafuentes no realizó estudios de opinión del SAT.
<p>INTEGRA METAS ESTRATÉGICAS, S.A. de C.V.¹¹⁶. (empresa sobre planeación de estudios, interpretación y análisis de información en los ámbitos políticos, económicos, sociológicos, de comunicación, entre otros)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • No colaboró con José Antonio Meade cuando fue candidato a la presidencia. • No participó en el financiamiento, producción, comercialización o difusión de la serie.
<p>Alejandra Sota Mirafuentes¹¹⁷ (accionista de Integra Metas Estratégicas, S.A. de C.V.)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • En el proceso electoral 2017-2018, participó en el equipo de José Antonio Meade Kuribreña, como Asesora en Materia de Comunicación. • No participó en la difusión de la publicidad de la serie “Populismo en América Latina”.

SEXTA. Acreditación de los hechos.

❖ Actas circunstanciadas¹¹⁸

59. **Acta de 3 de mayo**¹¹⁹, Contenido de las direcciones electrónicas que aportó MORENA, por la colocación de la propaganda en camiones.
60. **Acta de 23 de agosto**¹²⁰. Informa que hay una serie llamada “*Populismo en América Latina*” en la plataforma “*Amazon Prime Video*”, con 5 capítulos:
- El ADN político de nuestro continente (37 minutos)
 - La Argentina de Perón (45 minutos)
 - Brasil de Getulio a Lula da Silva (45 minutos)

¹¹⁶ Consultar en hojas 4508 a 4519, accesorio 8.

¹¹⁷ Denunciada por el posible vínculo con el PRI, consultar hojas 4520 a 4535, accesorio 8.

¹¹⁸ Documentales públicas con valor probatorio pleno, en términos de lo dispuesto por los artículos 461, párrafo 3, inciso a) y 462, párrafo 2, de la Ley General. Pruebas que se encuentran en los tomos que integran el expediente.

¹¹⁹ INE/OE/JLE/CM/CIRC/0010/2018, ubicada en las hojas 550 a 571 del cuaderno accesorio 1.

¹²⁰ 116/INE/CM/JLE/23-08-2018 ubicada en las hojas 1800 a 1803 del cuaderno accesorio 3.

- El delirio Bolivariano de Hugo Chávez (45 minutos)
- “*Andrés Manuel López Obrador: El redentor furioso*” (34 minutos) – se pone en contexto su vida y trayectoria, desde su nacimiento hasta la actualidad.

Actas de 29 de octubre.

61. **I. Ligas de internet de notas periodísticas**¹²¹ que ofreció Claudia Magaly Palma Encalada, donde se refieren en síntesis a:
- La propaganda en camiones de transporte público.
 - Acusación del productor de la serie Javier García Mata hacia López Obrador por presiones para que la serie no se transmita.
 - Facebook de Ciro Gomez Leyva, por el tráiler de la serie “*Populismo en América Latina*”.
 - Andrés Manuel López Obrador acusa a Alejandro Quintero de estar detrás de la serie “Populismo”.
 - Columna publicada en la página www.dineroenimagen.com/diario-celis/operación-cicatriz/101181
 - NatGeo informa que no transmitirá serie sobre “El populismo”.
62. **II. Se describió el capítulo 5:** “*Andrés Manuel López Obrador: El redentor furioso*”¹²², se relata su vida y trayectoria política, bajo la visión de su realizador.
63. **III. Se certificó el USB** con el fragmento de video (tráiler o corto) de la serie “*Populismo en América Latina*” que se vio en TV.¹²³
64. **Acta 8 de noviembre**¹²⁴. La Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos (DEPPP) despejó la duda sobre dónde se vio ese fragmento.

¹²¹ Hojas 162 a 302 del cuaderno principal.

¹²² Hojas 307 a 316 del cuaderno principal, donde únicamente se describe el capítulo 5 “*Andrés Manuel López Obrador: El redentor furioso*”.

¹²³ Hojas 303 a 306 del cuaderno principal.

¹²⁴ En respuesta al acuerdo de 26 de octubre, en las hojas 449 a 464 del cuaderno principal.

65. Precisó que el 26 de abril de 2018, en el noticiero que conduce Ciro Gómez Leyva que se transmite en Imagen Televisión, se hizo un comentario sobre la serie “*Populismo en América Latina*”.
66. Que en la emisión del 27 de abril de 2018, se mencionó que la productora *La División* compartió un fragmento de la serie, en específico del capítulo dedicado a Andrés Manuel López Obrador.
67. **Acta de 11 de febrero de 2019**¹²⁵. La DEPPP reiteró que la difusión del fragmento (tráiler o corto) de la serie “*Populismo en América Latina*” fue el 27 de abril, en la concesionaria Cadena Tres I, S.A. de C.V.
68. **Acta de 13 de febrero de 2019**¹²⁶. Se certificaron otras ligas electrónicas de notas periodísticas.
69. **Acta de 27 de febrero de 2019**¹²⁷. Se certificaron los términos y condiciones sobre cómo trabaja Amazon y su servicio Prime Video Direct.

❖ Otros resultados de la investigación y de los diversos requerimientos¹²⁸

70. De los camiones:

Ruta	Nombre de la persona moral	Qué se solicitó	Contestó
25	Unión de permisionarios de transporte colectivo ruta 25 A.C.	-Señale la persona física o moral con la que contrató la propaganda electoral.	• Desconoce quién contrató la colocación de la propaganda.
42	Organización de transportistas en general del cerro del judío ramales, A.C. Ruta 42	-Proporcione el contrato o convenio relativo a la propaganda. -En caso de no contar con el contrato o convenio, mencione quién autorizó su colocación.	• Cada concesionario de la ruta es responsable directo de alquilar sus unidades para la colocación de la publicidad.
70	Concesionarios Emiliano Zapata del Sur, A.C. (Ruta 70)		No

¹²⁵ Hojas 3551 a 3555 del cuaderno accesorio 6.

¹²⁶ Hojas 3668 a 3710 del accesorio 6.

¹²⁷ Hojas 3951 a 3960 del cuaderno accesorio 7.

¹²⁸ Pruebas técnicas y documentales privadas con valor indiciario. Artículos 461, párrafo 3, incisos b) y c) y 462, párrafo 3 de la Ley General.

76	Organización Nacional de Transportistas Libertadores Unidos Ruta 76 Sitio 302 y Amarillos José María Xicotencatl.	-A partir de qué fechas fue colocada y retirada dicha propaganda. -Señale en cuántos autobuses se colocó.	No
----	---	--	----

71. A requerimientos expresos, el **PAN, PRD, PVEM, PT, Nueva Alianza, Encuentro Social y Movimiento Ciudadano** a nivel local y nacional, señalaron:

- Negaron intervenir en la colocación de la propaganda relativa a "*Populismo en América Latina*".
- Negaron cualquier intervención por sí o por terceras personas para la colocación de la propaganda.

72. **EI PRI** – manifestó:

- No participó en la colocación de la propaganda que se denunció.
- No tiene contrato alguno relacionado con la serie.
- Javier García Mata no es militante¹²⁹.
- No se encontró relación alguna con Virna Gómez Piña, Alejandro Quintero Iñiguez, Javier García Mata, Martha Beatriz Bobadilla Sánchez y María Fernanda Zavala Bobadilla¹³⁰.

73. **Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI)**¹³¹ – Mediante oficio de 19 de julio, el Coordinador Departamental de Procedimientos Legales, indicó:

- La autoridad encargada del registro de derechos de autor para series televisivas es el Instituto Nacional de Derechos de Autor.
- De una revisión al Sistema Integral de Gestión de Marcas, no se encontró solicitud u otorgamiento de marca, aviso comercial o publicación con la denominación "*Populismo en América Latina*".

¹²⁹ La Subsecretaría de Afiliación y Registro Partidario encontró registro coincidente con el nombre Javier García Mata, sin embargo, la fecha de la clave de elector no coincide con la que se proporcionó para la búsqueda - Visible en hojas 529-531 del cuaderno principal.

¹³⁰ Ir a hojas 2296-2298 del cuaderno accesorio 4.

¹³¹ Hojas 1716 a 1717 del cuaderno accesorio 3.

74. **Instituto Nacional del Derecho de Autor (INDAUTOR)**¹³² – Mediante oficio de 19 de julio que emitió la Subdirectora de Asuntos Contenciosos, señaló:
- De la búsqueda realizada a la base de datos, no se encontró ningún registro del título, nombre o denominación “Populismo en América Latina”.
75. **Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía** – Mediante oficio DJ/691/2018 de 19 de julio, indicó:
- No encontró archivo, expediente y/o informe sobre la serie “*Populismo en América Latina*”.
 - No cuenta con registro alguno sobre la difusión de la supuesta serie, ni de la persona física o moral encargada de su producción.
76. **Director General Jurídico de la Secretaría de Movilidad de la Ciudad de México** – Mediante oficio de 28 de agosto, señaló:
- Localizó el Reporte Informativo Sobre Vehículo de Servicio “micro”, que contiene los datos de identificación de la persona propietaria de la unidad identificada como 0800097.
 - Aportó el dato de identificación, tipo de unidad y número de placas de todas las unidades que pertenecen a la Unión de Permisarios de Transportación Colectiva.
77. **Guillermina Pineda Salgado**, propietaria de la unidad con el número 0800097, mencionó¹³³:
- La propaganda que contiene la frase “*Populismo en América Latina*” se colocó aproximadamente en *junio* de 2018.
 - Se colocó sin su consentimiento.
 - La propaganda duró aproximadamente un día.
 - Señaló como responsables de la colocación de la propaganda a José Otero Hernández y Yessica Otero¹³⁴.

¹³² Ver hojas 1721 a 1723 del cuaderno accesorio 3.

¹³³ A través del escrito de 31 de agosto, visible en la foja 1852 del cuaderno accesorio 3.

¹³⁴ Si bien en el escrito se señaló como Yessica, el nombre real es Jessica.

78. **Jessica Otero Mejía y José Brígido Otero Hernández**, mediante escritos de 10 de septiembre y de 26 de octubre¹³⁵, señalaron:

- La colocación de la propaganda en autobuses se llevó a cabo en el mes de abril.
- La propaganda se exhibió 3 días, por así solicitarlo la empresa de publicidad.
- La negociación se dio de manera verbal y el pago se realizó en efectivo.
- Al momento de la colocación de la propaganda, no tenían conocimiento de la serie "*Populismo en América Latina*" ni de su contenido.
- Desconocen a la persona física o moral encargada de la producción de la serie, así como del medio de difusión.

79. **UMP Cobertura e Imagen en Medios Publicitarios, S.A. de C.V. (UMP Cobertura)**¹³⁶:

- El 12 de abril Piña Digital solicitó el servicio de una campaña publicitaria, relacionada con una serie televisiva, en camiones de pasajeros de la Ciudad de México, del 20 de abril al 19 de mayo.
- Piña Digital envió los *artes* (archivos que desean se publiquen).
- Posteriormente UMP Cobertura envió los *dummies* (presentación de cómo quedaría la publicidad fija en los camiones).
- La publicidad se colocó en 100 camiones de la Ciudad de México.
- La colocación se pactó con cada uno de los permisionarios de los camiones, sin que afectaran las indicaciones de seguridad visual de las unidades.
- No formaron parte de la creación, producción, redacción y difusión de propaganda alguna en TV.
- Anexó copia de correos electrónicos¹³⁷ y de la factura por concepto de exhibición de publicidad tipo integral en autobuses urbanos, por

¹³⁵ Ver hojas 1873 a 1881 y 1888 a 1896, respectivamente, del cuaderno accesorio 3.

¹³⁶ Mediante escritos de su apoderada legal Martha Beatriz Bobadilla Sánchez, de 15 de octubre (hojas 1907 a 1909 del accesorio 3) y 21 de diciembre (hojas 2317 a 2319 del accesorio 4).

la cantidad de \$1´426,800.00 (un millón, cuatrocientos veintiséis mil ochocientos pesos M/N)¹³⁸.

80. **Amazon México**¹³⁹ – señaló:

- La serie “*Populismo en América Latina*” está distribuida a través de Prime Video Direct (PVD).
- PVD es un programa de auto publicación para estudios de producción, distribuidores y creadores de contenidos de todo el mundo en el que pueden hacer disponibles sus contenidos audiovisuales a los suscriptores de la plataforma.
- A través de PVD los creadores de contenidos audiovisuales deciden cuándo, cómo y dónde están disponibles sus creaciones, el periodo y método de disponibilidad.
- El 25 de junio de 2018, el productor de contenidos independientes “*La División*” subió a PVD la serie “*Populismo en América Latina*”, **disponible para los suscriptores** de América latina.
- Naturaleza de la serie – “Un documental que aborda el tema de populismo desde sus orígenes en la antigua Rusia hasta su expansión en América Latina, principalmente en Argentina, Brasil, Venezuela y México.”
- Amazon no contrató publicidad en autobuses ni estuvo involucrada en la producción, realización o promoción de *Populismo en América Latina*.

81. **Mónica Bolaños Cacho Albarrán**, por su propio derecho¹⁴⁰, dijo:

- En su calidad de persona física, no contrató la difusión de la publicidad.
- Su intervención consistió en realizar las gestiones para que Piña Digital contratara con UMP Cobertura la propaganda en camiones.

¹³⁷ Que se realizaron entre Mónica Bolaños Cacho y personal de UMP Cobertura, para la solicitud de la propaganda.

¹³⁸ Visible en la hoja 2320 del cuaderno accesorio 4.

¹³⁹ Por medio del representante legal de Servicios Comerciales Amazon México, S. de R. L. de C.V., a través de sus escritos de 31 de agosto y 21 de diciembre de 2018.

¹⁴⁰ A través del escrito de 26 de febrero de 2019 (foja 3852 accesorio 7).

- No labora, ni presta servicios profesionales con la empresa Piña Digital.
- No tiene relación directa con TV Promo y/o Grupo TV Promo S.A. de C.V. – sino a través de Telepersonal, S.A a C.V.
- No tuvo participación en la contratación o difusión de spots en televisión abierta o cerrada.

82. **DEPPP**¹⁴¹ – Mediante correo electrónico de 8 de febrero de 2019¹⁴², informó:

- El Sistema Integral de Verificación y Monitoreo realizó la redetección de la huella acústica en el periodo del 1 al 30 de abril de 2018.
- Hubo detecciones únicamente el 27 de abril.
- La concesionaria que difundió el promocional es Cadena Tres I, S.A. de C.V.
- Adjuntó los testigos de grabación.

83. **Javier García Mata**, por su propio derecho, señaló:¹⁴³

- Es el realizador y productor de la serie-documental “*Populismo en América Latina*”.
 - La serie trata de un documental de género cinematográfico que se elabora a partir de una investigación académica, testimonial y de campo; selecciona, analiza y presenta resultados coherentes, aborda temas científicos, sociales, políticos y culturales.
 - Tiene como finalidad la divulgación audiovisual de un tema de interés global que aborda ejemplos de gobernanza en algunos países de América Latina.
 - La difusión de la serie apela a la libertad de expresión por parte de sus autores para el conocimiento, entendimiento, alcances y comprensión de este fenómeno social.
- “La División” es el nombre comercial de la empresa Piña Digital S. de R.L. de C.V., empresa de la cual es Director.

¹⁴¹ Los testigos de grabación que la Dirección de Perrogativas adjuntó a sus informes, cuentan con valor probatorio pleno, conforme con la jurisprudencia 24/2010, de rubro “MONITOREO DE RADIO Y TELEVISIÓN. LOS TESTIGOS DE GRABACIÓN DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL TIENEN, POR REGLA, VALOR PROBATORIO PLENO”.

¹⁴² Ubicado en la foja 3454 del cuaderno accesorio 6.

¹⁴³ Mediante escritos de 13 de septiembre de 2018, 15 de enero y 15 de febrero de 2019.

- A través de Piña Digital, S. de R. L. de C.V., se contrató la exhibición de tipo integral en autobuses urbanos del 20 de abril al 19 de mayo de 2018.
- Anexó la factura expedida a *UMP Cobertura e Imagen en Medios Publicitarios, S.A. de C.V.*, por la cantidad de \$1,426,800 (Un millón cuatrocientos veintiséis mil ochocientos pesos 00/100 M.N.).
- Aportó el *roller* de créditos de quienes participaron en la producción y realización de la serie, donde se desprendieron los nombres: Emmanuel Amara y Olga de Orellana.
- Mencionó que la función de Emmanuel y Olga fue en las áreas de realización, concepción creativa y cinematográfica del proyecto audiovisual.

84. **Piña Digital, S. de R.L. de C.V. (Piña Digital)¹⁴⁴:**

- Presentó acta constitutiva de sociedad mercantil de 26 de agosto de 2016, donde se advierte que tiene como objeto “*actividades afines a la producción, comercialización, producción audiovisual y consultoría de medios, espacios publicitarios de toda clase de imágenes y estrategias de mercadotecnia y comunicación política y comercial*”.
- Es la responsable de la realización y distribución de la serie-documental.
- No contrató la difusión del material en televisión.
- No hubo aportación de fondos gubernamentales o recursos públicos.
- La estrategia de mercadotecnia y promoción de la serie fue con la intención comercial de informar, enterar y divulgar su exhibición para que fuera vista por las teleaudiencias que se inclinan por el género documental.
- Aportó documentación (174 facturas y operaciones financieras)¹⁴⁵ con el desglose de los egresos para la realización completa de la serie¹⁴⁶,

¹⁴⁴ Mediante escritos de 8 de noviembre de 2018, 15 y 23 de enero y 15 de febrero de 2019.

¹⁴⁵ Documentación que conforma todo el cuaderno accesorio 5.

¹⁴⁶ Donde incluye, gastos de hospedaje, renta de equipo y **publicidad**.

entre las que se encuentran LGN ADVERTISING GROUP (foja 2647) y UMP COBERTURA (2701).

- No tuvo participación en la contratación o difusión de publicidad de la serie a través de los canales 254, 1265 y 127 de SKY y 403 y 404 de Cablevisión dentro de la señal del canal National Geographic.
- Mónica Bolaños Cacho Albarrán colaboró con la difusión de la serie, facilitando la relación comercial con la empresa UMP Cobertura para la colocación de propaganda en autobuses.

85. **Virna Gómez Piña**, manifestó:

- La serie se realizó por Piña Digital, S. de R.L. de C.V.
- Si bien forma parte de dicha empresa, en lo individual, no tuvo responsabilidad en las acciones de la sociedad mercantil.
- No tuvo participación en la difusión y contratación del video promocional.

86. **TV PROMO, S.A. de C.V.**, a través de su representante legal Jorge Alberto Ramírez Robles, expresó¹⁴⁷:

- Es una empresa de comunicación, mercadotecnia y medios que tiene como objeto la realización de toda clase de actividades relacionadas con publicidad y campañas publicitarias en distintos medios de comunicación.
- El socio fundador y accionista mayoritario es Alejandro Quintero Íñiguez.
- Virna Gómez Piña es prestadora de servicios profesionales de manera indirecta, a través de la empresa Telepersonal, S.A. de C.V., la cual es parte del mismo grupo de interés económico.
- Mónica Bolaños Cacho Albarrán es prestadora de servicios profesionales de manera indirecta a través de Telepersonal, S.A. de C.V.
- No tiene relación directa con Piña Digital, S. de R.L. de C.V.
- No tuvo participación directa o indirecta con los hechos.

¹⁴⁷ A través de los escritos de 28 de enero y 15 de febrero, que se encuentra en hojas 3264 y 3720 del accesorio 6, respectivamente.

- No participó en la realización, producción y/o difusión de la serie.
87. **GRUPO T.V. PROMO, S.A. de C.V.**, a través de su representante legal Jorge Alberto Ramírez Robles¹⁴⁸, señaló:
- Es una empresa de comunicación, mercadotecnia y medios, cuyo objeto es toda clase de actividades relacionadas como publicidad y campañas publicitarias.
 - El socio fundador y accionista mayoritario es Alejandro Quintero Íñiguez.
 - Virna Gómez Piña es prestadora de servicios profesionales de manera indirecta, a través de la empresa Telepersonal, S.A. de C.V.
 - Mónica Bolaños Cacho Albarrán es prestadora de servicios profesionales de manera indirecta a través de Telepersonal, S.A. de C.V.
 - Tiene una relación comercial con Piña Digital S. de R.L. de C.V., para servicios de creatividad y promoción de campaña publicitaria, como prueba, anexó una factura de folio 3189.¹⁴⁹
 - No participó en la realización, producción y/o difusión de la serie.
 - Desconoce el origen de los recursos que financiaron la serie, ya que se trata de hechos ajenos.
88. **Alejandro Quintero Íñiguez**, por su propio derecho, indicó:¹⁵⁰
- No participó en la realización, producción y/o difusión de la serie.
 - No trabajó como asesor de ninguna campaña política del pasado proceso electoral federal, ni guardó relación con algún partido político.
89. **Televisa, S.A. de C.V.**, a través de su representante legal Jorge Rubén Vilchis, informó:¹⁵¹

¹⁴⁸ Mediante escritos de 28 de enero y 15 de febrero, visibles en las hojas 3236 y 3720 del cuaderno accesorio 6, respectivamente.

¹⁴⁹ Factura que se encuentra en la foja 3238 del accesorio 6.

¹⁵⁰ A través del escrito de 7 de enero y 15 de febrero visibles en hojas 2452 del accesorio 4 y 3724 del accesorio 6.

¹⁵¹ Escrito de 17 de enero que se encuentra en las hojas 3138 a 3140 del accesorio 6.

- Virna Gómez Piña colaboró en su empresa como Directora General de Mercadotecnia del Sector Público, de noviembre de 2002 a diciembre de 2006. Puesto que dependía de la Vicepresidencia Corporativa de Comercialización.
- Alejandro Quintero Íñiguez colaboró en su empresa como Vicepresidente Corporativo de Comercialización de mayo de 1998 a marzo de 2015.
- No participó en la realización, producción y/o difusión de la serie, ni en su promoción comercial.

90. **Telepersonal, S.A. de C.V.** a través de su representante legal Jorge Alberto Ramírez Robles¹⁵², expresó:

- Es una empresa que tiene por objeto brindar servicios de apoyo para reclutar, seleccionar y contratar personal, entre otras.
- TV PROMO, S.A. de C. es accionista de Telepersonal, S.A. de C.V.
- Con Grupo TV Promo tiene una relación como prestadora de servicios profesionales para la selección, administración y proveer recursos humanos en favor de esa empresa.
- Con Virna Gómez Piña tiene una relación contractual de trabajo por tiempo indeterminado, a través del cual presta servicios personales y subordinados a favor de su representada con el puesto de Directora General de Mercadotecnia.
- No tiene relación con: UMP, PIÑA DIGITAL, CADENA TRES, Javier García Mata, Martha Beatriz y/o María Fernanda Zavala Bobadilla.
- No participó en la producción, difusión o publicidad, renta de instalaciones o equipo con la serie populismo.

91. **Cadena Tres I, S.A. de C.V.**, manifestó¹⁵³:

- La transmisión del promocional se dio el 26 y 27 de abril.
- Se trató de una nota de carácter informativo en razón de la labor periodística.

¹⁵² Escrito de 7 de febrero. Ver hojas 3411 a 3413 del cuaderno accesorio 6.

¹⁵³ Hojas 400 y 401 del cuaderno principal.

- No existió contratación ni la intención de promover un programa específico.

92. **Cablemás Telecomunicaciones, S.A. de C.V.**, señaló:

- No tuvo participación en la realización, distribución y/o difusión de la serie.
- En su calidad de televisión restringida, tiene la obligación de retransmitir las señales de televisión abierta.
- El material (promocional) corresponde a la transmisión de una pauta comercial, incluida en una señal radiodifundida que se puso a disposición de los concesionarios de televisión restringida.
- El contenido publicitario apareció los días 1,2 y 3 de mayo 2018, en el canal 403 y 404 National Geographic.
- El programador responsable de esos canales es Fox Latin American Channel LLC; LAPTV, LLc. y NGC Networks Latín American, LLC, aportó su domicilio.
- Esta publicidad se dio bajo el concepto de plecra o cintillo. (aportó imagen).

93. **Cablevisión, S.A. de C.V.**, a través de su representante legal Ángel Israel Crespo Rueda, indicó:¹⁵⁴

- No tuvo participación en la producción, realización, distribución y difusión de la serie populismo.
- El promocional corresponde a la retransmisión de una pauta comercial que es incluida por Imagen Televisión -en su calidad de señal radiodifundida- la cual es puesta a disposición de los concesionarios de televisión restringida, en cumplimiento del 164 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (obligación de *must carry*).
- El programador responsable de los canales 403 y 404 es FOX Latin American Channel LLC.; LAPTV,LLC. y NGC NETWORKS Latin American LLC.

¹⁵⁴ Escrito de 17 de enero ubicado en hojas 3141 y 3142 del accesorio 6.

- El contenido publicitario que denuncia fue los días 1,2 y 3 de mayo 2018, en el canal 403 y 404 National Geographic.
- Esta publicidad se dio bajo el concepto de pleca o cintillo. (aportó imagen).

94. **CORPORACIÓN NOVAVISIÓN S. de R.L. de C.V. (SKY)**, expresó¹⁵⁵:

- El responsable del contenido retransmitido en los canales 254 y 1265 (National Geographic) es FOX LATIN AMERICAN CHANNEL, LLC.
- Se limita a retransmitir la señal de los canales tal como el programador se la hace llegar de forma íntegra y sin realizar modificación alguna.
- La publicidad apareció los días 1,2 y 3 de mayo de 2018 en los canales 254, 1265 y 1272 de SKY y fue proporcionada por el programador (Fox Latin).
- No cuenta con testigos de grabación o respaldo del material.
- La forma en que detectó esa publicidad fue circunstancial.

95. **Secretaría de Economía**, informó¹⁵⁶:

- De la revisión en la Dirección de Asuntos Jurídicos y en la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras, no encontró datos sobre FOX LATIN AMERICAN CHANNEL, LLC.

96. **Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT)**, indicó¹⁵⁷:

- Cuenta con un contrato de servicio de monitoreo de publicidad en radio y televisión radiodifundida y restringida con la empresa Auditoría de Medios y Servicios a Anunciantes, S.A. de C.V. (AUDITSA).
- Este monitoreo tiene la finalidad de vigilar el cumplimiento de los tiempos máximos establecidos en la transmisión de mensajes comerciales y la publicidad destinada al público infantil.

¹⁵⁵ En el escrito de 18 de febrero de 2019, visible en la foja 3750 del accesorio 6.

¹⁵⁶ Ver hoja 5949 del cuaderno accesorio 10.

¹⁵⁷ Consultar escritos de 11 de mayo y 3 de junio de 2019 en el accesorio 10.

- Todas las concesionarias que prestan el servicio de televisión restringida pueden realizar la transmisión de contenidos de otros canales tanto de televisión restringida y radiodifundida digital, al amparo de las reglas del *must carry* y *must offer*.
- Desconoce que es una pleca, ya que es un tema que corresponde a una especialidad y conocimiento técnicos de quienes operan canales de televisión.

97. **Por la respuesta del IFT se preguntó a la Auditoría de Medios y Servicios a Anunciantes, S.A. de C.V. (AUDITSA), quien manifestó:**

- El monitoreo que realiza consiste en el registro de los spots que se transmiten en las emisoras de radio y en los canales de televisión abierta y restringida de paga dentro de su cobertura, las 24 horas, los 7 días de la semana, éste se almacena por 3 meses.
- El contrato que celebró con el IFT establece que deberá mantener disponible la consulta y descarga de testigos de grabación por tres meses posteriores a la transmisión.
- Por esas razones no cuenta con el monitoreo del canal National Geographic del 1, 2 y 3 de mayo de 2018.

98. **Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión, señaló:**

- No tiene conocimiento alguno sobre la difusión, producción y medio de trasmisión de la serie "*Populismo en América Latina*".
- Una pleca es un elemento gráfico que aparece en forma de cintillo superpuesto dentro de un contenido audiovisual, el cual puede estar integrado por imágenes, frases y/o leyendas que generalmente describen datos relacionados con el tema central.
- Por regla general la pleca se incluye por el canal o programador responsable del contenido.
- Su comercialización y valor depende de las características solicitadas (espacio en pantalla, duración, animación, producción, fechas y horarios).

- Generalmente el valor de una pleca para ser radiodifundida en un canal nacional se encuentra entre los \$180,000 (ciento ochenta mil pesos 00/100 M.N) a \$250,000 (Doscientos cincuenta mil pesos 00/100M.N).

99. **FOX INTERNATIONAL CHANNELS MEXICO, S. DE R.L. DE C.V.**¹⁵⁸, a través de su apoderado legal Oscar Fernando Morales Díaz, informó:

- No administra, opera o comercializa los canales 254, 1265 y 1272 SKY y los canales 403 y 404 de cablevisión.
- Actúa como una representante comercial para fines de mercadotecnia de diversas señales televisivas provenientes del extranjero, realizando actividades propias a promover el contenido de diversos canales de televisión restringida, así como venta de espacios publicitarios en dichos canales.
- En ningún momento ordenó la difusión de publicidad alusiva a la serie "*Populismo en América Latina*" a través del canal NatGeo, NatGeoWild o National Geographic difundido en los canales 254, 1265 y 1272 SKY y en los canales 403 y 404 de cablevisión
- Negó ordenar la inserción de publicidad de la Serie los días 26, 27 y 28 de abril, 1, 2 y 3 de mayo de 2018.
- No existen pruebas de la inserción de tal publicidad, únicamente son suposiciones de Cablemás y SKY.

100. **Decibel México Servicios de Audio, S.A. de C.V.**, por medio de su representante legal, Carlos Alberto Ortega Badillo, manifestó:¹⁵⁹

- Es una empresa que reúne voces del mercado mexicano enfocadas a ofrecer servicios de locución.
- Su intervención en la serie "*Populismo*" fue exclusivamente brindar los servicios de locución, pero no tuvo injerencia en su producción, realización y distribución.
- Desconoce si algún partido político por sí, o a través de persona alguna estuvo involucrado en los procesos de la serie.

¹⁵⁸ Ver hoja 3975 del cuaderno accesorio 7 y 6210 del accesorio 10.

¹⁵⁹ Escrito visible en las hojas 3389 a 3394 del accesorio 6.

101. **LGN ADVERTISING GROUP S.A. de C.V.**, a través de su representante legal Arturo Federico Turban Corral¹⁶⁰, manifestó:

- Es una agencia especializada en marketing móvil y digital.
- Fue contratada por Piña Digital para la prestación de servicios publicitarios referentes al lanzamiento de la serie, a través del servicio digital en teléfonos celulares bajo un formato de video *preroll*.
- Anexó factura por concepto “*publicidad difundida campaña serie populismo, junio 2018*” por la cantidad de \$70,000.00.
- Únicamente realizó el servicio publicitario para el lanzamiento de la serie, por lo que desconoce si hubo promoción por terceros.
- No tiene relación con Alejandro Quintero Íñiguez.
- Samuel Derzavich Kahan es el Director General de la empresa.
- No participó en la difusión de publicidad en camiones, televisión abierta y restringida.

102. **Samuel Derzavich Kahan**, manifestó¹⁶¹:

- Como persona física no realizó alguna actividad sobre el diseño o implantación de alguna campaña publicitaria de la Serie.
- La empresa prestó el servicio digital en teléfonos celulares bajo formato de Video *preroll*.
- No tuvo participación en el fondeo o recaudación de recursos para la realización, difusión o promoción de la serie.
- Trabajó en Televisa en el área de ventas.
- No tiene relación con Alejandro Quintero Íñiguez, ni directamente, ni mediante alguna sociedad mercantil vinculada con la producción, difusión o promoción de la serie.
- No participó en la difusión de publicidad en camiones, televisión abierta y restringida.

103. **Alejandra Sota Mirafuentes**, por su propio derecho, señaló:

¹⁶⁰ Escrito de 5 y 15 de febrero de 2019, ir a hojas 3401 y 3729 del accesorio 6, respectivamente.

¹⁶¹ Hoja 3725 del accesorio 6.

- Participó en el equipo de campaña de José Antonio Meade Kuribreña, durante el proceso electoral federal 2017-2018.
- Fue Asesora en materia de comunicación, cuyas funciones consistían en coadyuvar con el coordinador de campaña y su equipo en la estrategia de comunicación, asesorar al candidato en comunicación no verbal, entrenamiento de medios y debates durante los primeros meses de campaña.
- No participó en la producción, distribución o promoción de la serie.

104. **José Antonio Meade Kuribreña**, a través de su representante, expresó:

- Alejandra Sota Mirafuentes fungió como Asesora en materia de comunicación en el equipo de campaña.
- Alejandro Quintero Iñiguez, no fue asesor, colaborador ni estuvo dentro del equipo de campaña cuando fue candidato.
- Durante el proceso electoral no contrató los servicios de Integra Metas Estratégicas, S.A. de C.V.
- No tuvo participación alguna en la producción, realización o distribución de la serie, a través de Alejandro Quintero, Alejandra Sota Mirafuentes o Integra Metas Estratégicas, S.A. de C.V.

105. **INTEGRA METAS ESTRATÉGICAS, S.A de C.V.**, a través de su apoderado legal¹⁶², expresó:

- No participó ni colaboró con José Antonio Meade Kuribreña cuando fue candidato a la presidencia en el proceso 2017-2018.
- No tuvo participación alguna en la producción, realización, distribución y/o de la serie populismo en América.

106. **DEPPP**, mediante correo electrónico de 20 de febrero de 2019¹⁶³, informó:

- Es su atribución verificar y monitorear los promocionales de radio y televisión que pautan los partidos políticos, autoridades electorales y candidatos independientes.

¹⁶² Escrito de 26 de febrero de 2019, visible en foja 3853 del accesorio 7.

¹⁶³ Visible en la foja 3799 del cuaderno accesorio 7, en respuesta al acuerdo de 18 de

- Los canales de televisión Nat Geo, Nat Geo Wild o National Geographic, corresponden a señales no radiodifundidas, que se transmiten por televisión restringida.
 - El monitoreo que realiza se enfoca en los canales de televisión abierta radiodifundida que son retransmitidos por televisión restringida.
 - No es posible generar el monitoreo respecto a la señal de Nat Geo en los canales 254, 1265 y 1272 de SKY y 403 y 404 de Cablevisión, respecto de los días 26, 27 y 28 de abril; 1, 2 y 3 de mayo de 2018.
107. Es importante resaltar que respecto a FOX LATIN CHANNEL, LLC., ya no se continuó con su localización y, por tanto, tampoco se obtuvo respuesta a los requerimientos de información; lo que se supo por la Secretaría de Economía es que tiene domicilio en Estados Unidos de Norte América.
108. Conforme al análisis de las pruebas del expediente, **se tienen por acreditados los siguientes hechos:**
- “Javier García Mata es el productor y realizador de la serie documental *“Populismo en América Latina”*.”
 - Javier García Mata es representante legal de Piña Digital, S. de R.L. de C.V.
 - *“La División”* es el nombre comercial de Piña Digital, S. de R.L. de C.V.
 - La serie se subió a la plataforma *“Amazon Prime Video”*, el 25 de junio de 2018.
 - Piña Digital contrató con UMP Cobertura la colocación de propaganda relacionada con la serie, en 100 camiones de la Ciudad de México.
 - El fragmento, corto o *tráiler* de la serie, alusivo al capítulo de Andrés Manuel López Obrador, *“El Redentor Furioso”*, se transmitió el 27 de abril en el canal *Imagen Televisión* (concesionaria Cadena Tres I, S.A. de C.V.), en el noticiero nocturno que conduce *Ciro Gómez Leyva*.

- Los días 1, 2 y 3 de mayo, se difundieron elementos gráficos en forma de cintillo dentro de un contenido audiovisual (*pleca*), en los canales NatGEO, NatGeo Wild y National Geographic, que se difunden en SKY, Cablemás y Cablevisión.

Además, de las diversas respuestas a los requerimientos que formuló la autoridad, **tenemos los siguientes indicios:**

- Que Piña Digital contrató publicidad de la serie “*Populismo en América Latina*” a través de servicios en teléfonos celulares, bajo el formato de video *preroll*.

SÉPTIMA. Caso a resolver.

109. Si la propaganda que se colocó en camiones de la Ciudad de México, sobre la serie “*Populismo en América Latina*”, calumnió al entonces candidato presidencial Andrés Manuel López Obrador.
110. Si el fragmento, corto o *tráiler* que se difundió en el canal Imagen Televisión (concesionaria Cadena Tres I, S.A. de C.V.) sobre el capítulo de Andrés Manuel López Obrador “*El Redentor Furioso*” y las plecas o cintillos que se vieron los días 1,2 y 3 de mayo en SKY, Cablemás y Cablevisión, acreditan:
 - Contratación y/o adquisición de tiempo en TV.
 - Uso de recursos públicos.

❖ Pronunciamiento particular de la serie “Populismo en América Latina” como modalidad de la libertad de expresión.

1. Antes de entrar al estudio de las conductas, es necesario precisar el criterio de este órgano jurisdiccional en relación a la serie o documental, como una modalidad de libertad de expresión.

2. *Serie* es la obra audiovisual que mantiene una unidad argumentativa en sí misma y tiene continuidad, de manera temática entre los diferentes episodios que la integran¹⁶⁴.
3. *Documental*¹⁶⁵ es la expresión de un aspecto de la realidad mostrada en forma audiovisual y, *documentalista*¹⁶⁶ es la persona que tiene por oficio preparar y elaborar toda clase de datos bibliográficos, informes o noticias sobre determinada materia.
4. Es importante retomar la interpretación de la Primera Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación¹⁶⁷, sobre la libertad de imprenta, en la tesis 1a. CCIX/2012 (10ª.), que dice:

“LIBERTAD DE IMPRENTA. SU MATERIALIZACIÓN EN SENTIDO AMPLIO EN DIVERSAS FORMAS VISUALES, ES UNA MODALIDAD DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN ENCAMINADA A GARANTIZAR SU DIFUSIÓN. Tradicionalmente se ha entendido al derecho fundamental contenido en el artículo 7o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en su sentido literal, como relativo a la industria editorial, tipográfica o a través de la impresión de documentos; sin embargo, lo cierto es que atendiendo al dinamismo de las formas de comunicación actuales, al empleo de las nuevas tecnologías, forma de difusión de éstas y acceso a la sociedad, debe entenderse a la **libertad de imprenta en un sentido amplio y de carácter funcional, adscribiéndose no sólo la impresión tradicional en papel, sino incluso de modo electrónico, a través de medios de almacenamiento o vía satelital, que puedan hacerse del conocimiento del público en general, como las diversas formas audio/visuales -como lo es el cine y video- a través de las cuales puede desarrollarse la función que se pretende con la libertad de imprenta.** Así, del contenido armónico de los artículos 6o. y 7o. constitucionales, se puede sostener que la libertad de imprenta es una modalidad de la libertad de expresión, encaminada a garantizar su difusión. Tales derechos se encuentran íntimamente vinculados, ya que mientras el primero de los artículos mencionados establece el derecho fundamental a la manifestación de las ideas, el segundo atiende a su difusión, que puede ser de carácter cultural a través de una manifestación artística. La libertad de imprenta protege el derecho fundamental a difundir la libre expresión de las ideas, de cualquier materia, previéndose de manera destacada la **inviolabilidad de este derecho, y que ninguna ley ni autoridad podrán establecer la previa censura, ni exigir fianza a los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta, lo que constituye una de sus características esenciales, ya que si la difusión, como forma de transmitir las ideas e información, materia de la libertad de expresión, fuera a condición de su previa aprobación, autorización, restricción o bajo condiciones, tal derecho fundamental se vería coartado de manera radical, afectando a los titulares de ese derecho en el ámbito de manifestar, difundir y recibir con plenitud la información, tanto de interés general, como la que es únicamente de interés particular.**”

5. Indica la Primera Sala que la libertad de imprenta debe verse y analizarse en un sentido amplio y de carácter funcional, sin limitar esta protección

¹⁶⁴ <https://diariodelcineasta.com/historia-series-de-television/>.

¹⁶⁵ http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/dominguez_r_g/capitulo5.pdf

¹⁶⁶ <http://dle.rae.es/?id=E47H5gG>

¹⁶⁷ Tesis: 1a. CCIX/2012 (10a.)

constitucional a la impresión tradicional en papel; es decir, darle una lógica actual al pleno goce y ejercicio de los derechos humanos conforme al uso de las nuevas tecnologías, donde se incluyen las diversas formas audio/visuales como el cine y el video, donde también se desarrolla la función que se pretende con la imprenta, **como el caso de la serie o documental**.

6. Entonces, a partir de una interpretación de los artículos constitucionales y del criterio de la Primera Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, es razonable considerar que **la serie o documental** se inscribe como una de las formas de libertad de expresión que debe gozar de protección, inviolabilidad¹⁶⁸ y evitar su censura.
7. Además, tener plena libertad para expresar, difundir y publicar información e ideas es indispensable, no solamente para la auto-expresión y auto creación, sino como elemento para poder ejercer plenamente otros derechos fundamentales –asociación, derechos de petición o el derecho a votar– como elemento que determina la calidad de la vida democrática de un país.
8. Por el contrario, si la ciudadanía no tiene la plena seguridad que el derecho la protege en su posibilidad de expresar y publicar libremente ideas y hechos, resulta imposible avanzar para alcanzar una ciudadanía activa, crítica y comprometida con los asuntos públicos, atenta al comportamiento y decisiones de las y los gobernantes, capaces de cumplir con su función en una democracia¹⁶⁹.
9. Así, para los efectos y alcances de este procedimiento especial sancionador, la serie *“Populismo en América Latina”* goza de esta protección constitucional y jurisprudencial.

¹⁶⁸ Es la imposibilidad de trastocar el régimen jurídico establecido y garantizar las libertades y la seguridad jurídica del régimen. Definición consultable en: <http://mexico.leyderecho.org/principio-de-inviolabilidad-constitucional/>.

¹⁶⁹ Sirve de apoyo la tesis CCXV/2009 (9ª) de la Primera Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, de rubro: **“LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y DERECHO A LA INFORMACIÓN. SU IMPORTANCIA EN UNA DEMOCRACIA CONSTITUCIONAL”**.

10. Por tal motivo, si la serie tiene esta garantía de protección, Amazon Prime Video; como espacio o plataforma digital donde se auto-publicó, no puede ser partícipe o probable responsable de una conducta reprochable, precisamente porque la serie o documental, en sí misma, se inscribe como una de las formas de libertad de expresión que debe gozar de protección, inviolabilidad y que no sea objeto de censura.

Calumnia

11. Esta Sala Especializada analizará, en principio, si el hecho de colocar publicidad de la Serie o Documental y fijarla en camiones de transporte público de la Ciudad de México, como se denunció, constituye una infracción en materia electoral, en específico, si hay calumnia.
12. **El ilícito de calumnia** en nuestro marco jurídico puede describirse así:
13. El artículo 41, base III, apartado C, de la Constitución federal dispone que en la **propaganda política o electoral** que difundan los partidos y candidaturas, deberán abstenerse de expresiones que calumnien a las personas.
14. Cobran especial relevancia los derechos fundamentales de **libertad de expresión**, en su doble dimensión, *individual y social*, y a la **información**, reconocidos en el artículo 6º de la Constitución federal.
15. Para la Corte Interamericana de Derechos Humanos, a la luz de ambas dimensiones –individual y social–, la libertad de expresión es el derecho de cada persona a no ser impedida de manifestar su propio pensamiento; y también con idéntica importancia, el ejercicio de **un derecho colectivo o social a recibir cualquier información y a conocer la expresión del pensamiento ajeno**¹⁷⁰.

¹⁷⁰ La Colegiación Obligatoria de Periodistas, párr. 30, y Caso Mémoli Vs. Argentina, párr. 119, entre otros.

16. Pero no podemos dejar de lado que no es un derecho dual absoluto; tiene límites y uno de ellos está precisamente en el artículo 41 de la Constitución cuando nos indica que hay una limitante a la libertad de autodeterminación de la propaganda electoral que difunden los partidos políticos: **la calumnia**.
17. Este límite se conceptualiza en el artículo 471, párrafo 2, de la Ley General como la *imputación de hechos o delitos falsos con impacto en un proceso electoral*.
18. Entonces, las imputaciones “falsas” o que contengan información que se preste a confusión o falta de certeza están prohibidas, pues afectan los procesos democráticos, no abonan al debate y, por supuesto, tampoco a un voto informado.
19. Antes de continuar y para efectos del análisis de calumnia, precisaremos que esta publicidad de camiones no nació como propaganda político-electoral, como para poder analizarla directamente y decidir si hay o no; sin embargo, parte de la acusación es que hagamos ese ejercicio de vinculación de esta propaganda con las fuerzas políticas, que se afirmó, están detrás de ella.
20. Esta premisa nos lleva a verificarla.



21. Vemos:
 - La imagen de Andrés Manuel López Obrador, quien entonces era candidato a la presidencia de la República, postulado por la coalición “*Juntos Haremos Historia*”, integrada por MORENA, PT y el Partido Encuentro Social.
 - Las imágenes de Hugo Chávez, Juan Domingo Perón y Luiz Inácio Lula da Silva.
 - Las frases: “*La Serie: Populismo en América Latina*” y “*PRÓXIMAMENTE...*”.
22. Del relato previo de las defensas y pruebas sabemos que *Piña Digital* solicitó (vía telefónica y correo electrónico), a la empresa *UMP Cobertura*, sus servicios para colocar publicidad alusiva a la serie “*Populismo en América Latina*”, en 100 camiones de la Ciudad de México, del 20 de abril al 19 de mayo de 2018 y que pagó \$1´426,800 (un millón cuatrocientos veintiséis mil ochocientos pesos 00/100 M.N.).
23. UMP Cobertura dijo que pactó, de manera verbal, con cada una de las y los permisionarios de los camiones la colocación de la propaganda, sin que haya contradicción sobre esta afirmación.
24. Ahora, *Piña Digital* y sus accionistas Javier García Mata y Virna Gómez Piña, coincidieron en señalar que la estrategia de mercadotecnia y promoción de la serie fue con fines comerciales de informar, enterar y divulgar su exhibición, para que fuera vista por las teleaudiencias que se inclinan por el género documental.
25. Señalaron también que la realización y producción de la serie se financió con recursos privados.
26. Esta Sala Especializada observa que se acreditó una relación comercial entre *Piña Digital* y las empresas TV Promo, S.A. de C.V. y Grupo T.V.

Promo, S.A. de C.V., cuyo accionista mayoritario es Alejandro Quintero Íñiguez¹⁷¹.

27. Sin embargo, del expediente de este procedimiento especial sancionador no se advierten pruebas o indicios que Alejandro Quintero Íñiguez tenga vínculos con el PRI o que trabajara como asesor de campaña con el entonces candidato José Antonio Meade Kuribreña, postulado por la coalición "*Todos Por México*", integrada por el PRI, PVEM y Nueva Alianza.
28. Por su parte, los partidos políticos que participaron en el proceso electoral federal 2017-2018, negaron cualquier vínculo con las personas realizadoras de la Serie; en específico dijeron que Javier García Mata, Virna Gómez Piña y Alejandro Quintero Íñiguez no son militantes y negaron tener relación con la colocación de la propaganda que se denunció.
29. Si bien la Subsecretaría de Afiliación y Registro Partidario del PRI encontró un registro coincidente con el nombre de Javier García Mata, señaló que los datos de la clave de elector no coincidían con la que se proporcionó para la búsqueda; no podríamos afirmar que es la misma persona que realizó la Serie-Documental.
30. Aspecto que se refuerza con el oficio de la DEPPP¹⁷² de 19 de diciembre de 2018, donde señaló que no encontró registro de Virna Gómez Piña, Alejandro Quintero Íñiguez y Javier García Mata, en la búsqueda de los padrones de afiliación de los partidos políticos nacionales y locales, de 2014 a diciembre de 2018.
31. Como una primera valoración de esta Sala, podemos decir que la propaganda de la serie-documental "*Populismo en América Latina*", que se

¹⁷¹ Persona denunciada por tener una relación laboral con el ex candidato presidencial José Antonio Meade Kuribreña.

¹⁷² Hoja 2294 del cuaderno accesorio 4.

fijó en los camiones de la Ciudad de México, no es propaganda política o político electoral; vemos que se diseñó como una estrategia comercial¹⁷³, para presentarla a las personas y así captar su atención y generar mayor audiencia.

32. Bajo este panorama normativo y fáctico es válido considerar que esta propaganda comercial física no es un depositario de frases o alusiones que puedan tener calumnia en materia electoral, porque no tiene naturaleza política o política-electoral genuina o por equiparación; **ya que vista, en forma aislada**, anuncia o promociona una pieza o serie-documental con las imágenes representativas de su contenido.

33. De ahí que el ilícito de calumnia sea inexistente.¹⁷⁴

34. No obstante esta conclusión, del relato que hicimos antes, advertimos que la acusación¹⁷⁵ pide que los distintos tipos de propaganda que se hicieron por parte de Javier García Mata, Virna Gómez Piña y Piña Digital, S. de R.L. de C.V., como parte de su estrategia publicitaria para comercializar y dar a conocer la serie *“Populismo en América Latina”*, se analicen en su conjunto y también acorde al momento (campaña) en que se realizaron, por eso, más adelante, volveremos a la publicidad en camiones, pero ya como parte de ese estudio integral que se solicitó.

 **Enseguida analizaremos la contratación y/o adquisición indebida de tiempo en televisión.**

35. El estudio de este ilícito se hará, sobre el fragmento, spot o *tráiler*, que se difundió en el canal Imagen Televisión (concesionaria Cadena Tres I, S.A. de C.V.) sobre el capítulo de Andrés Manuel López Obrador *“El Redentor Furioso”*.

¹⁷³ En nuestro país, el derecho al libre comercio está en el artículo 5° de la Constitución federal.

¹⁷⁴ Es útil por el criterio que la guía y en lo conducente, la tesis de Sala Superior XXXI/2018: CALUMNIA ELECTORAL. LOS PERIODISTAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EJERCICIO DE SU LABOR NO SON SUJETOS RESPONSABLES.

¹⁷⁵ Queja de 26 de octubre de 2018 y su ampliación, el 25 de febrero de 2019.

36. En principio debemos decir que el artículo 41, base III, apartado A, de la Constitución federal, regula el modelo de comunicación política en México; señala que los partidos políticos y candidaturas pueden comunicarse con la ciudadanía, mediante radio y televisión, pero solo a través del tiempo que administra el Estado.
37. El citado artículo 41 Constitucional y 159, párrafos 4 y 5, de la Ley General establecen que el INE es la única autoridad que puede administrar el tiempo del Estado en radio y televisión.
38. Asimismo, tales disposiciones establecen que **ninguna persona física o moral, ni los partidos o candidaturas a cargos de elección popular podrán contratar o adquirir**, por sí mismas o por medio de terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión.
39. Es decir, por disposición constitucional y legal, **está prohibida la contratación y/o adquisición de tiempo en estos medios de comunicación.**
40. Sala Superior precisó que la autoridad administrativa electoral es la única que se puede encargar de administrar el tiempo que le corresponde al Estado en radio y televisión¹⁷⁶.
41. La Sala Superior dijo también¹⁷⁷ que ambas conductas prohibidas por la Constitución y la Ley, tienen diferencias y son:
- Contratar tiempos, en cualquier modalidad de radio y televisión, por sí o por terceras personas, y
 - Adquirir tiempos, en cualquier modalidad de radio y televisión por sí o por terceras personas.
42. Cabe hacer mención, que dichos términos se refieren a:

¹⁷⁶ Jurisprudencia 23/2009: **RADIO Y TELEVISIÓN. EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL ES EL ÚNICO FACULTADO PARA ORDENAR LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA POLÍTICA O ELECTORAL.**

¹⁷⁷ SUP-REP-426/2015.

- **“Contratar”** como la acción concreta de un acuerdo actual y real entre las partes donde hay a cambio dinero o alguna otra contraprestación; y
 - **“Adquirir”** como sinónimo de conseguir, alcanzar, lograr, obtener lo mismo (espacios en radio y televisión), sin que medie ese pacto contractual.
43. El 8 de noviembre de 2018, la autoridad instructora hizo constar la información que presentó la DEPPP sobre el monitoreo de la emisora XHCTMX-TDT canal 29 (3.1 virtual) de la Ciudad de México, los días 26, 27 y 28 de abril, como se observa:

ACTA CIRCUNSTANCIADA 8 DE NOVIEMBRE 2018 (Parte 1)

26 abril

Noticiero: Imagen Noticias

Conductor: Ciro Gomez Leyva

Horario: 22:00 horas (*referencia a la serie a partir de las 22:39:48*)

Mención de la serie ***Populismo en América Latina***, así:



Música de fondo.



Voz **Ciro Gómez Leyva:** *Anoche informamos, presentamos aquí la historia sobre la aparición de publicidad de anuncios en camiones de la ciudad de México sobre una serie de televisión que se anunciaba como populismo en América Latina, una publicidad que hace alusión entre otros a Andrés Manuel Lopez Obrador, nos sorprendió que la publicidad no diera mas detalles sobre esta serie ni quien la producía, ni donde iba a transmitir.*

Hoy le preguntamos a algunas de las principales plataformas de video, y Claro Video y Prime Video, se deslindaron, dijeron que ellos no tienen nada que ver con esto, Netflix nos dijo que ni la van a transmitir, ni están involucrados en la producción y Cinépolis nos confirmó que ellos no la van a poner en salas de cine y lo mismo nos dijo Amazon

Entonces quien es el autor de esta serie, hoy incluso Andrés Manuel López Obrador le pidió al Instituto Nacional Electoral, que se investigue quien está detrás de esta supuesta producción, de la que solo hemos visto su publicidad sin mayores datos en camiones.

Pero hace una hora poco más de una hora recibimos en imagen noticias una carta dirigida a nosotros una carta de los productores, una productora conocida en el medio que se llama La División, y aquí están las respuestas, acá esta la respuesta a la pregunta que hacíamos.

El conductor da lectura a la carta:



Lo leo textual dice: *un equipo de producción de programas y series especiales para diversas plataformas de televisión elaboró una serie acerca (sic) de un fenómeno de*

especial relevancia para América Latina, en un año en que están previstas elecciones en varios países, los productores nos hemos hecho cargo de la objetividad histórica, la veracidad de los hechos reseñados y la pluralidad de opiniones recogidas, así como los altos valores de la propia producción.

Y dicen: en la serie populismo en America Latina hemos honrado estos atributos de la televisión de calidad.

Y concluyen: lamentablemente en el caso de México, el candidato Andrés Manuel López Obrador y su coalición Juntos Haremos Historia, conformada por Morena, PT y el PES, están ejerciendo una presión ilegítima y antidemocrática para impedir que esta serie sea transmitida a las audiencias mexicanas.

Los productores de las serie alentados por la defensa de la libertad e expresión y de opiniones diversas seguiremos buscando medios para la difusión de una serie que tiene los más altos valores de comunicación.

Y firma: Javier García productor ejecutivo y realizador de la División.



Voz *Ciro Gómez Leyva*: *Ahora sabemos quien produjo esta serie es la División, y ahora sabemos que no tienen pantalla no tienen salida para transmitirla.*

-Finaliza y pasa a otra noticia –

ACTA CIRCUNSTANCIADA 8 DE NOVIEMBRE 2018

27 de abril

Noticiero: Imagen Noticias

Conductor: *Ciro Gomez Leyva*

Fecha: 27 abril de 2018

Horario: 22:00 horas (*referencia a la serie a partir de las 22:37:16*)

Mención de la serie ***Populismo en América Latina***, indicó que la casa productora les envió el video que la promociona, como se advierte:



Música de fondo.



Voz *Ciro Gómez Leyva*: Anoche informamos, dimos a conocer aquí en este espacio cuál era la casa productora que había elaborado esta serie de televisión *Populismo en América Latina*, cuya publicidad se difunde en camiones de la ciudad de México, una productora llamada la División, que nos compartió un fragmento de esta serie del capítulo dedicado a *López Obrador*.

Transmisión de un fragmento de la serie:







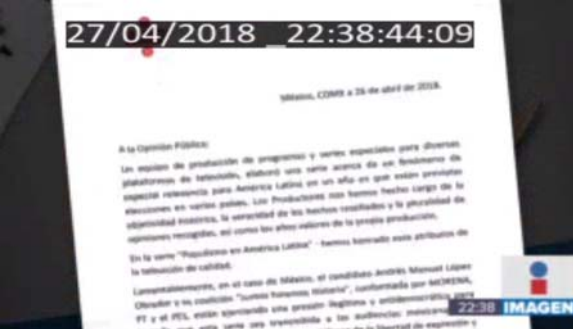
Voz en off: “Los Mexicanos se dividen también en torno a una pregunta: ¿Es López Obrador un Líder populista?”



Opiniones de diversos comentaristas:

Jesús Silva Herzog: Yo creo que, López Obrador aparece como un líder populista sobre todo a partir del proceso electoral 2006.

	<p>Fernando Belauzarán: Nadie hace propaganda con esa efectividad</p>
	<p>Ignacio Marván: Se supone que los líderes populistas son outsider ¿NO?, viene por fuera del sistema.</p> <p>Nadie ha crecido tanto en el Sistema como Andrés Manuel López Obrador.</p>
	<p>Voz en off: Andrés Manuel López Obrador; el redentor furioso”</p>

<p>Continúa el Programa</p>	
	
<p>Voz <u>Ciro Gómez Leyva: Así se llama este capítulo, agradecemos a la División que nos haya dado estos cuarenta segundos.</u></p> <p><u>Hablamos con el productor ejecutivo de esta productora la División, con Javier García el que nos hizo llegar anoche la carta en la que acusaba a López Obrador de estar ejerciendo una presión ilegítima y antidemocrática para que no se transmita la serie, hoy platicamos con él, nos explicó porque se incluyó a López Obrador en esta serie de populistas Latino Americanos.</u></p>	
<p>Fragmentos de la entrevista con el productor de la serie:</p>	



Voz **Ciro Gómez Leyva:** *Javier García, dijo también que las declaraciones de López Obrador, lo que había señalado anoche han complicado que la serie salga al aire.*

Voz **Javier García (Productor Ejecutivo):** *Prácticamente tenemos muy apalabrados ciertos medios en el sentido de que ya querían conocer el material no y desafortunadamente estas declaraciones fueron en contra de cerrar este proceso, es una serie de populismo, no es una serie de Andrés Manuel López Obrador.*

Voz **Ciro Gómez Leyva:** *Y le hace esta invitación a López Obrador.*

Voz **Javier García (Productor Ejecutivo):** *Que lo vea, que lo vea, lo invito a que lo vea, y si tiene la oportunidad y el tiempo me encantaría tener una proyección con él y que lo vea que vea que no estoy atacando a nadie, no hay ninguna difamación en contra de él.*

Voz **Ciro Gómez Leyva:** *Bueno la serie del Populismo en América Latina, estaba según nos dijo hoy el Director estaba lista para difundirse desde febrero, la publicidad comenzó hacerse esta semana como lo vimos aquí y el productor Javier García dice que no descarta subir la serie a una plataforma digital si le siguen cerrando las puertas en los canales de televisión.*

44. Podemos decir que dentro del noticiero que conduce **Ciro Gómez Leyva**, se hizo referencia en dos ocasiones (26 y 27 de abril de 2018), a la serie *“Populismo en América Latina”*; una, a partir de la publicidad en camiones de la Ciudad de México, lo que desencadenó, según dijo, una investigación periodística sobre los pormenores de realización, difusión, cómo se criticó y cuestionó a nivel político, entre otros aspectos.
45. Al día siguiente, retomó el tema, pero se centró más en el fragmento, corto o *tráiler* que le hizo llegar la casa productora *“La División”* y parte de la plática que tuvo con **Javier García Mata** –productor ejecutivo–.
46. **Hasta aquí tenemos un ejercicio periodístico protegido por la libertad de expresión y periodística prevista por el artículo 6º de la Constitución federal.**

47. **Pero** un análisis diferente debe recaer al fragmento, corto o *tráiler* de video relacionado con el capítulo denominado “*Andrés Manuel López Obrador: El Redentor Furioso*”, que el productor Javier García Mata hizo llegar al noticiero, junto con una carta; cuya difusión se realizó (esto se corroboró con el reporte general de la DEPPP, donde informó que el monitoreo de todas las emisoras de televisión a nivel nacional, del 1 al 30 de abril de 2018, únicamente arrojó detecciones el 27 de abril en el canal Imagen Televisión -concesionaria Cadena Tres I, S.A. de C.V.), con impacto en 21 entidades federativas.
48. Este fragmento, corto o *tráiler* ya no está amparado por la libertad de expresión del noticiero, pues es parte de la estrategia publicitaria que se confeccionó¹⁷⁸ para dar a conocer la Serie; por ello, corresponde a esta Sala Especializada definir si la difusión en Televisión de este fragmento o *tráiler* es o no contratación o adquisición de tiempo, fuera del que administra el INE.
49. Diremos, en principio, como un aspecto a destacar, que el fragmento, corto o *tráiler* sobre la serie “*Populismo en América Latina*” que se transmitió en el noticiero de Imagen Televisión, coincidió con la etapa de campañas del proceso electoral 2017-2018.
50. Ahora bien, la campaña es una de las etapas de mayor trascendencia en un proceso electoral; precisamente porque de conformidad con el artículo 242 de la Ley General, es el conjunto de actividades que realizan los partidos políticos nacionales, coaliciones y candidaturas para la obtención del voto.
51. La campaña es un escenario de contienda, donde las candidaturas que buscan acceder a un cargo público, difunden sus propuestas con el objetivo de convencer a las y los votantes; se busca seducir al electorado, a través de un constante flujo de propuestas e información para influir en su decisión a la hora de emitir el voto.

¹⁷⁸ Por Piña Digital, S. de R.L. de C.V. (nombre comercial “*La División*”) y Javier García Mata (productor).

52. A partir de este preámbulo, veremos solo el contenido del fragmento, corto o tráiler.



Voz en off: “Los Mexicanos se dividen también en torno a una pregunta: ¿Es López Obrador un Líder populista?”



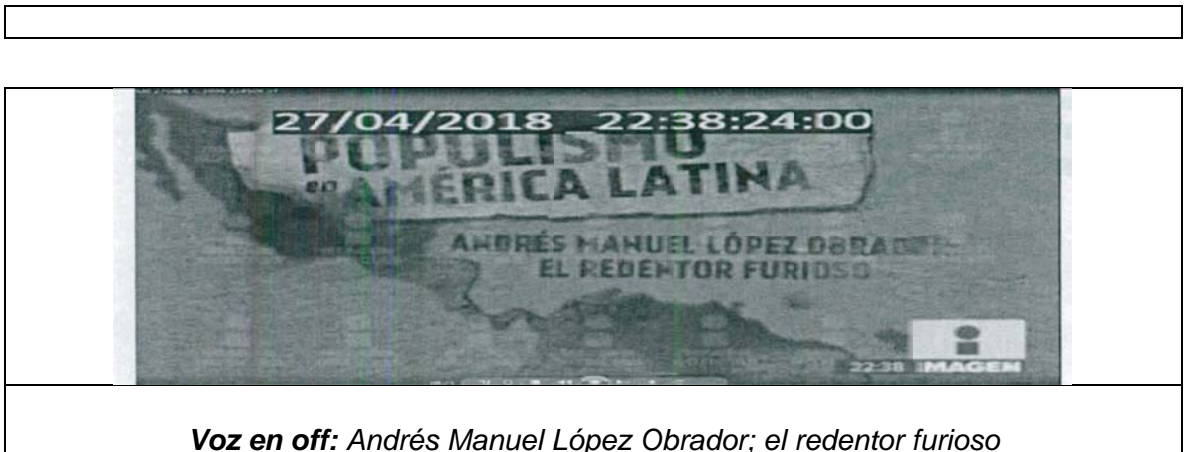
Jesús Silva Herzog: Yo creo que, López Obrador aparece como un líder populista sobre todo a partir del proceso electoral 2006.



Fernando Belauzarán: Nadie hace propaganda con esa efectividad.



Ignacio Marván: Se supone que los líderes populistas son outsider ¿NO?, viene por fuera del sistema. Nadie ha crecido tanto en el Sistema como Andrés Manuel López Obrador.



53. Llama la atención que:
- Se centró en la figura e imagen de Andrés Manuel López Obrador con un cuestionamiento general de si era o no líder populista.
 - Hay tres posiciones claras de personas que dan su punto de vista sobre el propio Andrés Manuel López Obrador.
 - Cierra el fragmento publicitario con la imagen geográfica central de México y Latinoamérica, el nombre en grande de “*Populismo en América Latina*”; además, gráficamente y con audio “*Andrés Manuel López Obrador: El Redentor Furioso*”.
 - En todo momento en el recuadro inferior derecho aparece el logo de identificación del canal *Imagen Televisión*.
54. Ya dijimos que, como parte de ese ejercicio periodístico de investigación e información, es razonable que el conductor tratara un tema que le pareció de trascendencia para determinado sector de la sociedad que pudiera tener interés.
55. **Pero** la inserción del fragmento, corto o *tráiler* publicitario que envió Javier García Mata, con las características recién destacadas, no se justifican puesto que tiene contenido que se puede identificar, con gran facilidad, a cuestiones político electorales, en un espacio destinado a la labor periodística, sin que se advierta alguna cuestión excepcional o coyuntura específica que pueda excusar o disculpar esta difusión.

56. Máxime y sobre todo que estaba en pleno desarrollo la campaña de la elección presidencial, donde justamente Andrés Manuel López Obrador era candidato y este video se vio en 21 entidades federativas; es decir, prácticamente en todo el territorio nacional.
57. De tal manera, estamos ante un fragmento, corto o *tráiler* publicitario con contenido que puede calificarse como político electoral; puesto que se desdibujó su aspecto comercial y de promoción de la Serie para convertirse en propaganda político-electoral por *equiparación*, lo que nos lleva a contrastarla con nuestro marco normativo y conceptual aplicable.
58. Ya hablamos del diseño del modelo de comunicación política, desde el artículo 41 constitucional y, sobre todo de la prohibición constitucional y legal de contratar o adquirir tiempo de radio y televisión.
59. **Pues bien, a partir del esquema normativo aplicable, en opinión de esta Sala Especializada, estamos frente a un caso de Adquisición indebida de tiempo en televisión.**
60. Esto es así, porque cuando Javier García Mata (*La División*), en su carácter de creador y productor ejecutivo mandó el fragmento, corto o *tráiler* de la Serie, buscó o se abrió un espacio en televisión, y eso, junto con las características del video que ya destacamos, provocan que se actualice adquisición indebida como sinónimo de lograr, alcanzar, conseguir, obtener, de manera ilegal, un espacio que por su contenido político electoral, por *equiparación*, tiene como riesgo influir en las preferencias electorales; en el caso, generar alguna imagen de quien fuera candidato a la presidencia de la República.
61. El artículo 41, base III, apartado A, de la Constitución es claro al establecer la prohibición de adquirir propaganda en dos casos: (i) cuando influya en las preferencias electorales, (ii) o cuando influya a favor o en contra de partidos o candidaturas; infracción, que a nivel legal se reitera.
62. Así, la infracción se actualiza con la sola existencia de propaganda política o electoral también por *equiparación*, dirigida a influir en el electorado, con

independencia de si existen pronunciamientos a favor o en contra de una fuerza política.

63. Por tanto, si bien en el fragmento, corto o *tráiler* no se advierten manifestaciones expresas en torno al proceso electoral sobre la candidatura; sin embargo, esta Sala Especializada considera que el hecho de insertar un video de 40 segundos en ese canal de televisión, en fechas coincidentes con la etapa de campañas electorales, con alusión a quien entonces tenía la calidad de candidato, pudo incidir en las preferencias electorales de la ciudadanía.
64. En consecuencia, tuvo lugar la infracción prevista en el artículo 470, fracción I, inciso a), de la Ley General.

Responsabilidad de esta infracción

Piña Digital, S. de R.L. de C.V.

- Porque su representante es Javier García Mata, quien, en uso del nombre comercial "*La División*", envió "*la carta*" y el fragmento, corto o *tráiler* al noticiero.

Cadena Tres, S.A. de C.V.¹⁷⁹

- Porque es la concesionaria del canal *Imagen Televisión*.
- En ese canal, el 27 de abril, se difundió el fragmento, corto o *tráiler* sobre el capítulo 5 de la Serie, denominado: "*Andrés Manuel López Obrador: El Redentor Furioso*".

OCTAVA. Análisis conjunto de la campaña publicitaria de la serie *Populismo en América Latina*.

Quién la diseñó:

65. La campaña publicitaria estuvo a cargo de Piña Digital, S. de R.L. de C.V., quien contrató con UMP Cobertura e Imagen en Medios Publicitarios, S.A.

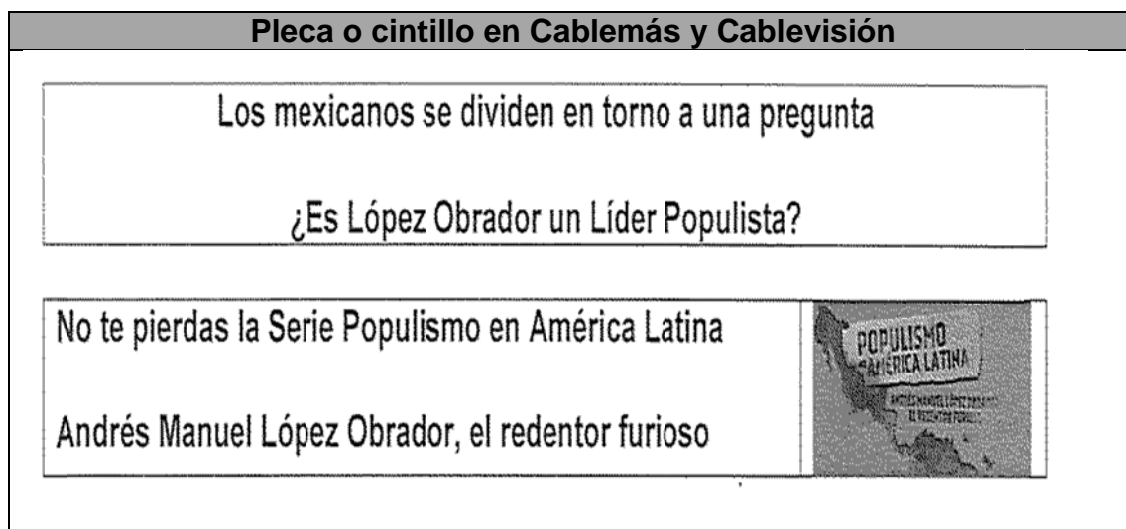
¹⁷⁹ Sentencia de esta Sala Especializada SRE-PSC-136/2018 y SRE-PSC-159/2018, donde se razonó que las concesionarias son responsables por los contenidos que difunden.

de C.V.¹⁸⁰, la colocación de propaganda en 100 camiones de la Ciudad de México, del 20 de abril al 19 de mayo de 2018¹⁸¹.

66. Podemos decir que hay un indicio fuerte que Piña Digital, S. de R.L de C.V. contrató con LGN ADVERTISING GROUP, S.A. de C.V, servicios publicitarios destinados al lanzamiento de la serie a través del servicio digital en teléfonos celulares bajo un formato de video *preroll*.¹⁸²

Quién aportó el video:

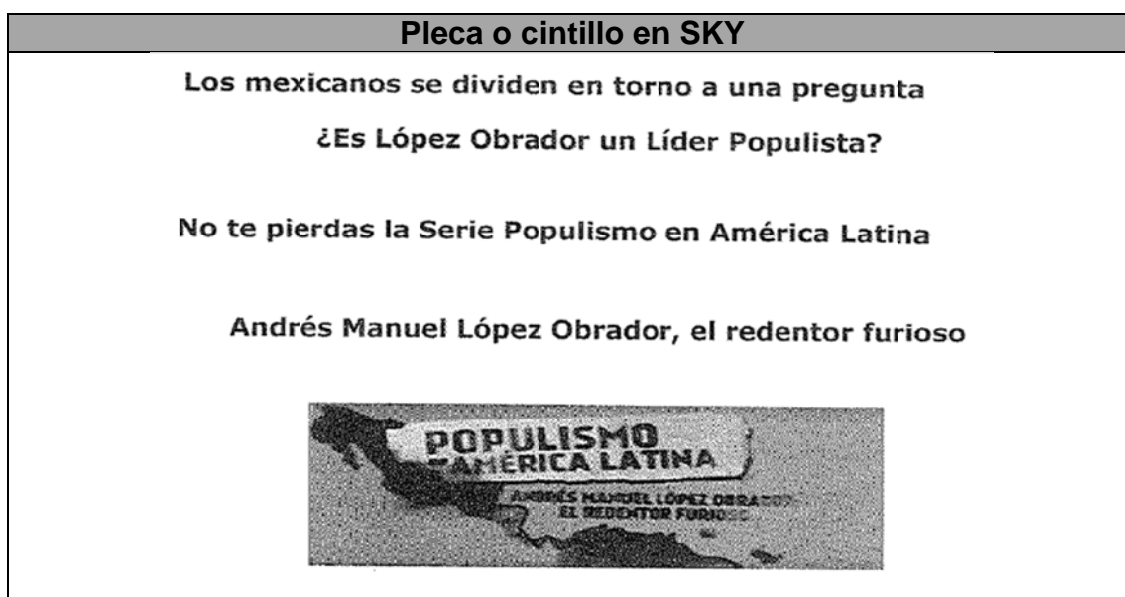
67. El fragmento, corto o *tráiler* que se difundió en *Imagen Televisión*, lo hizo llegar Javier García Mata a nombre de Piña Digital, S. de R.L. de C.V. (nombre comercial "*La División*").
68. Además, conforme a las manifestaciones de SKY, Cablemás y Cablevisión, los días 1, 2 y 3 de mayo de 2018, se difundieron plecas o cintillos con publicidad de la serie "*Populismo en América Latina*".



¹⁸⁰ En el expediente se hallaron otras modalidades de publicidad, como la denominada *preroll*, a cargo de la empresa LGN ADVERTISING GROUP, S.A. de C.V, sin embargo, esta publicidad no se denunció. Únicamente se denunció como parte de las empresas que, a decir de la quejosa, recibieron y erogaron recursos para promocionar la Serie.

¹⁸¹ Pagó \$1'426,800.00, hoja 1907 a 1909 del accesorio 3.

¹⁸² Existe el reconocimiento de LGN Advertising Group, S.A. de C.V. por la cantidad de \$70,000.00



69. Si bien no se tiene certeza de los impactos que esta modalidad de publicidad tuvo, se puede decir razonablemente que como mínimo hubo 1 impacto por día, por canal.

Aspectos temporales:

70. La propaganda y publicidad señaladas, coincidieron en su exposición ante la ciudadanía en abril y mayo de 2018; es decir, en pleno proceso electoral, en específico, en la etapa de campañas.

Otros aspectos a destacar.

71. La publicidad en camiones tiene 4 imágenes: Hugo Chávez, Juan Domingo Perón, Luiz Inácio Lula da Silva y, al frente, Andrés Manuel López Obrador con la banda presidencial.
72. La serie se compone de 5 capítulos; sin embargo, el fragmento corto o *tráiler* que se difundió en *Imagen Televisión*, solo se enfoca en: “*Andrés Manuel López Obrador: El Redentor Furioso*”.
73. Las plecas o cintillos son elementos gráficos que plantean la pregunta ¿Es López Obrador un líder populista?, invitan a ver la serie “*Populismo en América Latina*”, en específico el capítulo denominado: “*Andrés Manuel López Obrador: El Redentor Furioso*”.

74. Sin cuestionar el nombre del capítulo (porque es integral a la libertad de expresión del realizador); llama la atención la forma en que aparece en el fragmento, corto o *tráiler* y en las plecas o cintillos, entonces adquiere un matiz diferente, por las definiciones de estas palabras.
75. “*Redentor*” es la persona que redime, salva, libera o elimina dolor, pena o castigo; entre otros y,
76. “*Furioso*” es quien siente furia, cólera, enojo, que se manifiesta con violencia, etcétera; por tanto, podría parecer como alguien que viene a salvar a la gente pero de forma irracional, violenta, desequilibrada; estas alusiones en plena campaña del proceso electoral pueden confundir o incidir en las y los electores.
77. Además, la investigación periodística sugiere que la Serie no tiene espacio en televisión, y que se subió a Amazon Prime Video hasta el 25 de junio de 2018; es decir, se promocionó en campaña electoral, sin tener alguna fecha cierta de estar al aire o disponible para personas suscritas a alguna plataforma digital.
78. Los elementos que recién se analizaron dan la pauta para considerar que la **campaña publicitaria** (en camiones de la Ciudad de México, en el spot, corto o tráiler televisivo, el servicio preroll y las plecas o cintillos) de la serie “*Populismo en América Latina*”, por su diseño, características y particularidades específicas ya destacadas, pudo generar confusión en la ciudadanía, en el marco de la campaña del proceso electoral presidencial 2017-2018 y con ello el riesgo de influenciar en las preferencias electorales¹⁸³.
79. Ante esta situación estableceremos la responsabilidad de las personas involucradas que debemos sumar a las conductas ilícitas.

¹⁸³ Los artículos 6 y 35 de la Constitución garantizan el ejercicio de un derecho de la ciudadanía, que es el voto informado.

Piña Digital, S. de R.L. de C.V.

- Como responsable de la campaña publicitaria¹⁸⁴ que se colocó en 100 camiones¹⁸⁵ de la Ciudad de México del 20 de abril al 19 de mayo de 2018.
- Para esta colocación pagó a UMP Cobertura \$1´426,800.00.

Partes no responsablesConcesionarias de televisión restringida

- Cablevisión S.A. de C.V.,
- Cablemas, Telecomunicaciones, S.A. de C.V.,
- NOVABOX, S. de R.L. de C.V y Corporación Novavisión S. de R.L. de C.V. (SKY).

80. Porque si bien manifestaron que se difundió una pleca o cintillo con publicidad de la Serie el 1, 2 y 3 de mayo de 2018, en los respectivos canales donde se transmite la señal de NatGeo, NatGeoWild o National Geographic, no existe prueba que genere indicio o certeza para poderlas responsabilizar. Máxime que su obligación como concesionarias de televisión restringida se limita a retransmitir la señal de los canales tal y como el programador se la hace llegar, de forma íntegra y sin realizar modificación alguna¹⁸⁶.

FOX INTERNATIONAL CHANNELS MEXICO, S. DE R.L. DE C.V.

81. Porque no existe prueba que genere indicio o certeza que contrataron las plecas o cintillos con publicidad de la serie "*Populismo en América Latina*" para difundirse a través de los canales NatGeo, NatGeoWild o National Geographic.

- José Antonio Meade Kuribreña.
- INTEGRA METAS ESTRATÉGICAS, S.A. de C.V.
- Alejandra Sota Mirafuentes.
- T.V. Promo, S.A. de C.V.
- Grupo TV Promo, S.A. de C.V.
- Alejandro Quintero Íñiguez

¹⁸⁴ En el expediente se hallaron otras modalidades de publicidad, como la denominada *preroll*, a cargo de la empresa LGN ADVERTISING GROUP, S.A. de C.V, sin embargo, esta publicidad no se denunció. Únicamente se denunció como parte de las empresas que, a decir de la quejosa, recibieron y erogaron recursos para promocionar la Serie.

¹⁸⁵ Mediante correos electrónicos. Hojas 1916 a 1926 del cuaderno accesorio 3.

¹⁸⁶ Conforme al artículo 164 de la Ley Federal de Telecomunicaciones.

- Virna Gómez Piña¹⁸⁷
- Mónica Bolaños Cacho Albarrán;
- Partidos políticos Acción Nacional, Movimiento Ciudadano, Nueva Alianza, Encuentro Social, del Trabajo, de la Revolución Democrática, Revolucionario Institucional y Verde Ecologista de México.

82. Porque no participaron en la producción, difusión y promoción de la Serie.

Javier García Mata

83. Porque se acreditó que la campaña publicitaria de la Serie la aportó o contrató a través de la empresa Piña Digital, S. de R.L. de C.V. (cuyo nombre comercial es La División) y no de manera individual.

LGN ADVERTISIN GROUP, S.A. de C.V. y Samuel Derzavich Kahan

84. Si bien se acreditó que formaron parte de la publicidad *preroll*; no se denunció como conducta ilícita, únicamente se le vinculó como una de las sociedades mercantiles que recibieron y erogaron recursos para promocionar la Serie.

Servicios Comerciales Amazon México S. de R.L. de C.V. (Amazon)

85. Como se señaló en el pronunciamiento especial sobre “Populismo en América Latina”, la serie o documental se inscribe como una de las formas de libertad de expresión que debe gozar de protección, inviolabilidad y evitar su censura, por eso, a esta plataforma digital no se le puede reprochar alguna conducta ilícita.

 Uso de recursos públicos.

86. Lo que hasta aquí analizamos y que cubre toda la materia de la controversia, nos permite concluir, por vía de consecuencia, que no hay uso indebido de recursos públicos, toda vez que de la investigación que realizó la autoridad instructora, no se advierte que se destinaran recursos públicos o fondos gubernamentales para la elaboración de la propaganda de la serie “*Populismo en América Latina*”.

¹⁸⁷ Si bien se acreditó que es accionista de Piña Digital, S. de R.L. de C.V., no hubo prueba de su participación en el diseño de la estrategia publicitaria.

NOVENA. Calificación de la falta e individualización de la sanción.

87. **La falta es para Piña Digital, S. de R.L. de C.V.**, en específico la adquisición a la que se suma el diseño de la campaña publicitaria que se fijó en camiones, el fragmento, corto o *tráiler* que se difundió en televisión, la inserción de la pleca o cintillo y la publicidad en modalidad *preroll*.
88. **Respecto a Cadena Tres I, S.A. de C.V.**, es necesario precisar que no sancionamos la actividad periodística del noticiero, pero, como estamos ante adquisición indebida de tiempo en televisión, es responsable por ser el medio (canal-concesionaria) donde se difundió el fragmento, corto o *tráiler*.
- **Se deben considerar el cómo, cuándo y dónde** (Circunstancias de modo, tiempo y lugar de la infracción, así como las condiciones externas, medios de ejecución, reincidencia y benefició económico).
- Colocación de publicidad en 100 camiones de transporte público de la Ciudad de México, del 20 de abril al 19 de mayo de 2018.
 - Difusión, el 27 de abril de 2018, de un fragmento, corto o *tráiler* en televisión fuera de los tiempos que administra el Estado, vía adquisición indebida.
 - La inserción de una pleca o cintillo, los días 1, 2 y 3 de mayo, en los canales NatGeo, NatGeo Wild y National Geographic, que se difundieron en SKY, Cablemás y Cablevisión.
 - Se contrató publicidad a través del servicio digital en teléfonos celulares bajo un formato de video *preroll* con la empresa LGN ADVERTISIN GROUP, S.A. de C.V.
 - A través del noticiero nocturno de Imagen Televisión 3.1 cuya concesionaria es Cadena Tres I, S.A. de C.V.
 - Se acreditaron **dos faltas** a la normativa electoral para Piña Digital, S. de R.L. de C.V.¹⁸⁸ y **una falta** para Cadena Tres I, S.A. de C.V.
 - No hay intención o dolo.
 - Los derechos jurídicos que se cuidan, son el debido acceso a televisión en los tiempos que administra el Estado y el derecho de la ciudadanía de recibir información político electoral, sin influir en sus preferencias.
 - No hay antecedente que esta autoridad sancionara a Piña Digital, S. de R.L. de C.V. y a Cadena Tres I, S.A. de C.V. por estas conductas.

¹⁸⁸ Adquisición indebida de tiempo en televisión y campaña publicitaria a través de propaganda en camiones de la Ciudad de México.

- No hay beneficio económico.

Calificación de la conducta: **GRAVE ORDINARIA.**

89. **Individualización de la sanción:** Piña Digital, S. de R.L. de C.V., merece una multa, en términos del artículo 456, inciso e), fracción III, de la Ley General.
90. Para calcular la multa se debe tomar en cuenta la **condición socioeconómica de Piña Digital, S. de R.L. de C.V.**, para que no sea excesiva; por ello, se analiza su situación financiera con documentación del expediente; en específico, las percepciones anuales de su declaración ante el Servicio de Administración Tributaria.
91. La **multa será de 15,000 UMAS** (Unidad de Medida y Actualización)¹⁸⁹, equivalente a **\$1´209,000.00** (un millón doscientos nueve mil pesos 00/100 M.N.).
92. Se fija esta cantidad porque **Piña Digital, S. de R.L. de C.V.**, adquirió de manera indebida tiempo en televisión, por el fragmento, corto o *tráiler* que se difundió en televisión; diseñó la campaña publicitaria que se fijó en camiones; se tiene indicio que contrató publicidad en modalidad *preroll* y que se benefició con la inserción de la pleca o cintillo el 1, 2 y 3 de mayo en NatGeo, NatGeoWild o National Geographic.
93. **Cadena Tres I, S.A. de C.V.**, merece una multa, en términos del artículo 456, inciso e), fracción III, de la Ley General.
94. Para calcular la multa se debe tomar en cuenta la **condición socioeconómica de Cadena Tres I, S.A. de C.V.**, para que no sea excesiva; por ello, se analiza su situación financiera con documentación del expediente; en específico, las percepciones anuales de su declaración ante el Servicio de Administración Tributaria.

¹⁸⁹ El diez de enero del dos mil dieciocho, se publicó en el Diario Oficial de la Federación la actualización al valor de la Unidad de Medida y Actualización (UMA), cuyo valor actual a partir del primero de febrero de 2018 es de \$80.60 (ochenta pesos y sesenta centavos moneda nacional), cantidad con la que se debe sancionar, toda vez que la conducta se cometió después del primero de febrero dos mil dieciocho y antes de que entrara en vigor la modificación correspondiente (1 febrero de 2019) lo cual resulta acorde con la tesis de la Sala Superior II/2018 de rubro MULTAS. DEBEN FIJARSE CON BASE EN LA UNIDAD DE MEDIDA Y ACTUALIZACIÓN VIGENTE AL MOMENTO DE LA COMISIÓN DE LA INFRACCIÓN.

95. La **multa será de 3000 UMAS** (Unidad de Medida y Actualización), equivalente a **\$241,800.00** (doscientos cuarenta y un mil ochocientos pesos 00/100 M.N.).
96. Se fija esta cantidad porque **Cadena Tres I, S.A. de C.V.**, es el medio (canal-concesionaria) donde se difundió el fragmento, corto o *tráiler*.
97. La documentación que se estudia para este cálculo es información confidencial de acuerdo al artículo 116 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la información Pública, por eso, el análisis está en el **ANEXO ÚNICO** en sobre cerrado y rubricado, que deberá notificarse exclusivamente a Piña Digital, S. de R.L. de C.V. y Cadena Tres I, S.A. de C.V.

Pago de la multa.

98. Se da un plazo **de quince días** y se solicita a la Dirección Ejecutiva de Administración del INE que informe a esta Sala cuando se paguen¹⁹⁰.

DÉCIMA. Vistas y Comunicaciones

99. Se da vista con la sentencia y las constancias del expediente a:
- ❖ La **Fiscalía Especializada para la Atención de Delitos Electorales (FEPADE)** y a la **Unidad de Inteligencia Financiera** de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (*UIF*), porque se tiene conocimiento que tienen abiertas líneas de investigación que se relacionan con este asunto.
 - ❖ A la Unidad Técnica de Fiscalización del INE, porque del expediente se sabe que tiene abierta una carpeta de investigación por el posible rebase de tope de gastos de campaña y aportaciones de entes mercantiles.

Comunicación a la Unidad de Inteligencia Financiera (UIF) de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público

¹⁹⁰ Con fundamento en el artículo 458, párrafos 7 y 8, de la Ley General.

100. De las pruebas del expediente se advirtió la operación entre Piña Digital, S. de R.L. de C.V. y UMP Cobertura e Imagen en Medios Publicitarios, S.A. de C.V. por \$1´426,800.00 (un millón, cuatrocientos veintiséis mil ochocientos pesos M/N).
101. UMP Cobertura dijo que pactó, de manera verbal y en efectivo, con cada uno de las y los permisionarios de los camiones, la colocación de la propaganda.
102. Por tanto, se le comunica la información de esta operación para que, en el ámbito de sus atribuciones determine lo que corresponda.
103. Esta sentencia deberá publicarse, en su oportunidad, en el Catálogo de Sujetos Sancionados en los Procedimientos Especiales Sancionadores alojado en la página de Internet de esta Sala Especializada.

PUNTOS DE RESOLUCIÓN

PRIMERO. Piña Digital S. de R.L. de C.V. es responsable de la adquisición de tiempo en televisión y el diseño de la campaña publicitaria que pudo influir en las preferencias electorales.

SEGUNDO. Se impone a Piña Digital, S. de R.L. de C.V. una multa de **15,000 UMAS** (Unidad de Medida y Actualización), equivalente a **\$1´209,000.00** (un millón doscientos nueve mil pesos 00/100 M.N.).

TERCERO. Cadena Tres I, S.A. de C.V. es responsable por difundir el fragmento, corto o *tráiler* en televisión y se le impone una multa de **3,000 UMAS** (Unidad de Medida y Actualización), equivalente a **\$241,800.00** (doscientos cuarenta y un mil ochocientos pesos 00/100 M.N.).

CUARTO. Se comunica esta sentencia a la Fiscalía Especializada para la Atención de Delitos Electorales (*FEPADE*) y a la Unidad de Inteligencia Financiera (*UIF*) de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y a la Unidad Técnica de Fiscalización del INE.

QUINTO. No son responsables de las conductas: Unión de permisionarios de transporte colectivo ruta 25 A.C.; Organización de Transportistas en General del Cerro del Judío Ramales, A.C. Ruta 42; Concesionarios Emiliano Zapata del Sur, A.C., Ruta 70; Organización Nacional de Transportistas Libertadores Unidos Sitio 302 y Amarillos José María Xicotencatl, Ruta 76; Ricardo Bravo Minor, representante de la ruta 80; Guillermina Pineda Salgado; Jessica Otero Mejía; José Brígido Otero Hernández; UMP Cobertura e Imagen en Medios Publicitarios, S.A. de C.V.; Mónica Bolaños Cacho Albarrán; Servicios Comerciales Amazon México, S. de R.L. de C.V.; T.V. Promo, S.A. de C.V.; Grupo TV Promo, S.A. de C.V.; Javier García Mata; Virna Gómez Piña; Alejandro Quintero Íñiguez; Alejandra Sota Mirafuentes; Integra Metas Estratégicas, S.A. de C.V.; LGN Advertising Group S.A. de C.V.; Samuel Derzavich Kahan; Telepersonal, S.A. de C.V.; Cablevisión, S.A. de C.V.; Cablemás Telecomunicaciones, S.A. de C.V.; NOVABOX, S. de R.L. de C.V. y Corporación Novavisión S. de R.L. de C.V.; Fox International Channels Mexico, S. de R.L. de C.V.; Fox Latin American Channel, LLC; José Antonio Meade Kuribreña; y los partidos políticos Acción Nacional, Movimiento Ciudadano, Nueva Alianza, Encuentro Social, del Trabajo, de la Revolución Democrática, Revolucionario Institucional y Verde Ecologista de México.

SEXTO. La presente sentencia debe publicarse en el Catálogo de Sujetos Sancionados en los Procedimientos Especiales Sancionadores.

SÉPTIMO. Comuníquese de inmediato esta sentencia a la Sala Superior.

Esta es la sentencia que en voto particular sostengo.

MAGISTRADA

GABRIELA VILLAFUERTE COELLO

GVC/afgp/ndh