

RECURSO DE APELACIÓN

EXPEDIENTE: SUP-RAP-198/2009

ACTOR: PARTIDO DE LA
REVOLUCIÓN DEMOCRÁTICA

TERCERO INTERESADO: PARTIDO
ACCIÓN NACIONAL

AUTORIDAD RESPONSABLE:
CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO
FEDERAL ELECTORAL

MAGISTRADO PONENTE:
CONSTANCIO CARRASCO DAZA

**MAGISTRADA ENCARGADA DEL
ENGROSE:** MARÍA DEL CARMEN
ALANÍS FIGUEROA

SECRETARIOS: ENRIQUE FIGUEROA
AVILA Y ROBERTO JIMÉNEZ REYES

México, Distrito Federal, a veintiséis de agosto de dos mil
nueve.

VISTOS para resolver los autos del recurso de apelación
identificado al rubro, interpuesto por el Partido de la Revolución
Democrática, por medio del cual se impugna la resolución
CG320/2009, dictada por el Consejo General del Instituto
Federal Electoral, en el procedimiento especial sancionador
SCG/PE/PRI/CG/158/2009; y,

R E S U L T A N D O

I. La demanda y las constancias del expediente, permiten advertir los antecedentes siguientes:

1. El nueve de junio de dos mil nueve, el representante del Partido Revolucionario Institucional ante el Consejo General del Instituto Federal Electoral, presentó escrito en la Oficialía de Partes de la Secretaría Ejecutiva de dicha institución, por el que presentó denuncia por hechos que consideró infracciones al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, cometidos por el Partido Acción Nacional y/o César Nava Vázquez, candidato a Diputado Federal por el 15 Distrito Electoral en el Distrito Federal.

2. El diecinueve de junio de dos mil nueve, la denuncia aludida fue admitida integrándose el expediente SCG/PE/PRI/CG/158/2009.

3. El veinticuatro de junio de dos mil nueve, se llevó a cabo la audiencia de pruebas y alegatos correspondiente al procedimiento sancionador precisado.

4. El veintiséis de junio de dos mil nueve, el Consejo General del Instituto Federal Electoral llevó a cabo sesión extraordinaria en la que emitió resolución en el expediente

señalado, en la que declaró infundada la queja motivo del procedimiento sancionador en cuestión.

5. En desacuerdo con lo anterior, el treinta de junio de dos mil nueve, el representante del Partido de la Revolución Democrática, presentó escrito ante el Consejo General del Instituto Federal Electoral, mediante el que interpuso Recurso de Apelación.

II. El cuatro de julio de dos mil nueve, se recibió en la Oficialía de Partes de la Sala Superior, el oficio número SCG/1984/2009, del Secretario del Consejo General del Instituto Federal Electoral, mediante el que remitió el expediente integrado con motivo del recurso de apelación interpuesto por el partido político actor, al que adjuntó, entre otros documentos, el original de la demanda, la resolución impugnada, informe circunstanciado y escrito del tercero interesado.

III. El día señalado, la Magistrada Presidenta del Tribunal Electoral ordenó integrar el expediente SUP-RAP-198/2009 y turnarlo a la ponencia del Magistrado Constancio Carrasco Daza, para los efectos previstos en el artículo 19, de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral.

El acuerdo anterior fue cumplimentado por el Secretario General de Acuerdos, mediante oficio TEPJF-SGA-2345/09 de la fecha indicada.

IV. El trece de julio de dos mil nueve, el Magistrado Instructor radicó y admitió a trámite el recurso de apelación, en su oportunidad declaró cerrada la instrucción, quedando el expediente en estado de dictar sentencia.

V. Engrose. El proyecto se listó, para su discusión y votación en sesión pública convocada para el veintiséis de agosto del presente año; sin embargo, fue rechazado por mayoría de cuatro votos, encargándose su engrose a la Magistrada María del Carmen Alanis Figueroa; y,

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

PRIMERO. La Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación es **competente** para conocer y resolver el medio de impugnación al rubro indicado, con fundamento en los artículos 41, párrafo segundo, base VI, y 99, párrafo cuarto, fracción VIII, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 189, fracción I, inciso c) y fracción II, de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación; así como los numerales 40, párrafo 1, inciso b) y 44, párrafo 1, inciso a), de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral, por tratarse de un recurso de

apelación interpuesto por un partido político nacional, en contra de la resolución dictada por el Consejo General del Instituto Federal Electoral en el procedimiento especial sancionador identificado con el expediente SCG/PE/PRI/CG/158/2009, que el actor alega le causa agravio porque infringe la normativa electoral.

SEGUNDO. El medio de impugnación satisface los requisitos de procedencia previstos en los artículos 7, párrafo 2, 8, párrafo 1, 9, párrafo 1, 13, párrafo 1, inciso a), fracción I, de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral, por las razones que se expresan a continuación.

a) El recurso de apelación se interpuso oportunamente, toda vez que el acuerdo combatido se notificó al apelante el veintiséis de junio de dos mil nueve, según consta en la cédula de notificación agregada al expediente principal y la demanda fue presentadas el treinta siguiente, esto es, dentro del plazo de cuatro días previsto en el artículo 8, de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral.

b) El medio de impugnación se presentó por escrito ante la autoridad responsable; se hace constar el nombre del recurrente, domicilio para oír y recibir notificaciones y las personas autorizadas para ese efecto.

En la demanda se identifica el acto impugnado; la autoridad responsable; se relatan los hechos en que se pretende sustentar la impugnación y se expresan los agravios que causa al apelante la determinación combatida, así como los preceptos que alega violados; ofrece pruebas; y hace constar nombre y firma autógrafa de quien promueve.

c) La legitimación y personería del promovente está satisfecha plenamente en autos, dado que interpone recurso un partido político nacional, que se encuentra acreditado ante el Consejo General del Instituto Federal Electoral, por conducto de su representante acreditado ante esa máxima autoridad electoral administrativa.

d) El requisito de procedibilidad consistente en la definitividad del acto impugnado, queda colmado en atención a que conforme a la legislación aplicable, en contra de la resolución dictada por el Consejo General del Instituto Federal Electoral señalada como acto reclamado, no procede medio de defensa alguno que deba ser agotado previamente a la promoción del recurso de apelación, a través del cual pueda ser modificado o revocado.

TERCERO. La autoridad responsable al rendir informe circunstanciado y el tercero interesado, en los escritos respectivos, no aducen que en el caso se actualice alguna

causa de improcedencia, ni esta Sala Superior de oficio lo advierte alguna cuyo estudio deba privilegiar, por lo que procede abordar el estudio del fondo del asunto.

CUARTO. La resolución impugnada es del contenido literal siguiente:

CG320/2009

RESOLUCIÓN DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL RESPECTO DEL PROCEDIMIENTO ESPECIAL SANCIONADOR INICIADO CON MOTIVO DE LA DENUNCIA PRESENTADA POR EL PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL, EN CONTRA DEL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL, EL C. JOSÉ CÉSAR NAVA VÁZQUEZ, TELEVIMEX, S.A. DE C.V., EDITORIAL TELEVISA S.A. DE C.V. Y PUBLICACIONES ACUARIO, S. DE R.L. DE C.V., POR HECHOS QUE CONSIDERA CONSTITUYEN INFRACCIONES AL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES, IDENTIFICADO CON EL NÚMERO DE EXPEDIENTE SCG/PE/PRI/CG/158/2009.

Distrito Federal, 26 de junio de dos mil nueve.

VISTOS para resolver los autos del expediente identificado al rubro, y:

R E S U L T A N D O

I. Con fecha nueve de junio del año en curso, se recibió en la Secretaría Ejecutiva del Instituto Federal

Electoral, el escrito signado por el Representante Propietario del Partido Revolucionario Institucional ante el órgano máximo de dirección de este Instituto, mediante el cual denuncia al Partido Acción Nacional y/o José César Nava Vázquez, actual candidato al cargo de Diputado Federal por el 15 distrito electoral en el Distrito Federal por la comisión de actos que a su juicio contravienen la normativa electoral federal, mismo que en lo que interesa, señala:

"(...)

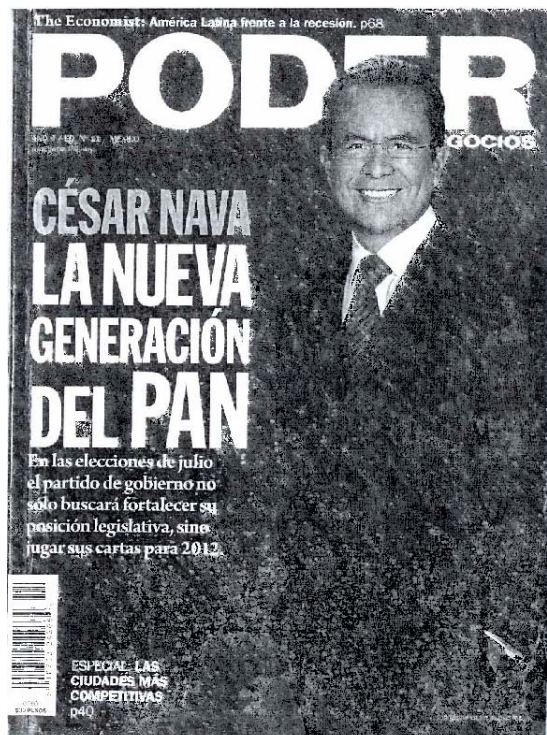
HECHOS

1. El Partido Revolucionario Institucional es un Partido Político nacional y, por tanto, una entidad de interés público.

2. El C. César Nava Vázquez, es candidato a Diputado Federal del Partido Acción Nacional por el Distrito 15 del Distrito Federal.

3. Actualmente transcurre el Proceso Electoral Federal 2008-2009, por el que se renovarían los integrantes de la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión, y en la fecha de presentación del presente escrito, transcurren las campañas electorales.

*4. Es un hecho público y notorio que durante los meses de mayo y junio se ha venido difundiendo de manera ilícita una fuerte campaña publicitaria en canales de televisión abierta y estaciones radiofónicas así como en parabuses, la imagen del C. César Nava Vázquez, candidato a diputado federal del Partido Acción Nacional, mediante un promocional comercial de la revista '**PODER Y NEGOCIOS**', correspondiente al '**AÑO 5, EDICIÓN No. 11, MAYO 2009**'.*



5. Como ya ha quedado expresado, la etapa del Proceso Electoral que acontece es la de campañas electorales, plazo del proceso en el que los candidatos registrados y los partidos que los postularon se dirigen al electorado, todos con la finalidad de obtener el voto de los ciudadanos el próximo 5 de julio, es válido entonces dirigirse a los electores por cualquier medio de comunicación para tratar de obtener la preferencia en las urnas, situación sobre la que no hay discusión.

No obstante lo anterior, lo que sucede y que provoca que en representación del Partido Revolucionario Institucional, se acuda ante esta Instancia, es que en los mensajes referidos en diversos medios como la radio y la televisión, se violentan las normas constitucionales y legales aplicables en materia electoral, al hacer publicidad de un candidato en medios electrónicos cuando existe la prohibición expresa de contratar en medios electrónicos publicidad en apoyo a un candidato, a título propio o por cuenta de terceros.

6. La causa principal para acudir en la vía y forma en que se propone, es que en los mensajes que

aparentemente se publicita la revista 'PODER Y NEGOCIOS', aparece y se promueve la imagen de un candidato del Partido Acción Nacional a Diputado Federal, lo que tiende a influir en las preferencias electorales a favor del candidato César Nava, del Partido Acción Nacional, violentando así las disposiciones constitucionales y legales que rigen el acceso de los partidos y sus candidatos a los medios electrónicos sobre los que el Instituto Federal Electoral es autoridad única para su administración, tal y como quedará demostrado con las pruebas técnicas que en el apartado respectivo se ofrecen para su valoración y desahogo, que consisten en un disco compacto que contiene el mensaje publicitario difundido por la televisión abierta y en el que se incluye el hecho que por este medio se denuncia.

(...)

G) Medidas cautelares.- *En apartado específico se hace la solicitud concreta.*

Una vez que se han colmado en su cumplimiento los requisitos de ley para la debida procedencia de la presente queja, se hace a continuación una serie de reflexiones jurídicas tendientes a que esta Autoridad comparta el silogismo existente entre los hechos denunciados, las pruebas ofrecidas y la real intención del denunciado de influir indebidamente en el ánimo de los electores con la práctica ilegal que se pone en su conocimiento.

II.- Consideraciones de Derecho

El Partido Acción Nacional es un Partido Político Nacional y como tal tiene derechos y obligaciones a que debe sujetar su conducta así como la de sus miembros, dirigentes, candidatos y simpatizantes.

Los candidatos de todos los partidos políticos deben ceñir su actuar, sobre todo en las campañas electorales a las reglas establecidas por la Constitución, el Código Electoral y los reglamentos que el Instituto Federal Electoral ha emitido en ejercicio de sus atribuciones.

El artículo 41, Base III, Apartado A, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en sus últimos tres párrafos establece:

Artículo 41 (Se transcribe)

El Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales establece:

En cuanto a los partidos:

Artículo 342 (Se transcribe)

En cuanto a los ciudadanos, dirigentes, afiliados o cualquier persona física o moral:

Artículo 345 (Se transcribe)

De lo anterior, se desprende que los partidos políticos, los candidatos, afiliados, militantes y personas físicas y morales están constitucional y legalmente impedidos de contratar mensajes en radio y televisión en los que se promueve a un candidato, teniendo entonces que la infracción por este medio denunciada está legalmente prevista y existe en la especie a quiénes responsabilizar de tal infracción.

No se discute que los partidos políticos puedan o no hacer promoción de sus candidatos en radio y televisión, pero hacerlo a través de un anuncio de una revista burlando las disposiciones en la materia, independientemente de que la falta a la normativa se da, permite suponer en el contexto en que los hechos ocurren, que se trata de una estrategia tendiente a disfrazar de legal un acto ilegal, lo que es conocido como FRAUDE A LA LEY.

Se entiende por Fraude a la Ley una situación en la cual, para evitar la aplicación de una norma jurídica que no favorece o interesa, una persona se ampara en otra u otras, llamadas normas de cobertura, y busca dar un rodeo que le permita sortear la prohibición o las obligaciones que le imponía la norma vulnerada, es decir, dentro del ámbito de aplicación de las prohibiciones.

De esta definición del Fraude a la Ley procedo a continuación a enumerar porqué las acciones denunciadas lo constituyen:

❖ *Está prohibida la contratación de mensajes en los medios electorales;*

❖ *Mediante el anuncio de una revista, se promueve la imagen de un candidato, haciendo parecer como que de esta manera no se viola la norma; y*

❖ *En resumen, sortean la prohibición de la norma.*

Sobre el Fraude a la Ley, la máxima autoridad jurisdiccional en materia electoral; expreso dentro del expediente SUP-RAP-248/2008.

*‘Una violación directa a las leyes se identifica como la adecuación exacta de los hechos a los supuestos normativos que regulan una situación jurídica determinada, **mientras que las violaciones por medios o mecanismos distintos pueden actualizarse cuando existan conductas que, si bien, parecieran no encuadrar directamente en el supuesto establecido en la norma, su ejecución genera la afectación al bien jurídico en ella tutelado, esto es, que el resultado obtenido con dichas conductas genere el mismo resultado que se pretendió inhibir con el establecimiento de la norma.***

Conforme con lo anterior, dicho tipo de conductas transgresoras del orden jurídico pueden identificarse con la figura que se ha identificado en la doctrina como fraude a la ley, la que sustancialmente puede describirse como aquella conducta que aparentemente se encuentra permitida en el orden jurídico, pero su comisión activa o pasiva por el agente o agentes, se encuentra dirigida a transgredir el orden jurídico, configurando con ello una infracción articulada con conductas aparentemente lícitas pero cuyo resultado genera consecuencias conculcatorias de la norma’.

Estamos entonces ante violaciones a la normativa electoral constitucional y legal, mediante un mecanismo distinto que se actualiza al existir la aviesa invitación a votar por el candidato denunciado y en contra no sólo de mi representado sino de los demás actores políticos, que parecen no encuadrar en las prohibiciones por estar llevándolas a cabo una revista, pero la consecuencia y el resultado es el mismo que si el propio candidato denunciado y su partido hubiesen contratado los espacios televisivos, pues igual se benefician con ellos, entonces, su ejecución genera la afectación al bien jurídico tutelado; por eso, el resultado obtenido con dicha conducta genera el mismo resultado que se pretendió inhibir por los legisladores al haber establecido ese espíritu en la norma.

Medidas cautelares

Toda vez que ha quedado acreditado que los promocionales denunciados promueven la imagen de un candidato a diputado federal del Partido Acción Nacional, es de la mayor relevancia que la Secretaría Ejecutiva proponga a la Comisión de Quejas y Denuncias del Consejo General del Instituto Federal Electoral que sesione de manera urgente a fin de adoptar las medidas cautelares que tengan como fin el apercibimiento al Partido Acción Nacional, a sus candidatos, militantes y simpatizantes, para que en lo que resta de las campañas electorales se abstenga de continuar con prácticas que constituyen infracción, para evitar la producción de daños irreparables a mi representado y a los demás partidos políticos, así como a las características del voto, en tanto bien jurídico tutelado por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

(...)"

Anexo al escrito referido se agregaron las siguientes pruebas:

- Oficio identificado con el número DEPPP/3719/2009, suscrito por el Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos del Instituto Federal Electoral.

- CD que contiene los promocionales difundidos en televisión abierta que aparentemente publicitan la Revista “PODER Y NEGOCIOS” correspondiente al “AÑO 5, EDICIÓN No. 11, MAYO 2009”.

- Ejemplar de la revista “PODER Y NEGOCIOS” correspondiente al “AÑO 5, EDICIÓN No. 11, MAYO 2009”, en cuya portada aparece el candidato denunciado.

II. El nueve de junio del año en curso, el Secretario Ejecutivo en su carácter de Secretario del Consejo General del Instituto Federal Electoral con fundamento en lo dispuesto en los artículos 14, 16, 17 y 41, Base III de la constitución; 345, párrafo 1, inciso a); 347, párrafo 1, inciso a); 365, párrafos 1 y 3 y 357, párrafo 11 del código federal electoral, así como lo dispuesto en los artículos 14, párrafo 1, inciso c); 16, párrafo 1, inciso i); 18, párrafo 1, inciso c) y 46 del Reglamento de Quejas y Denuncias del Instituto Federal Electoral, acordó radicar la queja señalada en el párrafo que antecede con el número de expediente SCG/PE/PRI/CG/158/2009, y a efecto de contar con los elementos necesarios para la debida integración del expediente en que se actúa solicitó diversa información relacionada con los hechos denunciados a la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos de este Instituto y al Representante Legal de la revista “Poder y Negocios”; asimismo, no acordó de conformidad las medidas cautelares solicitadas toda vez que a la fecha de la presentación de la denuncia, los promocionales denunciados ya no se encontraban al aire, por lo que no se contaron con los elementos necesarios que permitieran estimar que los hechos denunciados fueran susceptibles de producir algún daño irreparable al partido quejoso o a los principios rectores del proceso electoral. Notificando dicho acuerdo el doce de junio del año en curso mediante cédula que se ordenó colocar en los estrados de este Instituto.

III. A fin de dar cumplimiento a lo ordenado en el proveído antes referido, el Secretario Ejecutivo en su carácter de Secretario del Consejo General del

Instituto Federal Electoral, giró los oficios números SCG/1385/2009 y SCG/1386/2009, dirigidos al Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos y Secretario Técnico del Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral y al Representante Legal y/o Director Editorial de la revista "Poder y Negocios", los cuales fueron notificados el trece y dieciséis de junio del año que transcurre, respectivamente.

IV. En fecha dieciocho de junio de dos mil nueve, se recibió en la Secretaría Ejecutiva de Instituto Federal Electoral, el oficio identificado con el número DEPPP/STCRT/7832/2009, signado por el Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos y Secretario Técnico de la Comisión de Radio y Televisión, mediante el cual desahogó el requerimiento de información formulado por esta autoridad.

V. Mediante oficio número DQ/094/2009, el Encargado del Despacho de la Dirección de Quejas de la Dirección Jurídica del Instituto Federal Electoral de este Instituto solicitó al Director de lo Contencioso de la citada Dirección, a efecto de que a la brevedad señalara el domicilio del ciudadano José César Nava Vázquez, dando contestación en misma fecha mediante diverso identificado con la clave DC/SC/JM/953/09.

VI. El diecinueve de junio del año en curso, el Secretario Ejecutivo en su carácter de Secretario del Consejo General del Instituto Federal Electoral, con fundamento en lo dispuesto en los artículos 14, 16, 17 y 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos, así como lo previsto en los numerales 341, párrafo 1, incisos a), c), d) e i); 356, párrafo 1, inciso c); 357, párrafo 11; 367, párrafo 1, inciso a); 368, párrafo 7; 369 y 370 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales y en relación con los numerales 62, párrafos 1 y 2, incisos c), fracciones I, III y IV; 67, párrafo 2 y 69 del Reglamento de Quejas y Denuncias del Instituto Federal Electoral, tuvo por recibido el oficio señalado en el resultando IV y ordenó lo siguiente: **a)** Iniciar el procedimiento especial sancionador en contra del C.

José César Nava Vázquez, Empresa televisiva denominada "Televimex S.A. de C.V.", Partido Acción Nacional, Editorial Televisa, S.A. de C.V. y Publicaciones Acuario S de R.L de C.V; **b)** Solicitó a los Representantes Legales y/o Editores Editoriales de Publicaciones Acuario, S. de R.L. de C.V., Editorial Televisa, S.A. de C.V. y Televimex, S.A. de C.V., que al comparecer a la audiencia de pruebas y alegatos señalaran diversa información relacionada con los hechos denunciados; **c)** Señaló las doce horas del veinticuatro de junio del año en curso, para que se llevara a cabo la audiencia de pruebas y alegatos a que se refiere el artículo 369 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; **d)** Citó a las partes para que por sí o a través de su representante legal comparecieran a la audiencia señalada en el inciso anterior; y **e)** Instruyó a la Maestra Rosa María Cano Melgoza y a los Licenciados en Derecho Mauricio Ortiz Andrade, Karen Elizabeth Vergara Montufar, Rubén Fierro Velázquez, Ismael Amaya Desiderio, José Herminio Solís García; Arturo Martín del Campo Morales, Nadia Janet Choreño Rodríguez y Paola Fonseca Alba, Directora Jurídica, Encargado del Despacho de la Dirección de Quejas, Subdirectores y Jefe de Departamento de la referida área, todos de este Instituto, para que conjunta o separadamente coadyuven en el desahogo de la audiencia de mérito.

VII. A fin de dar cumplimiento a lo ordenado en el proveído antes referido, el Secretario Ejecutivo en su carácter de Secretario del Consejo General del Instituto Federal Electoral, giró los oficios números SCG/1619/2009, SCG/1620/2009, SCG/1621/2009, SCG/1622/2009, SCG/1623/2009 y SCG/1624/2009, dirigidos a los Representantes Legales de Publicaciones Acuario, S. de R.L. de C.V., Editorial Televisa, S.A. de C.V., Televimex, S.A. de C.V., José César Nava Vázquez, así como a los Representantes Propietarios de los partidos Acción Nacional y Revolucionario Institucional ante el Consejo General del Instituto Federal Electoral.

VIII. Mediante oficio número SCG/1625/2009, de fecha diecinueve de junio de dos mil nueve, el Secretario Ejecutivo en su carácter de Secretario del

Consejo General del Instituto Federal Electoral, en términos de lo dispuesto en el artículo 369, párrafo 1 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, en relación con el numeral 65, párrafos 3 y 4 del Reglamento Interior del Instituto Federal Electoral instruyó a la Mtra. Rosa María Cano Melgoza y a los Licenciados, Mauricio Ortiz Andrade, Karen Elizabeth Vergara Montufar, Rubén Fierro Velázquez, Ismael Amaya Desiderio, José Herminio Solís García y Arturo Martín del Campo Morales para que conjunta o separadamente, coadyuvaran con él para conducir la audiencia de pruebas y alegatos que habría de celebrarse a las doce horas, del día veinticuatro de junio del presente año en las oficinas que ocupa la Dirección Jurídica de este Instituto.

IX. En cumplimiento a lo ordenado mediante proveído de fecha diecinueve de junio del año en curso, el día veinticuatro del mismo mes y año, se celebró en las oficinas que ocupa la Dirección Jurídica del Instituto Federal Electoral, la audiencia de pruebas y alegatos, a que se refiere el artículo 369 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, cuyo contenido literal es el siguiente:

“EN LA CIUDAD DE MÉXICO, DISTRITO FEDERAL, SIENDO LAS DOCE HORAS DEL DÍA VEINTICUATRO DE JUNIO DE DOS MIL NUEVE, HORA Y FECHA SEÑALADAS PARA EL DESAHOGO DE LA AUDIENCIA DE PRUEBAS Y ALEGATOS A QUE SE REFIERE EL ARTÍCULO 369 DEL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES, CONSTITUIDOS EN LAS INSTALACIONES QUE OCUPA LA DIRECCIÓN JURÍDICA DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL, ANTE LA PRESENCIA DE LA LICENCIADA KAREN ELIZABETH VERGARA MONTUFAR, SUBDIRECTORA ADSCRITA A LA DIRECCIÓN JURÍDICA DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL, QUIEN A TRAVÉS DEL OFICIO SCG/1625/2009, DE FECHA DIECINUEVE DE JUNIO DE LOS CORRIENTES, FUE INSTRUIDA POR EL SECRETARIO EJECUTIVO EN SU CARÁCTER DE SECRETARIO DEL CONSEJO GENERAL DE ESTE INSTITUTO PARA LA

CONDUCCIÓN DE LA PRESENTE AUDIENCIA, POR LO QUE CON FUNDAMENTO EN LO ESTABLECIDO EN LOS ARTÍCULOS 14, 16, 17 Y 41 BASE III, APARTADO D, DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS; 125, PÁRRAFO 1, INCISOS A) Y B), 367, 368 Y 369 DEL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES; NUMERALES 62, 64, 67 Y 69 DEL REGLAMENTO DE QUEJAS Y DENUNCIAS DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL; ARTÍCULOS 39, PÁRRAFO 2, INCISO M) Y 65, PÁRRAFO 1, INCISOS A) Y H) DEL REGLAMENTO INTERIOR DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL, ASÍ COMO POR LO ORDENADO MEDIANTE PROVEÍDO DE FECHA DIECINUEVE DE JUNIO DEL AÑO EN CURSO, EMITIDO POR ESTA AUTORIDAD DENTRO DEL EXPEDIENTE EN EL QUE SE ACTÚA, PROVEÍDO EN EL QUE SE ORDENÓ CITAR A LOS DENUNCIANDOS, EL C. JOSÉ CÉSAR NAVA VÁZQUEZ, AL REPRESENTANTE LEGAL DE PUBLICACIONES ACUARIO S. DE R.L. DE C.V., AL REPRESENTANTE LEGAL DE EDITORIAL TELEvisa S.A. DE C.V., AL REPRESENTANTE LEGAL DE TELEVIMEX S.A. DE C.V., Y AL REPRESENTANTE DEL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL ANTE EL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL; ASÍ COMO AL DENUNCIANTE, EL PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL, PARA QUE COMPAREZCAN ANTE ESTA AUTORIDAD Y DESAHOGUEN LA AUDIENCIA DE MÉRITO.-**SE HACE CONSTAR** QUE COMPARECEN COMO DENUNCIANTES LOS REPRESENTANTES DEL PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL, LOS CC. EDGAR TERÁN REZA Y GERARDO IVÁN PÉREZ SALAZAR, QUIENES SE IDENTIFICAN CON CREDENCIAL PARA VOTAR CON FOTOGRAFÍA EXPEDIDA POR EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL CON NÚMERO DE FOLIO 024012688 Y 08945619, RESPECTIVAMENTE Y POR LAS PARTES DENUNCIADAS, EL C. JOSÉ CÉSAR NAVA VÁZQUEZ Y EL REPRESENTANTE DEL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL, EL C. JAIME HUGO TALANCÓN MARTÍNEZ, QUIENES SE

IDENTIFICAN CON LAS CREDENCIALES PARA VOTAR CON FOTOGRAFÍA EXPEDIDAS POR EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL CON NÚMEROS DE FOLIOS 0000078848179 Y 0000085139186 RESPECTIVAMENTE.-----

ACTO SEGUIDO, SE LES RECONOCE A LOS COMPARECIENTES LA PERSONALIDAD CON QUE SE OSTENTAN, EN VIRTUD DE QUE PRESENTARON LOS DOCUMENTOS IDÓNEOS PARA ELLO Y SON LAS PARTES CONTENDIENTES EN EL PRESENTE ASUNTO.-----

CABE REFERIR QUE SE APERSONÓ COMO REPRESENTANTE LEGAL DE LAS EMPRESAS PUBLICACIONES ACUARIO S. DE R.L. DE C.V., EDITORIAL TELEVISA S.A. DE C.V. Y TELEVIMEX S.A. DE C.V., EL C. ÁNGEL ISRAEL CRESPO RUEDA, QUIEN ACOMPAÑÓ LOS DOCUMENTOS IDÓNEOS QUE LO ACREDITAN CON ESE CARÁCTER Y COMPARECIÓ A LA PRESENTE DILIGENCIA POR ESCRITO, PRESENTANDO EL DÍA DE HOY LOS RESPECTIVOS ESCRITOS. ASIMISMO, CABE REFERIR QUE EN LOS MISMOS CUMPLIMIENTO LOS REQUERIMIENTOS DE INFORMACIÓN QUE LE FUERON REALIZADOS EN DIVERSO PROVEÍDO A LAS EMPRESAS QUE REPRESENTA.-----

CONTINUANDO CON EL DESAHOGO DE LA PRESENTE DILIGENCIA, CON FUNDAMENTO EN LO DISPUESTO EN EL ARTÍCULO 369, PÁRRAFO 3, INCISO A) DEL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES EN RELACIÓN CON EL INCISO A) PÁRRAFO 3 DEL ARTÍCULO 69 DEL REGLAMENTO DE QUEJAS Y DENUNCIAS DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL, SIENDO LAS DOCE HORAS CON QUINCE MINUTOS DE LA FECHA EN QUE SE ACTÚA, SE LE CONCEDE EL USO DE LA PALABRA A LA PARTE DENUNCIANTE, HASTA POR QUINCE MINUTOS, PARA QUE RESUMA EL HECHO MOTIVO DE DENUNCIA Y HAGA UNA RELACIÓN DE LAS PRUEBAS QUE A SU JUICIO LA CORROBORAN.---

----- **EN USO DE LA PALABRA, EL C. GERARDO IVÁN PÉREZ SALAZAR REPRESENTANTE DEL PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL, MANIFESTÓ LO SIGUIENTE: SE RATIFICA EN TODAS Y CADA**

UNA DE SUS PARTES EL ESCRITO INICIAL DE QUEJA REITERANDO QUE DE LAS CONSIDERACIONES PLENAMENTE SEÑALADAS Y ACREDITADAS RESULTA EVIDENTE LA TRANSGRESIÓN A LA NORMATIVIDAD ELECTORAL EN EL SENTIDO DE QUE LOS PARTIDOS POLÍTICOS NACIONALES DEBERÁN CONDUCIR SUS ACTIVIDADES DENTRO DE LOS CAUCES LEGALES Y AJUSTAR SU CONDUCTA Y LA DE SUS MILITANTES A LOS PRINCIPIOS DEL ESTADO DEMOCRÁTICO, RESPETANDO LA LIBRE PARTICIPACIÓN POLÍTICA DE LOS DEMÁS PARTIDOS POLÍTICOS Y LOS DERECHOS DE LOS CIUDADANOS. DEL ESCRITO DE QUEJA DE LAS PRUEBAS OFRECIDAS Y DE LO ACTUADO EN EL PRESENTE EXPEDIENTE, CLARAMENTE SE PUEDE CONSTATAR LA VERACIDAD DE LOS HECHOS DENUNCIADOS Y QUE SON CONSTITUTIVOS DE INFRACCIONES PREVISTAS EN EL ARTÍCULO 41, BASE III, APARTADO A DE NUESTRA CARTA MAGNA EN RELACIÓN CON LO PREVISTO EN LOS ARTÍCULOS 38, NUMERAL I, INCISO A); 49, PÁRRAFOS 3 Y 4; 342, NUMERAL 1, INCISO A) E I); 344, NUMERAL 1, INCISO F); 345, NUMERAL 1, INCISO B), ASÍ COMO EL 350, NUMERAL 1, INCISO B) DEL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES, EN EL SENTIDO DE QUE LOS PARTIDOS POLÍTICOS, CANDIDATOS, AFILIADOS, MILITANTES, PERSONAS FÍSICAS Y MORALES, ESTÁN CONSTITUCIONAL Y LEGALMENTE IMPEDIDOS DE CONTRATAR MENSAJES EN RADIO Y TELEVISIÓN EN LOS QUE SE PROMUEVA A UN CANDIDATO, TENIENDO ENTONCES QUE LA INFRACCIÓN QUE SE DENUNCIA ESTÁ LEGALMENTE PREVISTA Y EXISTE EN LA ESPECIE A QUIENES RESPONSABILIZAR DE TAL INFRACCIÓN. POR OTRA PARTE, QUIERO DEJAR CONSTANCIA EN ESTA DILIGENCIA DEL CONTENIDO DE LA CONTRAPORTADA DE LA REVISTA PODER Y NEGOCIOS, CUYA PUBLICACIÓN ES OBJETO DE LA PRESENTE CONTROVERSIA Y ES QUE CASI A LA MITAD DE LA PÁGINA EN EL EXTREMO DERECHO APARECE LA LEYENDA, FOTO PORTADA CORTESÍA; DE ELLO SE DERIVAN

VIOLACIONES AL MARCO NORMATIVO ELECTORAL, PORQUE LA PUBLICACIÓN DE LA IMAGEN DE CÉSAR NAVA VÁZQUEZ, CANDIDATO A DIPUTADO FEDERAL ES UNA CORTESÍA DE LA REVISTA PODER Y NEGOCIOS. LA REVISTA EN SU PUBLICIDAD TELEVISIVA HA DIFUNDIDO "POR CORTESÍA" LA IMAGEN DE CÉSAR NAVA. ENTONCES ESTA SITUACIÓN, PUEDE SER ANALIZADA DESDE DOS VERTIENTES: LA PRIMERA EN EL SENTIDO DE QUE LOS HECHOS DENUNCIADOS CONTRAVIENEN LO ESTABLECIDO POR EL ARTÍCULO 41, BASE III, APARTADO A DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, AL HABERSE CONTRATADO BAJO LA MODALIDAD DE PUBLICIDAD DE LA REVISTA TIEMPOS EN TELEVISIÓN, DIFUNDIENDO, LA IMAGEN DE UN CANDIDATOS; Y LA SEGUNDA AL SER UNA CORTESÍA LA PORTADA, TIENE IMPLICACIONES EN CUANTO AL FINANCIAMIENTO EN LAS CAMPAÑAS ELECTORALES PUES ESTA "CORTESÍA" DE LA REVISTA PARA CON EL CANDIDATO DENUNCIADO, ES UNA FORMA DE APOYO EN ESPECIE, EN LA PROMOCIÓN DE SU CANDIDATURA, LO ANTERIOR, EN CONTRAVENCIÓN DE LO ESTABLECIDO EN EL ARTÍCULO 77, NUMERAL 2, INCISO G) DEL CÓDIGO ELECTORAL FEDERAL, QUE ESTABLECE QUE LAS EMPRESAS MEXICANAS DE CARÁCTER MERCANTIL, NO PODRÁN REALIZAR APORTACIONES O DONATIVOS A LOS PARTIDOS POLÍTICOS, NI A LOS ASPIRANTES, PRECANDIDATOS Y CANDIDATOS A CARGOS DE ELECCIÓN POPULAR EN DINERO O EN ESPECIE, POR SI O POR INTERPOSITA PERSONA Y BAJO NINGUNA CIRCUNSTANCIA. EN ESE TENOR, SE SOLICITA DAR VISTA A LA UNIDAD DE FISCALIZACIÓN DE ESTE INSTITUTO, A EFECTO DE QUE EN EL ÁMBITO DE SUS ATRIBUCIONES PROCEDA A DESLINDAR RESPONSABILIDADES E IMPONER LAS SANCIONES QUE CORRESPONDAN, ADEMÁS DE INVESTIGAR LO CONCERNIENTE AL INFORME DE GASTOS DE CAMPAÑA DEL DENUNCIADO, A EFECTO DE CUANTIFICAR EL COSTO DE UNA PORTADA DE ESA REVISTA, LOS EJEMPLARES IMPRESOS, EL

COSTO DE LOS MENSAJES TELEVISIVOS, NO SIN OMITIR EL COSTO DE LA PUBLICIDAD EN PARABUSES Y ANUNCIOS ESPECTACULARES, EN LOS QUE LA IMAGEN DEL DENUNCIADO APARECIÓ. LAS ANTERIORES MANIFESTACIONES SE VIERTEN CON LA FINALIDAD DE QUE SEAN CONSIDERADAS EN EL MOMENTO DE RESOLVER LA PRESENTE QUEJA, ORDENANDO LO CONDUCENTE Y QUE CONFORME A DERECHO PROCEDA.-----

----- SIENDO TODO LO QUE DESEA MANIFESTAR EN EL PRESENTE ASUNTO.-----

-----**LA SECRETARÍA DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL HACE CONSTAR:** QUE SIENDO LAS DOCE HORAS CON VEINTISIETE MINUTOS DE LA FECHA EN QUE SE ACTÚA, SE DA POR CONCLUIDA LA INTERVENCIÓN DEL REPRESENTANTE DEL PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL, PARA LOS EFECTOS LEGALES CONDUCENTES.-----

CONTINUANDO CON EL DESAHOGO DE LA PRESENTE DILIGENCIA, CON FUNDAMENTO EN LO DISPUESTO EN EL ARTÍCULO 369, PÁRRAFO 3, INCISO B) DEL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES, EN RELACIÓN CON LO PREVISTO EN EL INCISO B) PÁRRAFO 3 DEL NUMERAL 69 DEL REGLAMENTO DE QUEJAS Y DENUNCIAS DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL, SIENDO LAS DOCE HORAS CON VEINTIOCHO MINUTOS DE LA FECHA EN QUE SE ACTÚA, SE LES CONCEDE EL USO DE LA PALABRA A LOS DENUNCIADOS A FIN DE QUE EN UN TIEMPO NO MAYOR A TREINTA MINUTOS POR CADA UNO, RESPONDAN LA DENUNCIA, OFRECIENDO LAS PRUEBAS QUE A SU JUICIO DESVIRTÚEN LA IMPUTACIÓN QUE SE LES REALIZA.-----

---**EN USO DE LA PALABRA, EL C. JOSÉ CÉSAR NAVA VÁZQUEZ, MANIFESTÓ LO SIGUIENTE:** EN PRIMER LUGAR SOLICITO A ESTA AUTORIDAD SE TENGAN AQUÍ REPRODUCIDOS, LOS ALEGATOS VERTIDOS EN EL ESCRITO QUE HA SIDO ENTREGADO EN TIEMPO Y FORMA. EN SEGUNDO TÉRMINO, BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD AFIRMO EN SENTIDO CONTRARIO A LO

ASENTIDO POR EL REPRESENTANTE DEL DENUNCIANTE QUE LA FOTOGRAFÍA EN CUESTIÓN FUE ENTREGADA EN CORTESÍA POR EL DE LA VOZ, CIRCUNSTANCIA DE HECHO DIAMETRALMENTE OPUESTA A LO ASEVERADO POR EL REPRESENTANTE DEL PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL, Y QUE DE NINGUNA MANERA CONSTITUYE ACTIVIDAD ALGUNA DE LAS PROHIBIDAS EN EL ORDENAMIENTO LEGAL VIGENTE O EN DISPOSICIÓN LEGAL O REGLAMENTARIA ALGUNA. POR LO ANTERIOR, SOLICITO A ESTA AUTORIDAD ME TENGA POR PRESENTADO EN LOS TÉRMINOS DE LOS ALEGATOS VERTIDOS Y EN EL MOMENTO PROCESAL OPORTUNO DECLARE INFUNDADA LA QUEJA QUE MOTIVO LA FORMACIÓN DE ESTE EXPEDIENTE.----- SIENDO TODO LO QUE DESEA MANIFESTAR EN EL PRESENTE ASUNTO.----- LA SECRETARÍA HACE CONSTAR QUE SIENDO LAS DOCE HORAS CON TREINTA Y UN MINUTOS DE LA FECHA EN QUE SE ACTÚA, SE DA POR CONCLUIDA LA INTERVENCIÓN DEL C. JOSÉ CÉSAR NAVA VÁZQUEZ, PARA LOS EFECTOS LEGALES CONDUCTENTES.----- CONTINUANDO CON EL DESAHOGO DE LA PRESENTE AUDIENCIA SIENDO LAS DOCE HORAS CON TREINTA Y DOS MINUTOS DE LA FECHA EN QUE SE ACTÚA, SE LE CONCEDE EL USO DE LA PALABRA AL REPRESENTANTE DEL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL, A FIN DE QUE EN UN TIEMPO NO MAYOR A TREINTA MINUTOS, RESPONDA LA DENUNCIA, OFRECIENDO LAS PRUEBAS QUE A SU JUICIO DESVIRTÚEN LA IMPUTACIÓN QUE SE LE REALIZA.-----

----- **EN USO DE LA PALABRA, EL C. JAIME HUGO TALANCÓN MARTÍNEZ REPRESENTANTE DEL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL MANIFESTÓ, LO SIGUIENTE:** QUE EN ESTE ACTO COMPAREZCO A NOMBRE DEL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL, A EFECTO DE PRESENTAR POR ESCRITO LOS ALEGATOS Y DEFENSAS RESPECTO DE LAS TEMERARIAS IMPUTACIONES FORMULADAS POR EL PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL. EN TAL SENTIDO, SOLICITO QUE UNA VEZ QUE SE

ANALICEN LAS CONSIDERACIONES JURÍDICAS CONTENIDAS EN EL ESCRITO DE REFERENCIA SE DECLARE INFUNDADA LA DENUNCIA INSTAURADA EN CONTRA DEL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL Y DE SU CANDIDATO A DIPUTADO FEDERAL CÉSAR NAVA VÁZQUEZ, POR NO ACREDITARSE EN FORMA ALGUNA QUE PARA LA PUBLICACIÓN DENUNCIADA, HUBIESE MEDIADO NINGÚN TIPO DE CONTRATACIÓN O CONTRAPRESTACIÓN PARA QUE UN DISTINGUIDO POLÍTICO Y MILITANTE DEL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL APARECIERA EN LA PORTADA DE UNA REVISTA "POLÍTICA", Y MUCHO MENOS PARA QUE LA MISMA FUERA PUBLICADA EN ALGÚN MEDIO ELECTRÓNICO, CON LO CUAL AL TRATARSE DE HECHOS QUE ATIENDEN A UNA NATURALEZA PERIODÍSTICOS E INFORMATIVOS, DE AHÍ LA NOTORIA IMPROCEDENCIA DEL PROCEDIMIENTO QUE NOS OCUPA.----- SIENDO TODO LO QUE DESEA MANIFESTAR.-----

LA SECRETARÍA HACE CONSTAR QUE SIENDO LAS DOCE HORAS CON TREINTA Y SEIS MINUTOS DE LA FECHA EN QUE SE ACTÚA, SE DA POR CONCLUIDA LA INTERVENCIÓN DEL REPRESENTANTE DEL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL, PARA LOS EFECTOS LEGALES CONDUCENTES.----- EN ESE ORDEN, **VISTO** EL MATERIAL PROBATORIO APORTADO POR LA PARTE DENUNCIANTE EN EL PRESENTE ASUNTO, LAS CUALES SE ENCUENTRAN IDENTIFICADAS DENTRO DEL ESCRITO DE DENUNCIA DE FECHA OCHO DE JUNIO DEL AÑO EN CURSO, ASÍ COMO AQUELLAS QUE ESTA AUTORIDAD EN USO DE SUS FACULTADES DE INVESTIGACIÓN SE ALLEGÓ AL PROCEDIMIENTO DE MÉRITO, SIENDO ÉSTAS LAS CONSISTENTES EN: EL OFICIO NÚMERO DEPPP/STCRT/7832/2009, SIGNADO POR EL DIRECTOR EJECUTIVO DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS Y SECRETARIO TÉCNICO DEL COMITÉ DE RADIO Y TELEVISIÓN DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL, ASÍ COMO EL OFICIO NÚMERO DC/SC/JM/953/09, FIRMADO POR EL DIRECTOR DE LO CONTENCIOSO DE LA DIRECCIÓN JURÍDICA DEL INSTITUTO FEDERAL

ELECTORAL DE FECHA DIECINUEVE DE JUNIO DEL AÑO EN CURSO Y LOS ESCRITOS SIGNADOS POR EL C. ÁNGEL ISRAEL CRESPO RUEDA, DE FECHA VEINTICUATRO DE JUNIO DE DOS MIL NUEVE, PRESENTADOS EN MISMA FECHA Y EN SU CARÁCTER DE REPRESENTANTE LEGAL DE LAS EMPRESAS TELEVIMEX, S.A. DE C.V., PUBLICACIONES ACUARIO, S. DE R.L. DE C.V. Y EDITORIAL TELEVISIA, S.A. DE C.V.-----

-----**LA SECRETARÍA DEL CONSEJO GENERAL ACUERDA:** POR LO QUE HACE A LAS PRUEBAS PRESENTADAS POR LA PARTE DENUNCIADA SE TIENEN POR ADMITIDAS TODA VEZ QUE LAS MISMAS CONSTITUYEN DOCUMENTALES Y FUERON OFRECIDAS EN TÉRMINOS DE LO DISPUESTO EN EL ARTÍCULO 369, PÁRRAFO 2 DEL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES, MISMAS QUE SE TIENEN POR DESAHOADAS EN ATENCIÓN A SU PROPIA Y ESPECIAL NATURALEZA.--POR CUANTO HACE A LAS PRUEBAS TÉCNICAS, CONSISTENTES EN DOS DISCOS COMPACTOS, SE TIENEN POR RECIBIDAS Y DESAHOADAS, RESERVÁNDOSE SU VALORACIÓN PARA EL MOMENTO PROCESAL OPORTUNO.-----

----EN CONSECUENCIA, AL NO EXISTIR PRUEBAS PENDIENTES DE DESAHOGAR, SE DA POR CONCLUIDA LA PRESENTE ETAPA PROCESAL.--- A CONTINUACIÓN, CON FUNDAMENTO EN LO DISPUESTO EN EL ARTÍCULO 369, PÁRRAFO 3, INCISO D) DEL CÓDIGO DE LA MATERIA, SIENDO LAS DOCE HORAS CON CUARENTA MINUTOS DE LA FECHA EN QUE SE ACTÚA, SE LE CONCEDE EL USO DE LA PALABRA AL DENUNCIANTE, PARA QUE EN UN TIEMPO NO MAYOR A QUINCE MINUTOS, FORMULE LOS ALEGATOS QUE A SU INTERÉS CONVenga.----- **EN USO DE LA PALABRA, EL REPRESENTANTE DEL PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL, MANIFESTÓ LO SIGUIENTE:** SOLAMENTE RATIFICAR NUEVAMENTE EN TODAS Y CADA UNA DE SUS PARTES EL ESCRITO DE QUEJA Y LO MANIFESTADO EN LA PRESENTE AUDIENCIA.----- SIENDO

TODO LO QUE DESEA PRECISAR.-----

LA SECRETARÍA DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL HACE CONSTAR: QUE SIENDO LAS DOCE HORAS CON CUARENTA Y UN MINUTOS DE LA FECHA EN QUE SE ACTÚA, SE DA POR CONCLUIDA LA INTERVENCIÓN DEL REPRESENTANTE DEL PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL, PARA LOS EFECTOS LEGALES CONDUCENTES.-----

CONTINUANDO CON EL DESAHOGO DE LA PRESENTE DILIGENCIA, CON FUNDAMENTO EN LO DISPUESTO EN EL ARTÍCULO 369, PÁRRAFO 3, INCISO D) DEL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES, SIENDO LAS DOCE HORAS CON CUARENTA Y TRES MINUTOS DE LA FECHA EN QUE SE ACTÚA, SE LE CONCEDE EL USO DE LA PALABRA A LOS DENUNICADOS, PARA QUE UN TIEMPO NO MAYOR A QUINCE MINUTOS POR CADA UNO, FORMULEN LOS ALEGATOS QUE A SU INTERÉS CONVENGAN.-----

EN USO DE LA PALABRA, EL C. JOSÉ CÉSAR NAVA VÁZQUEZ, MANIFESTÓ LO SIGUIENTE: GRACIAS, NO TENGO NADA MÁS QUE AGREGAR.-----SIENDO TODO

LO QUE DESEA MANIFESTAR.-----**LA SECRETARÍA DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL** HACE CONSTAR: QUE SIENDO LAS DOCE HORAS CON CUARENTA Y CUATRO MINUTOS DE LA FECHA EN QUE SE ACTÚA, SE DA POR CONCLUIDA LA INTERVENCIÓN DEL C. JOSÉ CÉSAR NAVA VÁZQUEZ PARA LOS EFECTOS LEGALES CONDUCENTES.-----

CONTINUANDO CON EL DESAHOGO DE LA PRESENTE DILIGENCIA, ESTA SECRETARÍA ACUERDA QUE SIENDO LAS DOCE HORAS CON CUARENTA Y CINCO MINUTOS DE LA FECHA EN QUE SE ACTÚA, SE LE CONCEDE EL USO DE LA VOZ AL REPRESENTANTE DEL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL, PARA LOS EFECTOS LEGALES CONDUCENTES.-----

EN USO DE LA PALABRA, EL C. REPRESENTANTE DEL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL, MANIFESTÓ LO SIGUIENTE: PRECISA QUE NO DESEA HACER USO DE LA PALABRA.-----SIENDO TODO LO QUE DESEA

MANIFESTAR.-----
 LA SECRETARÍA DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL HACE CONSTAR: QUE SIENDO LAS DOCE HORAS CON CUARENTA Y SEIS MINUTOS DE LA FECHA EN QUE SE ACTÚA, SE DA POR CONCLUIDA LA INTERVENCIÓN DEL REPRESENTANTE DEL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL, PARA LOS EFECTOS LEGALES CONDUCTENTES.-----**LA SECRETARÍA DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL ACUERDA:** TÉNGANSE A LAS PARTES CONTENDIENTES FORMULANDO LOS ALEGATOS QUE A SUS INTERESES CONVINIERON, CON LO QUE SE CIERRA EL PERÍODO DE INSTRUCCIÓN, POR LO QUE PROCEDA LA SECRETARÍA A FORMULAR EL PROYECTO DE RESOLUCIÓN DENTRO DEL TÉRMINO PREVISTO POR LA LEY, EL CUAL DEBERÁ SER PRESENTADO AL PRESIDENTE DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL PARA LOS EFECTOS LEGALES PROCEDENTES.-----
 EN VIRTUD DE LO ANTERIOR, Y TODA VEZ QUE SE HA DESAHOGADO EN SUS TÉRMINOS LA AUDIENCIA ORDENADA EN AUTOS, SIENDO LAS DOCE HORAS CON CUARENTA Y SIETE MINUTOS DEL DÍA VEINTICUATRO DE JUNIO DE DOS MIL NUEVE, SE DA POR CONCLUIDA LA MISMA, FIRMANDO AL MARGEN Y AL CALCE LOS QUE EN ELLA INTERVINIERON. CONSTE.-----

(...)"

X. En virtud de que se ha desahogado en sus términos el procedimiento especial sancionador previsto en los artículos 367, párrafo 1, inciso b); 368, párrafos 3 y 7 369; 370, párrafo 1; y 371 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, se procedió a formular el proyecto de resolución, por lo que:

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

PRIMERO. Que en términos del artículo 41, base III de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en relación con los diversos 104, 105, párrafo 1, incisos a), b), e) y f) y 106, párrafo 1 del

Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, el Instituto Federal Electoral es un organismo público autónomo, depositario de la función estatal de organizar elecciones, independiente en sus decisiones y funcionamiento y profesional en su desempeño, cuyos fines fundamentales son: contribuir al desarrollo de la vida democrática, preservar el fortalecimiento del régimen de partidos políticos, garantizar la celebración periódica y pacífica de las elecciones, y velar por la autenticidad y efectividad del sufragio.

SEGUNDO. Que el artículo 109, párrafo 1 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales establece como órgano central del Instituto Federal electoral al Consejo General, y lo faculta para vigilar el cumplimiento de las disposiciones constitucionales y legales en materia electoral, así como velar porque los principios de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad y objetividad, guíen todas las actividades del Instituto.

TERCERO. Que la Secretaría del Consejo General del Instituto Federal Electoral es la autoridad competente para tramitar el procedimiento administrativo especial sancionador, en términos de lo dispuesto en el artículo 367 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, y será la encargada de elaborar el proyecto de resolución correspondiente, debiendo presentarlo ante el Presidente del Consejo General de éste Instituto, para que éste convoque a los miembros de dicho Consejo a una sesión en la que conozcan y resuelvan sobre el citado proyecto.

CUARTO. CAUSALES DE IMPROCEDENCIA Y CUESTIONES DE PREVIO Y ESPECIAL PRONUNCIAMIENTO. Que la empresa televisiva denominada Televimex, S.A. de C.V., así como Editorial Televisa, S.A. de C.V. y Publicidad Acuario, S. de R.L. de C.V., en los escritos que presentaron para comparecer al presente procedimiento, hicieron valer como causal de improcedencia, la siguiente:

- Que los hechos denunciados no constituyen violación alguna al Código Federal de Instituciones y

Procedimientos Electorales, en términos de lo dispuesto en el artículo 30, párrafo 2, inciso e) del Reglamento de Quejas y Denuncias del Instituto Federal Electoral.

En consideración de esta autoridad, dicha causal debe desestimarse tomando en cuenta que el hecho denunciado es la transmisión de promocionales en el que se hace referencia a la edición de la revista "Poder y Negocios" del mes de mayo, en la que en su portada aparece el nombre e imagen del ciudadano José César Nava Vázquez, actual candidato al cargo de Diputado Federal, postulado por el Partido Acción Nacional por el 15 distrito electoral en el Distrito Federal, mismos que se difundieron en diversos canales de televisión abierta, lo que a juicio del promovente constituye una violación a lo previsto en el artículo 41, Base III, Apartado A de la Constitución Federal en relación con el numeral 49, párrafos 3 y 4 del código electoral federal.

En esa tesitura y de conformidad con lo previsto en el precepto constitucional antes referido este Instituto Federal Electoral es la máxima autoridad en la materia e incluso es la competente para conocer de dichas infracciones mediante procedimientos expeditos, por tanto, se considera que en el caso no se actualiza la causal de improcedencia que se hace valer.

En consecuencia, se estima erróneo presumir que el hecho materia de la queja presentada por el Partido Revolucionario Institucional, no puede resultar constitutiva de alguna violación a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, toda vez que su denuncia versa sobre hechos que de acreditarse podrían constituir una violación en la materia, respecto a la prohibición de la venta de tiempo de transmisión, en cualquier modalidad de programación, a los partidos políticos, aspirantes, precandidatos o candidatos a cargos de elección popular o la difusión de propaganda política o electoral, pagada o gratuita ordenada por personas distintas al Instituto Federal Electoral.

En consecuencia y con base en lo expuesto se desestima la causal de improcedencia hecha valer por la parte denunciada.

QUINTO. Que una vez que han sido desvirtuadas las causales de improcedencia que se hicieron valer y toda vez que esta autoridad no advierte la actualización de alguna otra, lo procedente es entrar al análisis de los hechos denunciados.

Al respecto, el Partido Revolucionario Institucional hizo valer como motivos de inconformidad:

1. Que durante el mes de mayo y junio, se transmitieron promocionales televisivos relativos a la revista "Poder y Negocios", correspondiente a la edición número 11, del mes de mayo de 2009, en los cuales se difundió la imagen de César Nava Vázquez, actual candidato al cargo de Diputado Federal por el 15 distrito electoral en el Distrito Federal, postulado por el Partido Acción Nacional.

2. Que con dicha propaganda se pretende influir en las preferencias electorales a favor del candidato referido violando las disposiciones constitucionales y legales que rigen el acceso de los partidos políticos y sus candidatos a los medios electrónicos sobre los que el Instituto Federal Electoral es autoridad única para su administración.

3. Que en el contexto en que se da el hecho denunciado, es una estrategia tendente a disfrazar de legal un acto ilegal conocido como fraude a la ley.

Igualmente, las partes denunciadas al comparecer al presente procedimiento hicieron valer como defensas, las siguientes:

José César Nava Vázquez.

• Que niega los hechos expresados en la denuncia, por la forma y alcance en que se encuentran redactados.

- Que niega haber contratado o convenido con la revista “Poder y Negocios”, algún tipo de contratación o contraprestación a cambio de la entrevista que le realizaron.
- Que la revista siendo la razón propia de su objeto, realiza entrevistas a diversas personalidades que estima conveniente para sus fines.
- Que lo único que es posible observar de los hechos aludidos es que una publicación periódica, como es “Poder y Negocios”, realizó una entrevista a un ciudadano que es candidato a un puesto de elección popular, y que promovió la adquisición de la revista en televisión, lo que a todas luces no constituye un acto de propaganda electoral, sino de mercadeo o marketing.
- Que el escrito de denuncia carece de elementos para demostrar las circunstancias de tiempo, modo o lugar en que supuestamente acontecen los hechos denunciados.
- Que no se aprecian consideraciones o razones lógico-jurídicas por las cuales el quejoso concluye que con la difusión de la portada de la revista multicitada se influyó de manera ilegal en la intención de voto de la ciudadanía.

Representante Legal de las empresas Televimex, S.A. de C.V., Editorial Televisa, S.A. de C.V. y Publicaciones Acuario, S. de R.L. de C.V. Cabe referir que acudió como representante de las tres personas morales antes referidas el C. Ángel Israel Crespo Rueda, es por ello, que las excepciones que hace valer se reseñan en el mismo apartado, siendo éstas las siguientes:

- Que sus representadas no contrataron propaganda en televisión dirigida a promover a persona alguna con fines electorales o políticos, a favor de partido político o de candidato a cargo de elección popular.
- Que los actos presuntamente realizados por sus mandantes, no tienen que ver con escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones

y expresiones que se difundan durante la campaña electoral con el propósito de presentar ante la ciudadanía, las candidaturas registradas, ni se trata de promocionar a persona alguna con fines electorales o políticos.

- Que se niega lisa y llanamente que sus mandantes hubieran incurrido en la hipótesis normativa antes señalada, al no haber contratado propaganda en radio y televisión.

- Que los promocionales denunciados se tratan de mensajes comerciales tendentes a anunciar la publicación y edición de una revista cuyo género es de análisis político y económico.

- Que sus representadas no han enajenado tiempo de transmisión alguno a ningún partido político, aspirante, precandidato o candidato a cargo de elección popular, por tanto el presente procedimiento es infundado.

- Que Publicaciones Acuario S. de R.L. de C.V., no es la empresa responsable de la publicación de la revista PODER Y NEGOCIOS, simplemente es la empresa titular de los derechos marcarioyu7j de la misma.

Partido Acción Nacional

- Que de dicha portada no se advierte una alusión a la plataforma electoral, ni un llamado al voto a favor del C. César Nava Vázquez, ni del Partido Acción Nacional.

- Que el contenido de los promocionales publicitarios, así como la portada de la revista en cuestión, es de naturaleza periodística y atiende el sentido informativo que caracteriza a una revista política.

- Que no pagaron por dicha inserción, y por ello no contrataron el espacio en medio electrónico en los que se publicita la revista de mérito.

- Que la difusión de la imagen de César Nava Vázquez, candidato al cargo de Diputado Federal por el 15 distrito electoral del Distrito Federal, postulado

por el Partido Acción Nacional, se encuentra amparada en el marco de la libertad de imprenta referente al derecho a publicar y difundir ideas a través de medios impresos.

•Que en ningún momento se observa una promoción particularizada del candidato, ni se difunde su plataforma electoral, ni se hace promoción de inserciones pagadas y, en forma alguna se llama al voto a favor del Partido Acción Nacional.

SEXTO. Que una vez que han sido reseñados los motivos de agravio así como las excepciones y defensas hechas valer por las partes, lo procedente es establecer la **litis** de la cuestión planteada, la cual consiste en dilucidar si con la transmisión en televisión de los promocionales en los que se difunde la edición del mes de mayo de la revista “Poder y Negocios”, la cual contiene en su portada la imagen del C. José César Nava, actual candidato al cargo de Diputado Federal por el 15 distrito electoral en el Distrito Federal, postulado por el Partido Acción Nacional, se actualiza alguna de las siguientes infracciones por alguno de los sujetos que se precisan a continuación:

a)C. José César Nava Vázquez, actual candidato al cargo de Diputado Federal postulado por el Partido Acción Nacional en 15 distrito electoral en el Distrito Federal, por la presunta violación a lo dispuesto en el artículo 41, Apartado A, párrafo 3 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en relación con lo dispuesto en el artículo 49, párrafos 3 y 4; 344, párrafo 1, inciso f); 345, párrafo 1, inciso b) del código electoral federal, respecto a que los partidos políticos, precandidatos y candidatos a cargos de elección popular o ninguna persona física o moral, sea a título propio o por cuenta de terceros, podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, propaganda o tiempos en radio y televisión dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular.

b) Empresa televisiva denominada “Televimex S.A. de C.V.”, por la presunta infracción a lo señalado en el artículo 41, Apartado A, párrafo 3 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en relación con lo previsto en el artículo 41, Apartado A, párrafo 3 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en relación con lo previsto en el artículo 49, párrafo 4; 350, párrafo 1, inciso a) y b) del código comicial federal, respecto de la probable venta de tiempo de transmisión, en cualquier modalidad de programación, a los partidos políticos, aspirantes, precandidatos o candidatos a cargos de elección popular o la difusión de propaganda política o electoral, pagada o gratuita ordenada por personas distintas al Instituto Federal Electoral.

c) Editorial Televisa, S.A. de C.V., por la presunta infracción a lo señalado en el artículo 41, Apartado A, párrafo 3 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en relación con lo previsto en el artículo 49, párrafo 4; 345, párrafo 1, inciso b) del código comicial federal, respecto de contratar propaganda en radio y televisión dirigida a la promoción personal con fines políticos o electorales, a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, o a favor o en contra de partidos políticos o candidatos a cargos de elección popular.

d) Publicaciones Acuario S de R.L de C.V., por la presunta violación a lo previsto en artículo 41, Apartado A, párrafo 3 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en relación con lo previsto en el artículo 49, párrafo 4; 345, párrafo 1, inciso b) del código comicial federal, respecto de contratar propaganda en radio y televisión dirigida a la promoción personal con fines políticos o electorales, a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, o a favor o en contra de partidos políticos o candidatos a cargos de elección popular.

e) Partido Acción Nacional, por la presunta violación a lo previsto en el artículo 38, párrafo 1, inciso a) en relación con lo dispuesto en el artículo 41, Apartado A, párrafo 3 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en relación con lo

dispuesto en el artículo 49, párrafos 3 y 4; 342, párrafo 1, incisos a) e i) del código federal electoral, respecto de la omisión a su deber de cuidado derivado de que los partidos políticos, precandidatos y candidatos a cargos de elección popular o ninguna persona física o moral, sea a título propio o por cuenta de terceros, podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, propaganda o tiempos en radio y televisión dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular.

Una vez establecido lo anterior, cabe referir que el partido político denunciante, para acreditar su dicho, presentó como pruebas:

1. Oficio identificado con el número DEPPP/3719/2009, suscrito por el Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos del Instituto Federal Electoral, el cual en lo que interesa señala:

“(..)

Me permito hacer de su conocimiento que esta Dirección Ejecutiva detectó la Transmisión del anuncio publicitario que nos ocupa en el periodo comprendido del 25 de mayo al 4 de junio del presente año, por lo que anexo al presente un disco compacto con el promocional solicitado, en el que se detecta el número de impactos y los canales en que fue transmitido el mismo.

(..)”

El contenido del oficio anterior reviste el carácter de documental pública de conformidad con lo dispuesto en los artículos 358, párrafo 3, inciso a); 359, párrafos 1 y 2 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales en relación con los artículos 34; párrafo 1, inciso a); 35; 42; 45, párrafos 1 y 2 del Reglamento de Quejas y Denuncias del Instituto Federal Electoral y por ende tiene valor probatorio pleno.

De lo anterior se desprende lo siguiente:

- Que del monitoreo que lleva a cabo la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos detectó la transmisión en televisión del promocional denunciado.

- Que el mismo se transmitió en el periodo comprendido del 25 de mayo al 4 de junio del año en curso.

2. Disco compacto que contiene el promocional difundido en televisión abierta en el cual se publicita la Revista "Poder y Negocios" correspondiente al año 5, edición No. 11, mayo 2009 en el cual se observa:

Primer promocional:

Fondo Musical, y aparece la pantalla en un fondo blanco la secuencia de cinco manos de color rojo, seguido del texto "LA INFORMACIÓN ES PODER" en color negro cambia la imagen y la toma se divide en dos, apreciándose de lado derecho las letras "Revista poder y negocios. Intelligence for the business elite" y del lado izquierdo aparece la portada de la revista en donde se observa la imagen del ciudadano César Nava.

Segundo promocional:

Fondo musical, fondo blanco en donde aparecen las palabras en color negro "EL PODER ESTÁ EN LA MENTE DE MUCHOS" luego dibujos de personas en el mismo color e inmediatamente después aparece "PERO EN MANOS DE POCOS", posteriormente la secuencia de cinco manos de color rojo, seguido del texto "LA INFORMACIÓN ES PODER" cambia la imagen y la toma se divide en dos, apreciándose de lado derecho las letras "Revista poder y negocios. Intelligence for the business elite" y del lado izquierdo aparece la portada de la revista en donde se observa la imagen del ciudadano César Nava.

Al respecto, debe decirse que el elemento probatorio de referencia tienen el carácter de documento público **cuyo valor probatorio es pleno, respecto de los hechos que en él se consignan**, esto es así, porque el mismo fue generado como consecuencia

de la solicitud de información que el Partido Revolucionario Institucional le realizó al Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos y Secretario Técnico del Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral.

Al respecto, debe decirse que el monitoreo de medios de comunicación es el conjunto de actividades diseñadas para medir, analizar y procesar en forma continua la información emitida por medios de comunicación electrónicos, impresos o alternos, respecto de un tema, lugar y tiempo determinados, con el registro y representación objetiva de los promocionales, anuncios, programas, etcétera, objeto del monitoreo.

En cuanto procedimientos técnicos que permiten medir la cantidad y calidad de los mensajes publicados en medios de comunicación, los monitoreos han sido introducidos en el ámbito electoral como una herramienta para auxiliar y coadyuvar en las funciones al control y fiscalización de las actividades de los partidos políticos (y actualmente también de los concesionarios o permisionarios de radio y televisión), encomendadas a las autoridades electorales.

Dicha metodología permite a esta autoridad contar con elementos suficientes y adecuados para determinar clara y contundentemente, las frecuencias de difusión de los promocionales y los lugares en los cuales fueron vistos en territorio nacional, documento al que se otorga valor probatorio pleno para tener por acreditado el contenido y la transmisión del spot o promocional aludido en la denuncia.

Para mayor claridad de lo anteriormente expresado, resulta conveniente transcribir la parte medular del criterio sostenido por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en la sentencia dictada en el expediente SUP-JRC-179/2005 y su acumulado SUP-JRC-180/2005.

“El monitoreo de medios de comunicación es el conjunto de actividades diseñadas para medir, analizar y procesar en forma continua la información emitida por medios de comunicación electrónicos, impresos o alternos, respecto de un tema, lugar y tiempo determinados, con el registro y representación objetiva de los promocionales, anuncios, programas, etcétera, objeto del monitoreo.

En cuanto procedimientos técnicos que permiten medir la cantidad y calidad de los mensajes publicados en medios de comunicación, los monitoreos han sido introducidos en el ámbito electoral como una herramienta para auxiliar y coadyuvar en las funciones al control y fiscalización de las actividades de los partidos políticos, encomendadas a las autoridades electorales.

En conformidad con el artículo 11, undécimo párrafo, de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano del Estado de México, el Instituto Electoral del Estado de México tiene a su cargo, entre otras actividades, las relativas a la fiscalización del financiamiento público y gastos de los partidos políticos.

En el ejercicio de esta actividad el Consejo General del citado instituto se apoya de las comisiones de Fiscalización y de Radiodifusión y Propaganda.

En términos de lo establecido en los artículos 61 y 62 del código electoral local, la Comisión de Fiscalización del Instituto Electoral del Estado de México es el órgano técnico electoral encargado de la revisión de los informes sobre el origen y aplicación de los recursos, que rindan los partidos políticos; para lo cual, cuenta con las atribuciones siguientes: 1) Elaborar lineamientos técnicos (que serán aprobados por el Consejo General) sobre cómo presentar los informes y cómo llevar el registro de los ingresos y egresos, así como la documentación comprobatoria; 2) Previo acuerdo del Consejo General, realizar auditorías (entre ellas de los fondos, fideicomisos y sus rendimientos

financieros que tengan los partidos políticos); 3) Revisar y emitir dictámenes respecto de las auditorías practicadas por los partidos políticos, y 4) Las demás que establezca el propio código electoral o las que establezca el Consejo General.

Por su parte, la Comisión de Radiodifusión y Propaganda del multicitado instituto tiene a su cargo, entre otras funciones, acorde con lo dispuesto por los artículos 66 y 162 del código referido, la realización de: 1) monitoreos cuantitativos y cualitativos de medios de comunicación electrónicos e impresos durante el periodo de campaña electoral, o antes si así lo solicita un partido políticos y 2) monitoreos de la propaganda de partidos políticos colocados en bardas, anuncios espectaculares, postes, unidades de servicio público, y todo tipo de equipamiento utilizado para difundir mensajes, los cuales en la práctica son conocidos comúnmente como medios alternos.

Estos monitoreos, acorde con lo establecido en el numeral 162 citado tienen como finalidades: a) garantizar la equidad en la difusión de los actos proselitistas de los partidos políticos; b) medir los gastos de inversión en medios de comunicación de dichas entidades de interés público y c) apoyar la fiscalización de los partidos para prevenir que se rebasen los topes de campaña. [...]

Acorde con lo dispuesto en los artículos 335, 336, y 337, párrafo primero, fracción II del Código Electoral del Estado de México, los monitoreos referidos sólo harán prueba plena cuando a juicio del órgano competente para resolver, los demás elementos que obren en el expediente, los hechos afirmados, la verdad conocida y el recto raciocinio de la relación que guardan entre sí, generen convicción sobre la veracidad de los hechos afirmados.”

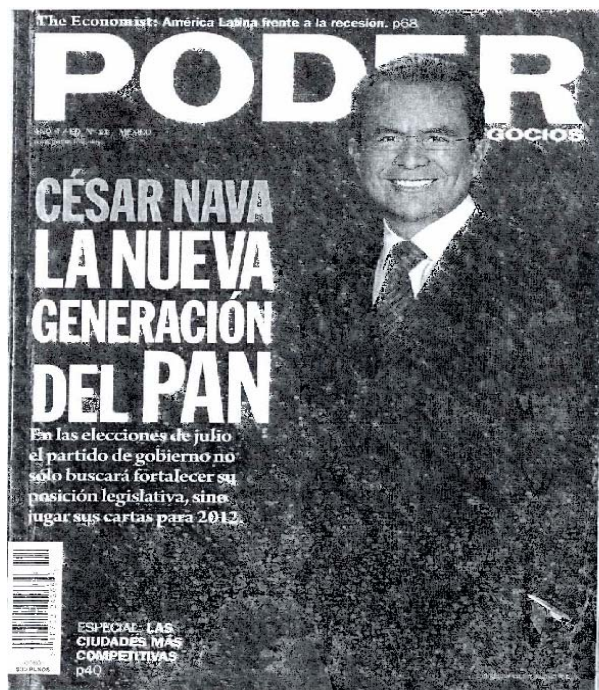
En este contexto, debe decirse que los monitoreos de mérito constituyen una documental pública, en términos de lo previsto en los artículos 358, párrafos 1 y 3, inciso a) y 359, párrafo 2 del código federal electoral, razón por la cual la misma tiene valor

probatorio pleno respecto a los hechos en ella consignados.

En ese orden de ideas, se estima que del disco compacto antes referido se desprende:

- Que se difundieron en televisión anuncios que promocionaban la revista "Poder y Negocios", en su edición del mes de mayo.
- Que en la portada de dicha edición aparece entre otras cosas la imagen del ciudadano César Nava.
- Que existen dos anuncios publicitarios relacionados con la promoción de la edición del mes de mayo de la revista en comento.

3. Ejemplar de la revista "Poder y Negocios" correspondiente al Año 5, Edición número 11, mayo 2009, en cuya portada aparece el candidato denunciado, la cual se inserta, a continuación:



En ese contexto, dicha prueba aportada por el denunciante constituye una documental privada, misma que se le concede valor indiciario de lo que en ella se precisa, según lo dispuesto por los artículos 358, párrafo 3, inciso b); 359, párrafos 1 y 3 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, en relación con los diversos numerales 14, párrafo 1, inciso b), párrafo 5, y 16 párrafos 1 y 3 de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral y los diversos 34, párrafo 1, inciso b); 36, y 45, párrafos 1 y 3 del Reglamento de Quejas y Denuncias del Instituto Federal Electoral.

Que de la revista se desprenden lo siguiente:

- Que en la portada de la revista antes señalada aparece el nombre e imagen del ciudadano César Nava.
- Que también aparece el siguiente texto: “La nueva Generación del PAN. En las elecciones de julio el partido de gobierno no sólo buscará fortalecer su posición legislativa, sino jugar sus cartas para 2012.
- Que en la parte inferior izquierda aparece “Especial las ciudades más competitivas. p40”.

En ese tenor, el Secretario Ejecutivo en su carácter de Secretario del Consejo General del Instituto Federal Electoral con el objeto de allegarse mayores elementos que permitieran resolver el presente procedimiento requirió información al Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos, así como a los Representantes Legales de la revista “Poder y Negocios”, de la empresas Editorial Televisa, S.A. de C.V., Publicaciones Acuario, S. de R.L. de C.V y de Televimex, S.A. de C.V., los cuales se transcriben, así como las respuestas respectivas.

Requerimiento de información dirigido al Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos.

“(…)

a) Si como resultado de los monitoreos efectuados por la Dirección a su digno cargo durante los meses de mayo y junio de este año fue detectada la transmisión de spots en televisión y radio en los cuales se promocionaba la edición del mes de mayo de la revista "Poder y Negocios" en la que aparece la imagen del C. César Nava, actual candidato al candidato a Diputado Federal por el 15 distrito electoral en el Distrito Federal postulado por el Partido Acción Nacional;

b) De ser afirmativa la respuesta al cuestionamiento anterior, proporcione el nombre y domicilio del concesionario o permisionario que lo difundió; y

c) Asimismo, detalle los días y horas en que fue transmitido, el número de impactos y los canales en que se hubiese transmitido el promocional de mérito, sirviéndose acompañar la documentación que soporte la información de referencia.

(...)"

Contestación a dicho requerimiento:

"(...)

a) Al respecto, se señala que de los monitoreos efectuados por la Dirección de Verificación de Monitoreo dependiente de esta Dirección Ejecutiva, se detectó la transmisión de dicho promocional sólo durante el periodo del 21 al 31 de mayo del año en curso, con corte a las 24 horas, a través de los canales XEW-TV canal 2, XHTV-TV canal 4, XHGC-TV canal 5 y XEQ-TV canal 9.

b) Por lo que hace a este inciso, hago de su conocimiento que los canales XEW-TV canal 2, XHGC-TV canal 5 y XEQ-TV canal 9, tienen como concesionaria a la empresa Televimex, S.A. de C.V., cuyo domicilio se encuentra ubicado en Avenida Chapultepec número 28 quinto piso, colonia

Doctores, Delegación Cuauhtémoc, Ciudad de México, Distrito Federal.

c)Respecto este inciso, adjunto al presente una relación que detalla los días y horas en que fue transmitido dicho promocional, siendo durante el periodo del 21 al 31 de mayo del año en curso con corte a las 24 horas, así como los testigos correspondientes.

PROMOCIONAL REVISTA PODER Y NEGOCIOS			
CANAL	FECHA	HORA	DURACIÓN
CANAL 2 XEW-TV	21/05/2009	06:05:50	5 seg
CANAL 2 XEW-TV	21/05/2009	23:04:26	5 seg
CANAL 2 XEW-TV	22/05/2009	06:09:01	5 seg
CANAL 2 XEW-TV	22/05/2009	23:02:17	5 seg
CANAL 2 XEW-TV	22/05/2009	23:22:17	10 seg
CANAL 2 XEW-TV	24/05/2009	17:28:08	10 seg
CANAL 2 XEW-TV	25/05/2009	23:06:05	5 seg
CANAL 2 XEW-TV	25/05/2009	23:16:29	10 seg
CANAL 2 XEW-TV	25/05/2009	23:18:40	5 seg
CANAL 2 XEW-TV	26/05/2009	06:09:56	5 seg
CANAL 2 XEW-TV	26/05/2009	23:04:57	5 seg
CANAL 2 XEW-TV	26/05/2009	23:20:10	10 seg
CANAL 2 XEW-TV	26/05/2009	23:21:38	5 seg
CANAL 2 XEW-TV	27/05/2009	00:00:38	10 seg
CANAL 2 XEW-TV	27/05/2009	06:06:46	5 seg
CANAL 2 XEW-TV	28/05/2009	00:00:38	10 seg
CANAL 2 XEW-TV	28/05/2009	06:06:16	5 seg
CANAL 2 XEW-TV	28/05/2009	22:55:04	5 seg
CANAL 2 XEW-TV	28/05/2009	23:14:33	10 seg
CANAL 2 XEW-TV	28/05/2009	23:14:43	5 seg
CANAL 2 XEW-TV	29/05/2009	06:09:59	5 seg
CANAL 2 XEW-TV	29/05/2009	22:54:57	5 seg
CANAL 2 XEW-TV	29/05/2009	23:19:04	5 seg
CANAL 2 XEW-TV	29/05/2009	23:20:38	5 seg
CANAL 2 XEW-TV	30/05/2009	19:56:26	10 seg
CANAL 2 XEW-TV	31/05/2009	16:03:50	10 seg

PROMOCIONAL REVISTA PODER Y NEGOCIOS			
CANAL	FECHA	HORA	DURACIÓN
CANAL 4 XHTV-TV	21/05/2009	06:49:55	5 seg
CANAL 4 XHTV-TV	21/05/2009	14:59:56	5 seg
CANAL 4 XHTV-TV	22/05/2009	06:50:00	5 seg
CANAL 4 XHTV-TV	22/05/2009	15:00:54	5 seg
CANAL 4 XHTV-TV	23/05/2009	07:12:36	10 seg
CANAL 4 XHTV-TV	25/05/2009	06:49:55	5 seg
CANAL 4 XHTV-TV	25/05/2009	09:08:44	10 seg
CANAL 4 XHTV-TV	25/05/2009	14:59:55	5 seg
CANAL 4 XHTV-TV	26/05/2009	06:49:59	5 seg
CANAL 4 XHTV-TV	26/05/2009	14:59:59	5 seg
CANAL 4 XHTV-TV	27/05/2009	06:50:00	5 seg
CANAL 4 XHTV-TV	27/05/2009	14:59:54	5 seg
CANAL 4 XHTV-TV	28/05/2009	06:49:55	5 seg
CANAL 4 XHTV-TV	28/05/2009	07:56:01	10 seg
CANAL 4 XHTV-TV	28/05/2009	14:59:55	5 seg
CANAL 4 XHTV-TV	29/05/2009	06:50:00	5 seg
CANAL 4 XHTV-TV	29/05/2009	14:59:54	5 seg
CANAL 4 XHTV-TV	30/05/2009	13:03:50	10 seg
CANAL 5 XHGC-TV	23/05/2009	20:04:11	10 seg
CANAL 5 XHGC-TV	23/05/2009	23:35:50	10 seg
CANAL 9 XEQ-TV	21/05/2009	20:16:09	5 seg
CANAL 9 XEQ-TV	21/05/2009	20:47:28	5 seg
CANAL 9 XEQ-TV	22/05/2009	20:13:53	5 seg
CANAL 9 XEQ-TV	22/05/2009	20:59:29	5 seg
CANAL 9 XEQ-TV	26/05/2009	20:15:58	5 seg
CANAL 9 XEQ-TV	26/05/2009	20:51:14	5 seg
CANAL 9 XEQ-TV	27/05/2009	20:17:22	5 seg
CANAL 9 XEQ-TV	27/05/2009	20:47:33	5 seg
CANAL 9 XEQ-TV	28/05/2009	20:47:46	5 seg
CANAL 9 XEQ-TV	29/05/2009	20:13:54	5 seg
CANAL 9 XEQ-TV	29/05/2009	20:46:38	5 seg

El contenido del oficio anterior reviste el carácter de documental pública de conformidad con lo dispuesto en los artículos 358, párrafo 3, inciso a); 359,

párrafos 1 y 2 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales en relación con los artículos 34; párrafo 1, inciso a); 35; 42; 45, párrafos 1 y 2 del Reglamento de Quejas y Denuncias del Instituto Federal Electoral y por ende tiene valor probatorio pleno.

De lo anterior se desprende lo siguiente:

- Que del monitoreo que lleva a cabo la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos detectó la transmisión en televisión del promocional denunciado.
- Que el mismo se transmitió entre el 21 y 31 de mayo del año en curso y tuvieron una duración entre los 5 y 10 segundos.
- Que los canales que transmitieron dicho promocional fueron 2 XEW-TV, 4 XHTV-TV, 5 XHGC-TV y 9 XEQ-TV, en 57 ocasiones.
- Que los canales antes referidos tienen como concesionaria a la empresa Televimex, S.A. de C.V.
- Que dicha empresa televisiva tiene su domicilio en Avenida Chapultepec número 28, Quinto piso, Colonia Doctores, Delegación Cuauhtémoc, Distrito Federal.

Requerimiento de información formulado a la empresa Televimex:

“(…)

a)Quién fue la persona física o moral que le contrato la difusión de los promocionales que fueron transmitidos por sus canales 2, 4, 5 y 9, para promocionar la revista poder y negocios del mes de mayo del presente año; y

b)Remita todas las constancias que acrediten la razón de su dicho.

(…)”

Contestación a dicho requerimiento:

“(…)

a) Se manifiesta que en efecto, provee espacios de tiempo aire en televisión abierta, a diversas empresas mediante acuerdos de intercambio consensuales establecidos de forma directa o indirecta, en el caso que nos ocupa, con Editorial Telvisa, S.A. de C.V.; lo cual le permite (a dicha empresa-entre otras) publicitar sus productos, sin embargo tal publicidad no se trata de aquellas que sanciona el artículo 345 punto 1, inciso b) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales – toda vez que no se trata de publicidad personal, político electoral-, lo anterior en atención a la circunstancia de que mi representada concede a dicha empresa la posibilidad de transmitir determinados contenidos publicitarios a título de permuta o intercambio de servicios, razón por la que recíprocamente recaen las respectivas obligaciones a la empresa referida de publicar en sus revistas otros productos.

b) Señalo que no existen contratos formales ni facturación por lo antes señalado. Los acuerdos son consensuales circunstancia que se manifiesta bajo protesta de decir verdad.

Sin embargo, se indica bajo protesta de decir verdad que tal acuerdo existe y constituye precisamente el motivo por el cual se publicitó el producto que nos ocupa, habiéndose emitido dicha pauta no por primera vez, sino de tiempo atrás.

(…)”

Requerimiento de información formulado a Editorial Televisa, S.A. de C.V.:

“(…)

a) Indique el método a través del cual realiza la promoción de la revista que representa;

b) Mencione si para la promoción de la misma contrata espacios en televisión y/o radio;

c) En caso de ser afirmativa la respuesta al cuestionamiento anterior, indique el nombre y domicilio de la empresa con la que es su caso, contrata dichos espacios, el número de promocionales y su temporalidad, es decir, cuál es el periodo durante el cual promociona cada edición;

d) En el caso específico de la publicación del mes de mayo, indique el número de promocionales que se contrataron en radio y/o televisión, en su caso, de ser posible detalle el número de impactos, fechas, horas, canales y/o estaciones de radio; y

e) Remita las constancias (contratos y/o facturas) que acrediten la razón de su dicho.

(...)"

Contestación a dicha solicitud:

"(...)

a) Se manifiesta que mi mandante NO REPRESENTA ninguna revista (no son objeto de representación); sin embargo, se aclara que respecto de la revista aludida, se lleva a cabo la promoción respectiva a través de los espacios en televisión abierta, en donde vale la pena aclarar que lo que resulta objeto de publicidad es precisamente el producto elaborado por la ahora compareciente, esto es, una revista con contenido de interés actual (económico y político).

b) Se manifiesta que mi representada accede a espacios de tiempo aire en televisión abierta, mediante acuerdos de intercambio consensuales establecidos de forma directa o indirecta, con la concesionaria respectiva, lo cual le permite (a la hora compareciente) publicar sus productos. Se precisa que lo anterior NO APLICA ni materializa la hipótesis normativa prevista en el artículo 345 punto 1, inciso b) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales- toda vez que no se trata de publicidad personal, político o electoral.- Mi

representada hace uso de un derecho para publicar sus productos en televisión con la correspondiente obligación de publicar en las revistas que edita otros productos (obras audiovisuales por ejemplo) de otras empresas con las que existen los acuerdos de intercambio respectivos.

Así, bajo de decir verdad, manifestó que al existir estas permutas no existe una contraprestación económica fija o determinada pues el uso de espacios es únicamente respecto de los tiempos vacantes o disponibles para tales efectos y a título de intercambio.

Finalmente se precisa que la actividad antes señalada NO ES NUEVA y se ha realizado tiempo atrás. Es específico, por cuanto hace a los promocionales publicitarios de la revista Poder y Negocios, se manifiesta que estos, sin limitar a la publicación que es de revisión por parte de esa Autoridad, han sido publicitados en las siguientes fechas, indicando de la misma forma, el título de cada uno de estas revistas.

PODER Y NEGOCIOS 2009			
TEMPORALIDAD Y PERIODO	VERSIÓN	DURACIÓN	MEDIO
12 DE FEB AL 10 DE MAR	NEW YORK TIME	10	TELEVISIÓN
DEL 11 DE MAR AL 16 DE ABR	PODER 100		
DEL 17 DE ABR AL 07 DE MAY	PODER OBAMA ABRIL 09		
DEL 08 AL 20 DE MAY	PODER INFLUENZA 09		
DEL 21 DE MAY AL 16 DE JUN	PODER NUEVA GENERACIÓN		
DEL 17 AL 30 DE JUNIO	CABALLEROS		

Con esto se evidencio que esta práctica, no es aislada ni nueva como pareciera hacerlo ver el denunciante y mucho menos, partiendo de lo antes dicho, se puede decir que resulta ilegal.

c)Se informa que la empresa concesionaria es Televimex, S.A. de C.V.; el periodo o temporalidad

durante el cual se promociona cada edición se refiere en la tabla antes señalada.

d) Por el que se solicitan el número de promocionales que se contrataron en radio y/o televisión, en su caso, de ser posible detalle el número de impactos, fechas, horas, canales y/o estaciones de radio, es de indicarse que mi representada no cuenta con dicha información ya que la concesionaria antes referida es la encargada de elaborar el pautaado respectivo atendiendo al espacio disponible dentro del contenido que programa.

e) Manifiesto que no existen contratos formales ni facturación por lo antes señalado. Los acuerdos son consensuales circunstancias que se manifiestan bajo protesta de decir verdad.

Amén de lo anterior, y a efecto de que quede perfectamente claro, MI MANDANTE NO VENDIÓ LA NOTA NI LA ENTREVISTA QUE SE PUBLICA EN LA REVISTA A PERSONA FÍSICA O MORAL ALGUNA.

(...)

Requerimiento de información a Publicaciones Acuario, S. de R.L. de C.V.

“(...)

a) Indique el método a través del cual realiza la promoción de la revista que representa;

b) Mencione si para la promoción de la misma contrata espacios en televisión y/o radio;

c) En caso de ser afirmativa la respuesta al cuestionamiento anterior, indique el nombre y domicilio de la empresa con la que es su caso, contrata dichos espacios, el número de promocionales y su temporalidad, es decir, cuál es el periodo durante el cual promociona cada edición;

d) En el caso específico de la publicación del mes de mayo, indique el número de promocionales que se contrataron en radio y/o televisión, en su caso, de ser

posible detalle el número de impactos, fechas, horas, canales y/o estaciones de radio; y

e) Remita las constancias (contratos y/o facturas) que acrediten la razón de su dicho.

(...)"

Contestación a dicho requerimiento:

"(...)

Respecto del inciso a) y b) se manifiesta que mi representada únicamente es titular de la marca PODER Y NEGOCIOS, por tal motivo es ajena a la realización de promocionales y más aun de las contrataciones de publicidad de la misma.

Respecto del inciso c) se informa que mi representada no contrata publicidad alguna pues simplemente es titular de la marca PODER Y NEGOCIOS.

Respecto del inciso d) manifiesto que no cuenta mi representada con la información requerida por ser ajena a la publicidad de la revista PODER Y NEGOCIOS al ser únicamente titular de una marca, por la que no es posible la entrega de lo solicitado.

Respecto del inciso e) hago manifiesto que en contexto de lo dicho no es procedente dar contestación.

(...)"

El contenido de los requerimientos anteriores revisten el carácter documentales privadas, las cuales serán valoradas en cuanto a su alcance y valor probatorio de conformidad con lo dispuesto en los artículos 358, párrafo 3, inciso b); 359, párrafos 1 y 3 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales en relación con los artículos 34; párrafo 1, inciso b); 36; 42; 45, párrafos 1 y 3 del Reglamento de Quejas y Denuncias del Instituto Federal Electoral. En ese sentido, las mismas dada su naturaleza sólo cuentan con un

valor indiciario respecto de los hechos que en ellas se reseñan.

De los documentos señalados se obtiene lo siguiente:

- Que la empresa televisiva denominada Televimex, S.A. de C.V. provee de espacios de tiempo en televisión abierta a diversas empresas mediante acuerdos de intercambio consensuales establecidos de forma directa o indirecta.
- Que dicha empresa le concede, en el caso concreto a Editorial Televisa, S.A. de C.V. la posibilidad de transmitir determinados contenidos publicitarios a título de permuta o intercambio de servicios, por lo que recaen obligaciones a la empresa referida de publicar en sus revistas otros productos, no existiendo contratos formales, ni facturaciones.
- Que no es la primera vez que se emite dicha pauta.
- Que “Editorial Televisa, S.A. de C.V.” no representa ninguna revista.
- Que la promoción de la revista “Poder y Negocios” se realiza a través de los espacios de televisión abierta.
- Que lo que se publicita es el producto elaborado, es decir, la revista.
- Que la misma tiene un contenido de interés actual (económico y político).
- Que “Editorial Televisa, S.A. de C.V.” tiene acceso a espacios de tiempo aire en televisión abierta mediante acuerdos de intercambio consensuales establecidos de forma directa o indirecta con la concesionaria respectiva.
- Que hace uso de un derecho para publicar sus productos en televisión con la correspondiente

obligación de publicar en las revistas que edita otros productos de otras empresas con las que existen los acuerdos respectivos.

- Que al existir dichas permutas no existe una contraprestación económica fija o determinada.
- Que el uso de espacios es únicamente respecto de los tiempos vacantes o disponibles.
- Que dicha actividad no es nueva, toda vez que los promocionales de la revista "Poder y Negocios" se han publicitado en diversos periodos que comprenden de 12 de febrero al 10 de marzo, del 11 de marzo al 16 de abril, del 17 de abril al 7 de mayo, del 8 al 20 de mayo, del 21 de mayo al 16 de junio y del 17 al 30 de junio.
- Que algunas de las versiones que se han promocionado en televisión son: "New York Time, Poder Obama Abril 09, Poder Influenza 09, Poder Nueva Generación y Caballeros".
- Que la empresa Televimex, S.A. de C.V. es la que se encarga de realizar el pautado respectivo atendiendo al espacio disponible.
- Que dicha editorial no vendió la nota, ni la entrevista que se publica en la revista, sino que la misma se realizó en ejercicio periodístico.
- Que Publicaciones Acuario, S. de R.L. de C.V. es titular de la marca "Poder y Negocios", por lo que es ajena a la realización de promocionales y contratación de publicidad de la misma.

SÉPTIMO. Que expuesto lo anterior, esta autoridad considera necesario realizar algunas **consideraciones generales** respecto del tema que nos ocupa, es por ello, que se hace necesario tener en cuenta las consideraciones que se vertieron en el *"DICTAMEN DE LAS COMISIONES UNIDAS DE*

PUNTOS CONSTITUCIONALES, Y DE GOBERNACIÓN, CON PROYECTO DE DECRETO QUE REFORMA LOS ARTÍCULOS 6, 41, 85, 99, 108, 116 Y 122; ADICIONA EL ARTÍCULO 134; Y SE DEROGA UN PÁRRAFO AL ARTÍCULO 97 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS”, mismo que fue publicado en la Gaceta Parlamentaria, Cámara de Diputados, número 2341-I, viernes 14 de septiembre de 2007, misma que en lo que interesa señala:

“(…)

Estas Comisiones Unidas comparten las razones y los argumentos vertidos por la Colegisladora en el Dictamen aprobado el 12 de septiembre de 2007, por lo que tales argumentos se tienen por transcritos a la letra como parte integrante del presente Dictamen.

Las Comisiones Unidas de la Cámara de Diputados, teniendo a la vista la Minuta con Proyecto de Decreto materia de este Dictamen, deciden hacer, primero, una breve descripción del contenido de la misma para luego exponer los motivos que la aprueba en sus términos.

*La misma plantea la conveniencia de reformar nuestra constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en los siguientes tres ejes: a) Disminuir en forma significativa el gasto de campañas electorales; b) fortalecer las atribuciones y facultades de las autoridades electorales federales; y **c) diseñar un nuevo modelo de comunicación entre la sociedad y partidos. De estos ejes principales, se derivan una serie de propuestas a saber:***

1.Reducción del financiamiento público, destinado al gasto en campañas electorales.

2. Una nueva forma de cálculo del financiamiento público para actividades ordinarias de los partidos políticos.

3. Límites menores a los hoy vigentes para el financiamiento privado que pueden obtener los partidos políticos.

4. Reducción en tiempos de campañas electorales y regulación de precampañas.

5. Perfeccionamiento de las facultades del Tribunal Federal Electoral del Poder Judicial de la Federación, con respecto a la no aplicación de leyes electorales contrarias a la Constitución.

6. Renovación escalonada de consejeros electorales.

7. Prohibición para que actores ajenos al proceso electoral incidan en las campañas electorales y sus resultados.

8. Prohibición para los partidos políticos de contratar propaganda en radio y televisión.

Las presentes comisiones estiman que las valoraciones hechas por la legisladora en la Minuta remitida para su análisis, resultan de especial trascendencia para sustentar los propósitos y objetivos que persigue la reforma planteada.

El contenido propuesto en el presente Proyecto de Decreto coincide ampliamente con las inquietudes expresadas por muchos de los integrantes de esta Cámara de Diputados en diferentes legislaturas, los cuales se encuentran vertidos en un gran número de iniciativas de reforma constitucional y legal en materia electoral.

Para los efectos, estas comisiones someten a consideración de esta soberanía los argumentos que motivan su aprobación.

(...)

Artículo 41. Este artículo constituye el eje de la reforma en torno al cual se articula el propósito central de la misma: dar paso a un nuevo modelo electoral y a una nueva relación entre los partidos políticos, la sociedad y los medios de comunicación, especialmente la radio y la televisión.

(...)

En una nueva Base III del Artículo 41 quedan establecidas las normas constitucionales del nuevo modelo de comunicación entre los partidos y la sociedad, tanto en periodos electorales como no electorales.

La medida más importante es la prohibición total a los partidos políticos para adquirir, en cualquier modalidad, tiempo en radio y televisión. En consecuencia de lo anterior, los partidos accederán a dichos medios solamente a través del tiempo de que el Estado dispone en ellos por concepto de los derechos e impuestos establecidos en las leyes. Se trata de un cambio de uso de esos tiempos, no de crear nuevos derechos o impuestos a cargo de los concesionarios y permisionarios de radio y televisión. Ese nuevo uso comprenderá los periodos de precampaña y campaña en elecciones federales, es decir cada tres años.

Se establecen las normas para la asignación del tiempo de radio y televisión al Instituto Federal Electoral para que éste, en su nueva calidad de autoridad nacional única para tales fines, administre esos tiempos, tanto para sus propios fines, los de otras autoridades electorales, federal y locales, como para atender el derecho de los partidos políticos al uso de la radio y la televisión.

Se trata de un nuevo modelo nacional de comunicación, que por tanto comprende en su regulación los procesos, precampañas y campañas electorales tanto federales como locales en cada una de las 32 entidades federativas. Los primeros en el Apartado A de la Base en comento, los segundos en el Apartado B.

Por otra parte, se eleva a rango constitucional la prohibición de que cualquier persona, física o moral, contrate propaganda en radio y televisión dirigida a influir en las preferencias electorales, a favorecer o atacar a cualquier partido político o candidato a cargo de elección popular. Dicha prohibición ya existe en la ley, pero su condición de norma imperfecta, así como la ausencia de una base constitucional que la soportara, terminaron por hacerla letra muerta.

Estas Comisiones Unidas comparten plenamente lo expresado por el Senado de la República: no se trata, de ninguna manera, de imponer restricciones o limitaciones, a la libertad de expresión. El propósito expreso de esta reforma es impedir que el poder del dinero influya en los procesos electorales a través de la compra de propaganda en radio y televisión. Ese es el único propósito, que para nada afecta, ni afectará, la libertad de expresión de persona alguna, empezando por la que ya gozan, y seguirán gozando, los comunicadores de la radio y la televisión.

(...)"

Así, en el caso también resulta importante tener en cuenta las consideraciones que fueron vertidas en el "DICTAMEN DE LA COMISIÓN DE GOBERNACIÓN, CON PROYECTO DE DECRETO QUE EXPIDE EL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES", mismo que se publicó en la Gaceta Parlamentaria, Cámara de Diputados, número 2401-V, martes 11 de diciembre de 2007, que en lo que interesa, señala:

"(...)

Consideraciones

La reforma constitucional en materia electoral que fue publicada el 13 de noviembre de 2007, e inició su vigencia el 14 del mismo mes y año, mereció el más amplio consenso en las dos Cámaras del Congreso de la Unión y la aprobación, por amplia mayoría en todos los casos, de 30 de las 31 legislaturas que forman parte del órgano reformador de la Constitución.

El consenso en torno a la reforma constitucional refleja el acuerdo social mayoritario en torno a su contenido y propósitos. La sociedad exige el perfeccionamiento y avance en el sistema democrático; reclama corregir errores, superar problemas y abrir nuevos derroteros para que la legalidad y transparencia vuelvan a ser los firmes

cimientos de la confianza ciudadana en las instituciones y prácticas electorales.

Esta comisión retoma las consideraciones vertidas en su dictamen a la minuta de reforma constitucional:

"México ha vivido de 1977 a la fecha un intenso proceso de cambio político y transformación democrática. En el centro de ese largo proceso han estado las reformas político-electorales que se realizaron a lo largo de casi tres décadas.

"El sistema electoral mexicano merece el consenso mayoritario de los ciudadanos y el aprecio de la comunidad internacional. Lo avanzando es producto del esfuerzo de varias generaciones, es una obra colectiva de la que todos podemos y debemos sentirnos orgullosos.

"Nuestro Sistema Electoral mostrado enormes fortalezas, también limitaciones y deficiencias, producto de lo que antes no se atendió, o de nuevos retos que la competencia electoral amplia, plural y cada día más extendida nos está planteando.

"De esos retos, ninguno tan importante como el que significa el uso y abuso de la televisión y la radio en las contiendas electorales, alimentados, como está probado, tanto por los recursos públicos a que los partidos tienen acceso, como de recursos privados cuya procedencia no siempre se ajusta a las normas legales.

"Las campañas electorales han derivado en competencias propagandísticas dominadas por patrones de comunicación que les son ajenos, en los que dominan los llamados "spots" de corta duración, en que los candidatos son presentados como mercancías y los ciudadanos son reducidos a la función de consumidores. Se trata de una tendencia que banaliza la política, deteriora la democracia y desalienta la participación ciudadana.

"Hemos arriba a una situación en la que es necesario que el Congreso de la Unión, como parte integrantes del Constituyente Permanente, adopte decisiones

integrales y de fondo. Lo que está en juego es la viabilidad de la democracia mexicana y del sistema electoral mismo.

"Terminar con el sistema de competencia electoral basado en el poder del dinero y en su utilización para pagar costosas e inútiles –para la democracia– campañas de propaganda fundadas en la ofensa, la diatriba, el ataque al adversario, es no sólo una necesidad, sino una verdadera urgencia democrática.

"La reforma constitucional, y en su oportunidad la de las leyes secundarias, no pretende ni pretenderá, en forma alguna, limitar o restringir la libertad de expresión. Ese derecho fundamental queda plena y totalmente salvaguardado en los nuevos textos que se proponen para los artículos constitucionales materia de la minuta bajo dictamen.

"Nadie que haga uso de su libertad de expresión con respeto a la verdad, a la objetividad, puede sostener que la prohibición a los partidos políticos de contratar propaganda en radio y televisión es violatoria de la libertad de expresión de los ciudadanos. Menos aún cuando el derecho de los partidos políticos, y a través de ellos de sus candidatos a cargos de elección popular, tendrán asegurado el uso de dichos medios a través del tiempo del que Estado ya dispone.

"Prohibir a quienes cuentan con el poder económico para hacerlo, comprar tiempo en radio y televisión para transmitir propaganda dirigida a influir en los electores, a favorecer o atacar a partidos y candidatos, no es limitar la libertad de expresión de nadie, sino impedir que la mercantilización de la política prosiga bajo el ilegal e ilegítimo aliento del poder del dinero.

"Los diputados y diputadas que integramos las Comisiones Unidas responsables del presente dictamen manifestamos a la sociedad nuestro firme y permanente compromiso con la libertad de expresión, con su ejercicio pleno e irrestricto por parte de los comunicadores de todos los

medios de comunicación social y de los ciudadanos, sin importar su preferencia política o partidista.

"La libertad de expresión tiene límites precisos, que señala nuestra Constitución en su artículo 6º: esa libertad no es sinónimo de denigración o calumnia, tales conductas no forman parte de la libertad de expresión, sino que la agravan al abusar de ella. Pero es necesario precisar que las limitaciones que se introducen en el artículo 41 constitucional no están referidas a los ciudadanos ni a los comunicadores o periodistas, sino a los partidos políticos, son ellos los sujetos de la prohibición de utilizar expresiones que denigren a las instituciones o calumnien a las personas.

"La reforma tampoco atenta contra los concesionarios de radio y televisión. No les impone una sola obligación más que no esté ya contemplada en las leyes respecto del tiempo que deben poner a disposición del Estado como contraprestación por el uso de un bien de dominio público, propiedad de la nación. Lo que propone esta reforma es un cambio en el uso de ese tiempo de que ya dispone el Estado, para destinarlo integralmente, cada tres años, durante las campañas electorales, es decir durante dos meses en un caso, y durante tres meses en otro, a los fines de los procesos comiciales, tanto para los fines directos de las autoridades electorales como de los derechos que la Constitución otorgaría a los partidos políticos.

"Ni confiscación ni expropiación. Cambio de uso con un propósito del más alto sentido democrático y la más alta importancia para el presente y futuro del sistema electoral mexicano."

Si hemos reiterado las consideraciones anteriores es porque, al calor del debate en torno a la reforma del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, se han vuelto a despertar voces que persisten en confundir a la sociedad con falacias que en nada corresponden al sentido y alcance ni de las normas constitucionales ya aprobadas, ni de la

reglamentación que de las mismas se propone en el Cofipe que la legisladora propone en el proyecto de decreto bajo estudio y dictamen por parte de los diputados y diputadas.

De la revisión detallada y exhaustiva de cada uno de los artículos que integran el Cofipe, en especial de los contenidos en el capítulo relativo al acceso a radio y televisión del Libro Segundo, esta comisión puede afirmar con plena certeza jurídica, con absoluta responsabilidad ante la sociedad, que no existe una sola norma, una sola disposición, que pueda ser tachada como contraria a la libertad de expresión. La enorme mayoría de las normas legales que ahora son consideradas como atentatorias de esa libertad, han estado contenidas en el Cofipe desde hace más de una década, y no pocas de ellas provienen del ordenamiento original, promulgado en 1990.

Lo nuevo es el modelo de comunicación política al que se pretende abrir paso con la prohibición total a los partidos políticos para comprar, en cualquier tiempo, propaganda en radio y televisión. Como se dijo al discutirse la reforma constitucional en esta materia: tres vértices anudan los propósitos de esta reforma de tercera generación: el nuevo modelo de comunicación política; la reducción del financiamiento público a los partidos políticos, especial y drásticamente el de campaña; y el fortalecimiento de la autonomía y capacidades del Instituto Federal Electoral.

La propuesta de Cofipe que contiene la minuta bajo dictamen, desarrolla en forma integral y armónica esos tres aspectos, como corresponde a la legislación secundaria y a la naturaleza de un Código. Desarrolla también otros aspectos novedosos cuyo objetivo es contribuir al fortalecimiento del sistema de partidos, al mejor ejercicio de sus derechos y al estricto cumplimiento de sus obligaciones, singularmente en lo que se refiere a la fiscalización de los recursos y gastos, tanto ordinarios como de campaña.

En este dictamen se abordan a continuación los aspectos centrales que distinguen la propuesta de Cofipe contenido en la minuta, para luego tratar algunos aspectos específicos que conviene dejar precisados en esta exposición de motivos a fin de facilitar, en su caso, la tarea interpretativa por parte de las autoridades electorales, tanto administrativa como jurisdiccional.

1. Estructura general de la propuesta de Cofipe

El proyecto de decreto contempla la expedición del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (Cofipe), derogando en consecuencia el hasta ahora vigente, que data de 1990 y ha tenido diversas reformas, entre las que destacan las de 1993, 1994, 1996 y 2005, esta última para el voto de mexicanos en el extranjero.

El Cofipe propuesto conserva la estructura puesta en vigor desde 1990, consistente en libros, capítulos, títulos, artículos, párrafos, incisos y fracciones. En siete libros, actualmente son seis, se contienen el conjunto de disposiciones relativas a los derechos ciudadanos, los sistemas electorales (integración de las Cámaras del honorable Congreso de la Unión), la creación, registro, derechos, obligaciones y prerrogativas de los partidos políticos; las normas que regulan la existencia y funcionamiento del IFE, así como la operación del Registro Federal de Electores, la credencial para votar, los listados nominales de electores. Las normas que regulan la organización y desarrollo de los procesos electorales, y el voto de los mexicanos en el extranjero, que es el único libro de los hasta hoy vigentes que permanece prácticamente sin cambios.

Un nuevo Libro Séptimo recupera y desarrolla los procedimientos para la imposición de sanciones, materia que presentaba notorias omisiones en el Cofipe vigente; en el mismo libro se establecen con precisión los sujetos y conductas, así como las sanciones administrativas aplicables por violación a las disposiciones del Código. Se regula el procedimiento sancionador especial, aplicable a los casos de violación a las normas aplicables en

materia de radio y Tv, para lo cual se ha aprovechado la experiencia derivada del proceso electoral federal de 2006, cuando la sala superior del tribunal emitió resolución para normar el llamado "procedimiento sancionador expedito", que en el Cofipe se denominará "especial". Finalmente, el nuevo libro contiene las facultades y atribuciones de la Contraloría General, antes contraloría interna, del IFE, las reglas para su desempeño y los límites precisos respecto de su competencia tratándose de los altos funcionarios del instituto.

Considerando que el nuevo Cofipe contendrá 394 artículos, mientras que el vigente tiene 300, se consideró indispensable proceder a la expedición de un nuevo ordenamiento que conservando la estructura previa, permite introducir las nuevas normas de manera ordenada y armónica.

2. Los nuevos temas del COFIPE

A) Radio y televisión

Se propone un capítulo dentro del Libro Segundo en el que se regula de manera integral el acceso de los partidos políticos a la radio y televisión, a partir de las nuevas disposiciones constitucionales contenidas en la Base III del artículo 41 de la Carta Magna.

La nueva normatividad contempla el acceso de los partidos a dichos medios tanto en las precampañas como durante las campañas; dispone lo necesario para la asignación de tiempo entre los partidos y por tipo de campaña, tanto en elecciones federales como locales.

Partiendo del tiempo señalado por la Constitución (48 minutos) se dispone que para las precampañas federales los partidos dispondrán de 18 minutos diarios, de los cuales podrán asignar tiempo en casos de precampañas locales en entidades federativas con elecciones concurrentes. Para las precampañas en elecciones locales no concurrentes

se asignan, como prerrogativa para el conjunto de partidos, doce minutos para cada entidad federativa. Para campañas federales, los partidos dispondrán de 41 minutos diarios (85 por ciento del tiempo disponible); de ese tiempo se destinarán 15 minutos diarios para las campañas locales concurrentes con la federal en las entidades federativas correspondientes.

Los partidos podrán utilizar, conforme a sus estrategias electorales, el tiempo de que dispongan, con la única restricción de que en el año de la elección presidencial lo máximo que podrán destinar a una de las dos campañas será el 70 por ciento del tiempo de que dispongan.

En las elecciones locales no concurrentes con la federal, los partidos dispondrán de 18 minutos diarios para las respectivas campañas, pudiendo cada partido decidir libremente el uso que hará del tiempo que le corresponda en relación al tipo de campaña (gobernador, diputados locales, ayuntamientos).

Los mensajes que los partidos transmitan dentro de los periodos de precampaña y campaña podrán tener una duración de 30 segundos, uno y dos minutos. Solamente fuera de los periodos electorales, conforme lo establece la Constitución, los partidos harán uso de mensajes con duración de 20 segundos, además de un programa mensual de cinco minutos.

El IFE, como autoridad única en esta materia, a través del Comité de Radio y Televisión, determinará las pautas de transmisión de los mensajes de los partidos políticos, realizará la asignación entre los mismos, conforme a los criterios constitucionales (30 por ciento igualitario y 70 por ciento proporcional), realizará los trámites necesarios para hacer llegar los materiales a todas las estaciones y canales y vigilará el cumplimiento de las pautas por parte de los concesionarios y permisionarios.

El Código faculta al IFE para expedir, con aprobación del Consejo General, el reglamento aplicable a la administración de los tiempos en radio y televisión,

tanto en materia de las prerrogativas de los partidos políticos, como en lo que hace al uso con fines propios por las autoridades electorales.

Al respecto es importante señalar que las normas para la distribución entre los partidos políticos de las prerrogativas de precampaña y campaña en materia de radio y televisión parten del supuesto de considerar primero la distribución de tiempo, conforme a la regla de asignar un 30 por ciento en forma igualitaria y 70 por ciento en forma proporcional al resultado de cada partido en la elección federal para diputados inmediata anterior. Una vez realizado lo anterior, y determinado el tiempo que corresponderá a cada partido, deberá convertirse en número de mensajes a transmitir, considerando que la duración de los mismos podrá ser de 30 segundos, un minuto y dos minutos, según lo que determine previamente el Comité de Radio y Televisión del IFE. En el caso de existir fracciones de segundos en la asignación a uno o varios partidos, el comité ajustará a la unidad inmediata inferior de ser el caso que la fracción sea de la mitad o menos; a la inversa, de ser la fracción mayor a la mitad, ajustará a la unidad inmediata superior. En un ejemplo: si a un partido le llegasen a corresponder 3 minutos con 15 segundos por día, y los mensajes a distribuir fuesen de un minutos, entonces ese partido tendrá derecho a solamente 3 mensajes; en cambio, si su tiempo fuese 3 minutos con 35 segundos, entonces tendrá derecho a que se le asignen cuatro mensajes. Si por efecto de la existencia de fracciones menores quedasen mensajes por asignar, los mismos deberán sortearse entre todos los partidos.

Para las elecciones locales, los correspondientes institutos propondrán al IFE las pautas de transmisión en sus respectivas entidades federativas y realizarán la asignación de tiempos y mensajes entre los partidos políticos, considerando para tal fin los resultados de la elección local para diputados inmediata anterior.

El tiempo de radio y Tv destinado a los fines propios del IFE, así como otras autoridades electorales locales, será administrado por el propio IFE, con la

participación de los institutos locales. Cabe advertir que las normas propuestas en esta materia se apegan a la definición constitucional que hace del IFE la autoridad única en la materia, motivo por el cual será el Comité de Radio y Televisión la instancia para la aprobación de las pautas aplicables a los partidos políticos en elecciones locales, mientras que las aplicables a las autoridades electorales serán elaboradas y aprobadas en una instancia diferente.

Se propone la transformación de la actual Comisión de Radiodifusión en Comité de Radio y Televisión, como órgano técnico del IFE responsable de la aprobación de las pautas específicas relativas a la transmisión de los mensajes de precampaña y campaña, tanto federales como locales, que correspondan a los partidos políticos. Dicho Comité estará integrado por representantes de los partidos políticos, tres consejeros electorales, uno de los cuales presidirá, y el director ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos, que actuará como secretario técnico.

El IFE dispondrá, por mandato de ley, de los recursos materiales y humanos necesarios para ejercer su papel como autoridad única en materia de radio y televisión durante los procesos electorales, en la forma y términos establecidos por el artículo 41 constitucional y las normas específicas que se proponen en el capítulo respectivo del Cofipe. Las conductas, sujetos y sanciones por la violación de las normas constitucionales y legales se desarrollan en el Libro Séptimo del propio Cofipe.

(...)”

De las exposiciones de motivos que dieron lugar a la reforma constitucional en la materia en 2007 y la legal en 2008, se desprende en lo que interesa que la intención fue:

- Evitar que las campañas electorales continuarán siendo sólo competencias propagandísticas dominadas por promocionales de corta duración, en los cuales los candidatos son presentados como

mercancías y los ciudadanos son reducidos a la función de consumidores.

- Evitar que el sistema de competencia electoral siguiera operando con base en el poder del dinero y en su utilización para pagar costosas e inútiles campañas de propaganda fundadas en la ofensa, diatriba, el ataque al adversario.

- Que la reforma no pretende, en forma alguna limitar o restringir la libertad de expresión.

- Que la prohibición a los partidos políticos de contratar o difundir propaganda en radio y televisión no es violatoria de la libertad de expresión de los ciudadanos, toda vez que ellos tienen asegurado el uso de dichos medios a través del tiempo del Estado.

- Que la prohibición a las personas que cuentan con el poder económico para comprar tiempo en radio y televisión para transmitir propaganda dirigida a influir en los electores, a favor o en contra de un partido político o candidato, no es limitar la libertad de expresión, sino impedir que el dinero siguiera siendo el factor fundamental de las campañas.

- Que con la reforma no se pretende dañar la libertad de expresión, sino que su ejercicio sea pleno e irrestricto por parte de los comunicadores de todos los medios de comunicación social y de los ciudadanos sin importar la preferencia política o partidista.

- Que respecto a la prerrogativa de los partidos políticos de acceder a los medios masivos de comunicación, es decir, radio y televisión, se buscaron mecanismos que permitan el respeto absoluto al principio de equidad de la contienda.

En ese orden de ideas, resulta oportuno transcribir las disposiciones constitucionales y legales que en el caso son aplicables, con el fin de realizar una interpretación sistemática y funcional respecto del tema que nos ocupa.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

“Artículo 41.- El pueblo ejerce su soberanía por medio de los Poderes de la Unión, en los casos de la competencia de éstos, y por los de los Estados, en lo que toca a sus regímenes interiores, en los términos respectivamente establecidos por la presente Constitución Federal y las particulares de los Estados, las que en ningún caso podrán contravenir las estipulaciones del Pacto Federal.

La renovación de los poderes Legislativo y Ejecutivo se realizará mediante elecciones libres, auténticas y periódicas, conforme a las siguientes bases:

I. Los partidos políticos son entidades de interés público; la ley determinará las normas y requisitos para su registro legal y las formas específicas de su intervención en el proceso electoral. Los partidos políticos nacionales tendrán derecho a participar en las elecciones estatales, municipales y del Distrito Federal.

Los partidos políticos tienen como fin promover la participación del pueblo en la vida democrática, contribuir a la integración de la representación nacional y como organizaciones de ciudadanos, hacer posible el acceso de éstos al ejercicio del poder público, de acuerdo con los programas, principios e ideas que postulan y mediante el sufragio universal, libre, secreto y directo. Sólo los ciudadanos podrán formar partidos políticos y afiliarse libre e individualmente a ellos; por tanto, quedan prohibidas la intervención de organizaciones gremiales o con objeto social diferente en la creación de partidos y cualquier forma de afiliación corporativa.

Las autoridades electorales solamente podrán intervenir en los asuntos internos de los partidos políticos en los términos que señalen esta Constitución y la ley.

II. La ley garantizará que los partidos políticos nacionales cuenten de manera equitativa con

elementos para llevar a cabo sus actividades y señalará las reglas a que se sujetará el financiamiento de los propios partidos y sus campañas electorales, debiendo garantizar que los recursos públicos prevalezcan sobre los de origen privado.

(...)

III. Los partidos políticos nacionales tendrán derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación social.

Apartado A. El Instituto Federal Electoral será autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines y al ejercicio del derecho de los partidos políticos nacionales, de acuerdo con lo siguiente y a lo que establezcan las leyes:

(...)

Los partidos políticos en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión.

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 ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular. Queda prohibida la transmisión en territorio nacional de este tipo de mensajes contratados en el extranjero.

Las disposiciones contenidas en los dos párrafos anteriores deberán ser cumplidas en el ámbito de los estados y el Distrito Federal conforme a la legislación aplicable.

(...)

Apartado D. Las infracciones a lo dispuesto en esta base serán sancionadas por el Instituto Federal Electoral mediante procedimientos expeditos, que podrán incluir la orden de cancelación inmediata de

las transmisiones en radio y televisión, de concesionarios y permisionarios, que resulten violatorias de la ley.

(...)"

Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales

Artículo 49

1.Los partidos políticos tienen derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación social.

2.Los partidos políticos, precandidatos y candidatos a cargos de elección popular, accederán a la radio y la televisión a través del tiempo que la Constitución otorga como prerrogativa a los primeros, en la forma y términos establecidos por el presente capítulo.

3.Los partidos políticos, precandidatos y candidatos a cargos de elección popular, en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión. Tampoco podrán contratar los dirigentes y afiliados a un partido político, o cualquier ciudadano, para su promoción personal con fines electorales. La violación a esta norma será sancionada en los términos dispuestos en el Libro Séptimo de este Código.

4.Ninguna 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 ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular. Queda prohibida la transmisión en territorio nacional de este tipo de propaganda contratada en el extranjero. Las infracciones a lo establecido en este párrafo serán sancionadas en los términos dispuestos en el Libro Séptimo de este Código.

5.El Instituto Federal Electoral es la autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al

Estado en radio y televisión destinado a los fines propios del Instituto y a los de otras autoridades electorales, así como al ejercicio de las prerrogativas que la Constitución y este Código otorgan a los partidos políticos en esta materia.

6.El Instituto garantizará a los partidos políticos el uso de sus prerrogativas constitucionales en radio y televisión; establecerá las pautas para la asignación de los mensajes y programas que tengan derecho a difundir, tanto durante los periodos que comprendan los procesos electorales, como fuera de ellos; atenderá las quejas y denuncias por la violación a las normas aplicables y determinará, en su caso, las sanciones.

7.El Consejo General se reunirá a más tardar el 20 de septiembre del año anterior al de la elección con las organizaciones que agrupen a los concesionarios y permisionarios de radio y televisión, para presentar las sugerencias de lineamientos generales aplicables a los noticieros respecto de la información o difusión de las actividades de precampaña y campaña de los partidos políticos. En su caso, los acuerdos a que se llegue serán formalizados por las partes y se harán del conocimiento público.

Artículo 342

1.Constituyen infracciones de los partidos políticos al presente Código:

a)El incumplimiento de las obligaciones señaladas en el artículo 38 y demás disposiciones aplicables de este Código;

(...)

i)La contratación, en forma directa o por terceras personas, de tiempo en cualquier modalidad en radio o televisión;

Artículo 344

1. Constituyen infracciones de los aspirantes, precandidatos o candidatos a cargos de elección popular al presente Código:

(...)

f) El incumplimiento de cualquiera de las disposiciones contenidas en este Código.

Artículo 345

1. Constituyen infracciones de los ciudadanos, de los dirigentes y afiliados a partidos políticos, o en su caso de cualquier persona física o moral, al presente Código:

(...)

b) Contratar propaganda en radio y televisión, tanto en territorio nacional como en el extranjero, dirigida a la promoción personal con fines políticos o electorales, a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, o a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular;

(...)

Artículo 350

1. Constituyen infracciones al presente Código de los concesionarios o permisionarios de radio y televisión:

a) La venta de tiempo de transmisión, en cualquier modalidad de programación, a los partidos políticos, aspirantes, precandidatos o candidatos a cargos de elección popular;

b) La difusión de propaganda política o electoral, pagada o gratuita, ordenada por personas distintas al Instituto Federal Electoral;

(...)"

En ese orden de ideas, del contenido de los preceptos antes referidos y haciendo una

interpretación sistemática y funcional, a juicio de esta autoridad se desprende:

- Que los partidos políticos tienen derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación y que sus precandidatos y candidatos a cargos de elección popular accederán a ellos, través del tiempo que la Constitución otorga como prerrogativas a los primeros.
- Que existe la prohibición de que en ningún momento dichos sujetos puedan contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión.
- Que ninguna persona puede contratar espacios en radio y/o televisión para su promoción con fines electorales.
- Que ninguna persona física o moral, a título propio o por cuenta de terceros, puede contratar espacios o propaganda en radio y televisión dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos o de algún candidato.
- Que los concesionarios o permisionarios de radio y televisión no pueden vender tiempos en radio y/o televisión en cualquier modalidad de programación, a los partidos políticos, aspirantes, precandidatos o candidatos de elección popular.
- Que los concesionarios o permisionarios no pueden difundir propaganda político o electoral, pagada o gratuita, ordenada por personas distintas al Instituto Federal Electoral.

Con base en lo expuesto, esta autoridad considera que el objetivo fundamental de la reforma constitucional es que en la contienda electoral se respeten los principios rectores del proceso comicial, en específico, el principio de equidad en la contienda, en el sentido de que todos los participantes en el citado proceso accedan en igualdad de circunstancias a los medios masivos de comunicación, en específico a radio y televisión con

el fin de que las campañas electorales no se reduzcan a una simple lucha de compra y venta de espacios.

En ese orden de ideas, los partidos políticos, aspirantes, precandidatos y candidatos no pueden contratar espacios de tiempo en radio y televisión con el fin de difundir propaganda o contenidos que tengan como consecuencia influir en el electorado a favor o en contra de algún actor político.

Igualmente, de los dispositivos en comento no se advierte de ninguna forma que la finalidad de la reforma constitucional fuera restringir el derecho de libertad de expresión de los diversos actores políticos en un proceso comicial y mucho menos el ejercicio de la actividad periodística, en el sentido de que los medios de comunicación, informen respecto de las diversas actividades, hechos y/o sucesos que ocurran en un espacio y tiempo determinado.

Al respecto, se debe tomar en cuenta la finalidad del derecho de libertad de expresión comprende tanto la libertad de expresar el pensamiento propio (dimensión individual), como el derecho a buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole; en ese sentido, el mismo artículo 6° constitucional, así como diversos instrumentos internacionales, precisan que dicho derecho no tiene más límites que no constituir un ataque a la moral, los derechos de terceros, provocar algún delito o perturbar el orden público e incluso, cabe referir que dicha libertad asegura el derecho a recibir cualquier información y a conocer la expresión del pensamiento ajeno, con el fin de garantizar un intercambio de ideas e informaciones que protege tanto la comunicación a otras personas de los propios puntos de vista como el derecho de conocer las opiniones, relatos y noticias que los demás difunden, lo cual se asocia a la dimensión colectiva del ejercicio de este derecho.

En ese mismo orden de ideas, y con relación a la función que desempeñan los medios de comunicación dentro de un Estado democrático, cabe referir que dicha actividad se encuentra sujeta

al respeto y cumplimiento de los derechos fundamentales de los gobernados, pues en su calidad de medios masivos de comunicación cumplen una función social de relevancia trascendental para la nación porque constituyen el instrumento a través del cual se hacen efectivos tales derechos, toda vez que suponen una herramienta fundamental de transmisión masiva de información, educación y cultura, que debe garantizar el acceso a diversas corrientes de opinión, coadyuvar a la integración de la población, proporcionar información (imparcial, general y veraz), esparcimiento y entretenimiento, influir en sus valores, en su democratización, en la politización, en la ideología de respeto al hombre sin discriminación alguna.

Asimismo, cabe referir que incluso el Estado es garante de la libertad de expresión y del derecho a la información, en el sentido de evitar, el acaparamiento por grupos de poder respecto de los medios masivos de comunicación, toda vez que como se expuso con antelación, su finalidad más importante es informar de forma veraz y cierta a la sociedad de los acontecimientos, hechos y/o sucesos que se presenten.

Bajo esa lógica argumentativa, cabe referir que los artículos 6° y 7° constitucional, regulan los derechos fundamentales de libertad de expresión y de imprenta, los cuales garantizan que:

- a) La manifestación de las ideas no sea objeto de inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que se ataque la moral, los derechos de tercero, se provoque algún delito o perturbe el orden público;
- b) El derecho a la información sea salvaguardado por el Estado;
- c) No se viole la libertad de escribir y publicar sobre cualquier materia;
- d) Ninguna ley ni autoridad establezcan censura, ni exijan fianza a los autores o impresores, ni coarten la libertad de imprenta;

e) Los límites a la libertad de escribir y publicar sobre cualquier materia sean el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública.

En ese sentido, estos derechos fundamentales de libre expresión de ideas y de comunicación y acceso a la información son indispensables para la formación de la opinión pública, componente necesario para el funcionamiento de una democracia representativa.

En consecuencia, y con base en lo expuesto se advierte que la reforma constitucional de ninguna forma tiene la intención de restringir el derecho de libertad de expresión y de los medios de comunicación de difundir las noticias o los hechos que en su caso les parezcan trascendentes.

A mayor abundamiento y tomando en consideración diversos criterios emitidos por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación al resolver distintos Juicios de Revisión Constitucional entre ellos los identificados con las claves SUP-JRC-175/2005, SUP-JRC-179/2005 y su acumulado SUP-JRC-180/2005 y SUP-JRC-215/2005, cabe señalar con relación al tema que nos ocupa que los medios de comunicación se encuentran obligados a cumplir de forma puntual lo preceptuado en la Carta Magna, en específico con lo relativo al principio de equidad en la contienda.

Esto es así, pues con independencia del ámbito de cobertura de sus programas o transmisiones, dado su objeto social, su posicionamiento e influencia sobre la ciudadanía, tienen gran poder de impacto, pues la opinión pública se conforma, generalmente, con los datos proporcionados por éstos.

Incluso, ha sido criterio del máximo órgano jurisdiccional de la materia que los medios de comunicación en la difusión de los hechos, acontecimientos y/o sucesos dentro de un proceso comicial, se encuentran obligados a dar a conocer a la ciudadanía los actos de campaña, mensajes o plataformas políticas de las diversas fuerzas

contendientes y en dicho ejercicio de información debe existir una proporción equitativa y objetiva respecto de cada uno de los contendientes.

En ese orden de ideas, cabe referir que los medios de comunicación tienen la capacidad unilateral de presentar cualquier suceso, al tener la libertad de seleccionar cuáles son las noticias o acontecimientos relevantes; tienen la ventaja de repetir y ampliar las informaciones sin límites precisos, pueden adoptar posturas informativas o de opinión, susceptibles de poner en entredicho la agenda política de un candidato o partido político, a favor o en detrimento de otro, resaltar u opacar datos e informaciones, e incluso tienen la posibilidad de cuestionar las acciones de gobierno, etcétera.

Lo anterior les permite, de alguna manera, influir en la opinión de la gente en general, cuando no sólo se limitan a dar información sino cuando también la califican o asumen una posición determinada ante ella.

Las características anteriores, colocan a los medios de comunicación, en los hechos, como un verdadero detentador de poder, que lo separa del común de los particulares, pues por las características especiales de sus actividades, se colocan en una situación privilegiada de predominio, en cuyas relaciones no son suficientes los mecanismos ordinarios de regulación jurídica, previstos en las legislaciones civiles, penales, mercantiles, etcétera, tales como el abuso de derecho, la previsión de diversos delitos, por ejemplo, la calumnia.

En ese sentido, los medios de comunicación tienen un especial deber de cuidado, respecto del principio de equidad en materia electoral, cuya observancia es indispensable para la protección de los derechos sustanciales de votar libre e informadamente, y ser votado en condiciones de equilibrio competitivo.

Esta obligación de los medios de comunicación, de respetar los derechos fundamentales, se corrobora con el contenido de los artículos 5, apartado 1, del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, y

29, inciso a), de la Convención Americana sobre Derechos Humanos, donde se establece que ninguna disposición de dichos instrumentos de derecho internacional público puede ser interpretada en el sentido de conceder derecho alguno a un Estado, grupo o individuo para emprender actividades o realizar actos encaminados a la destrucción de cualquiera de los derechos y libertades reconocidos en los mismos (como lo son los derechos fundamentales de carácter político), o su limitación en mayor medida que la prevista en estos documentos.

Es decir, se extiende a los grupos o individuos la obligación de respeto a los derechos fundamentales, los cuales no pueden hacerse depender de las actividades desarrolladas por quienes guardan una situación de privilegio respecto a los demás.

Por tanto, los medios de comunicación también están obligados a respetar el principio de equidad en la contienda, y por ende, los límites temporales para su actividad, pues dicha inobservancia podría constituir un acto que afecte al debido desarrollo de los procesos electorales y a su resultado.

Con base en lo expuesto se considera que los medios de comunicación tienen el derecho de difundir los sucesos, hechos o acontecimientos que estimen más trascendentales pero siempre evitando influir de una forma inadecuada en la contienda comicial, que en el caso se pudiera estar desarrollando.

Al respecto, cabe referir que también es criterio de la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación que no se puede ver de forma aislada el ejercicio de los medios de comunicación respecto a la difusión de una campaña política, por ejemplo, es decir, dicho órgano ha sustentado que siguiendo los criterios de la lógica, la sana crítica y la razón, resulta válido que se haga mayor alusión a una candidatura si en el marco de ellas, uno de los contendientes ha desplegado mayores actividades de campaña o de proselitismo.

En ese tenor, cabe referir que una de las obligaciones a las que se encuentran sujetos los medios de comunicación es que al dar a conocer un acontecimiento, la información sea veraz y objetiva, dichas características se deben cumplir con mayor razón en el ámbito de las noticias electorales, pues la libertad de expresión debe encontrarse en armonía con el derecho a ser votado, porque ninguno de los dos es superior al otro, de modo que la extensión de uno constituye el límite o la frontera para el otro, por lo cual a través del ejercicio de la libertad de expresión de los medios de comunicación, se debe garantizar que la cobertura informativa concedida a los contendientes en un proceso electoral tenga pretensiones serias de veracidad y objetividad, además de ser equitativa en función de la actividad de cada candidato o fuerza política.

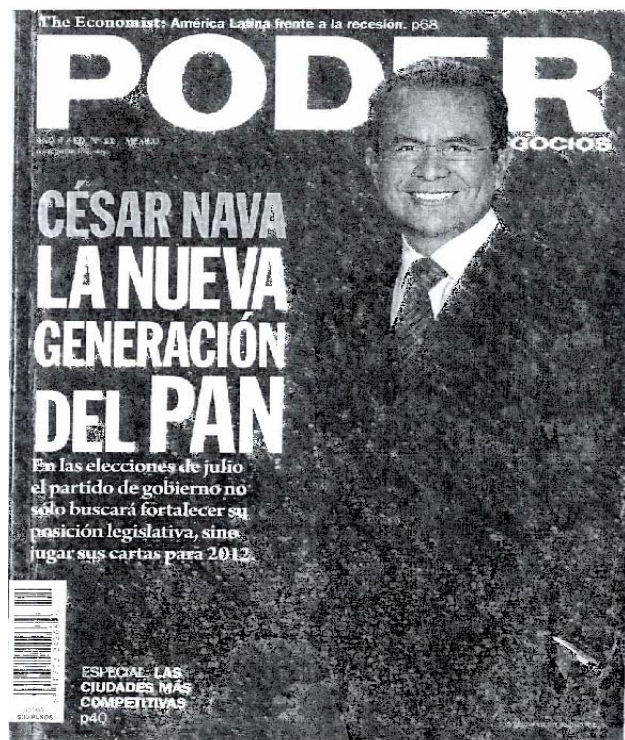
Tomando en cuenta todo lo expuesto, resulta válido concluir que los medios de comunicación, tratándose de actos de información que tienen lugar durante los procesos electivos, tienen la obligación constitucional de distinguir la información de hechos del género de opinión y deben actuar equitativamente en la cobertura de los actos de campaña de los candidatos.

ESTUDIO DE FONDO

Una vez expuesto lo anterior, lo procedente es entrar al fondo de la cuestión planteada con el objeto de determinar si con la transmisión de los promocionales en los que se anunciaba la edición del mes de mayo de la revista "Poder y Negocios" en la que aparecía la imagen del C. César Nava Vázquez, actual candidato al cargo de Diputado Federal por el 15 distrito electoral en el Distrito Federal postulado por el Partido Acción Nacional que fueron difundidos por la concesionaria denominada "Televimex, S.A. de C.V.", se actualiza alguna infracción a lo dispuesto en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y al código comicial federal y en caso de acreditarse esto, determinar quién o quiénes son los sujetos responsables.

En ese sentido y como se ha evidenciado de la valoración de las pruebas en autos se encuentra acreditado:

- Que en el periodo comprendido del 21 de mayo al 13 de junio de 2009, se transmitieron por televisión los promocionales de la revista “Poder y Negocios”, en los cuales se anunciaba su edición del mes de mayo.
- Que en dicha edición en la portada aparece la imagen del C. César Nava Vázquez, actual candidato al cargo de Diputado Federal por el 15 distrito electoral en el Distrito Federal postulado por el Partido Acción Nacional.
- Que dichos promocionales fueron difundidos por la concesionaria denominada “Televimex, S.A. de C.V.”, en los canales 2, 4, 5 y 9, con distintivos XEW-TV, XHTV-TV, XHGC-TV y XEQ-TV.
- Que en los promocionales de referencia casi al final del anuncio aparecía la portada de la revista, siendo ésta, la siguiente:



En ese orden de ideas, esta autoridad considera necesario en principio determinar si los spots que se difundieron y en los que aparece el ciudadano César Nava Vázquez constituyen propaganda política o electoral.

A efecto de determinar tal situación, resulta procedente describir los promocionales denunciados y posteriormente referir las definiciones de propaganda política y electoral que se encuentran contenidas en el Reglamento de Quejas y Denuncias del Instituto Federal Electoral.

Primer promocional:

Fondo Musical, y aparece la pantalla en un fondo blanco la secuencia de cinco manos de color rojo, seguido del texto “LA INFORMACIÓN ES PODER” en color negro cambia la imagen y la toma se divide en dos, apreciándose de lado derecho las letras “Revista poder y negocios. Intelligence for the business elite” y del lado izquierdo aparece la portada de la revista en donde se observa la imagen del ciudadano César Nava.

Segundo promocional:

Fondo musical, fondo blanco en donde aparecen las palabras en color negro “EL PODER ESTÁ EN LA MENTE DE MUCHOS” luego dibujos de personas en el mismo color e inmediatamente después aparece “PERO EN MANOS DE POCOS”, posteriormente la secuencia de cinco manos de color rojo, seguido del texto “LA INFORMACIÓN ES PODER” cambia la imagen y la toma se divide en dos, apreciándose de lado derecho las letras “Revista poder y negocios. Intelligence for the business elite” y del lado izquierdo aparece la portada de la revista en donde se observa la imagen del ciudadano César Nava.

Reglamento de Quejas y Denuncias del Instituto Federal Electoral

“Artículo 7. (...)

VI. La propaganda política constituye el género de los medios a través de los cuales los partidos, ciudadanos y organizaciones difunden su ideología, programas y acciones con el fin de influir en los ciudadanos para que adopten determinadas conductas sobre temas de interés social, y que no se encuentran necesariamente vinculadas a un proceso electoral federal.

VII. Se entenderá por propaganda electoral, al conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que durante la campaña electoral producen y difunden los partidos políticos, los candidatos registrados y sus simpatizantes, con el propósito de presentar ante la ciudadanía las candidaturas registradas. Asimismo, que la misma contenga las expresiones “voto”, “vota”, “votar”, “sufragio”, “sufragar”, “comicios”, “elección”, “elegir”, “proceso electoral” y cualquier otra similar vinculada con las distintas etapas del proceso electoral.

También se referirá a la difusión de mensajes tendientes a la obtención del voto a favor de algún servidor público, de algún tercero o de algún partido político, aspirante, precandidato o candidato.

Finalmente, que contenga cualquier otro mensaje similar destinado a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, a favor o en contra de aspirantes, precandidatos, candidatos o partidos políticos.”

Con base en las definiciones antes expuestas, se puede concluir que el contenido de la propaganda difundida en diversos canales de televisión en los que se promociona la edición del mes de mayo de la revista “Poder y Negocios”, en la cual aparece la imagen del ciudadano César Nava Vázquez, no encuadra en la definición de propaganda política ni electoral; esto es así, porque en los spots denunciados no se difunden ideologías, programas o acciones con el fin de influir en los ciudadanos para adoptar determinadas conductas sobre temas de interés social. Tampoco se advierte que su intención sea la de promocionar la candidatura del ciudadano

en cita, pues del audio en ningún momento se hace alusión a él.

Asimismo, aun cuando en los promocionales denunciados se inserta la imagen de la portada correspondiente a la edición del mes de mayo, cabe señalar que en ella únicamente se advierte la imagen del referido candidato, sin que exista algún elemento que implícita o explícitamente solicite el voto o haga alusión a la jornada electoral comicial del próximo 5 de julio, incluso tampoco aparece que dicho ciudadano sea candidato a un cargo de elección popular. En ese sentido, de la portada en cita únicamente aparece el nombre e imagen del ciudadano hoy denunciado y aparece la frase "La nueva generación del PAN".

En consecuencia, y tomando en consideración las definiciones de propaganda político o electoral contenidas en el artículo 7 del Reglamento de Quejas y Denuncias del Instituto Federal Electoral, los promocionales bajo análisis no tuvieron como finalidad la de difundir la imagen o candidatura del C. José César Nava Vázquez y con ello conseguir adeptos en la próxima jornada comicial con el fin de resultar ganador del cargo de elección popular por el que hoy contiene.

En ese orden de ideas, a juicio de esta autoridad los promocionales de referencia sí constituyen propaganda pero de tipo comercial, es decir, su finalidad u objeto es posicionar el producto en los televidentes con el fin de captar su atención, por ser éstos posibles compradores, es decir, el objetivo básico de los promocionales es causar un interés en ellos, con el fin de lograr una mayor venta del producto (revista).

Lo anterior se evidencia, del contenido del promocional cuando se confronta con la definición del término propaganda de conformidad con lo sostenido por la Real Academia de la Lengua Española

"PROPAGANDA.

(Del lat. propaganda, que ha de ser propagada).

1. f. Acción o efecto de dar a conocer algo con el fin de atraer adeptos o compradores.

2. f. Textos, trabajos y medios empleados para este fin.

3. f. Congregación de cardenales nominada de propaganda fide, para difundir la religión católica.

4. f. Asociación cuyo fin es propagar doctrinas, opiniones, etc.”

Derivado de lo anterior, debe decirse que el promocional denunciado no contraviene la normatividad electoral, en virtud de que, su naturaleza deviene de la promoción comercial de una revista cuyo objetivo es mantener informados a los lectores sobre la situación política que vive el país, así como también de diversos temas empresariales, sociales y culturales.

Incluso cabe señalar que al buscar dicha revista en internet, se advierte que la misma refiere que “aborda temas empresariales, políticos, sociales y culturales de nuestro país, dirigida a todos aquellos hombres y mujeres en cuyas manos reside el poder.”

Evidenciado lo anterior, esta autoridad considera que los hechos denunciados no constituyen una violación a la normatividad aplicable, toda vez que **la difusión de los promocionales antes referidos se encuentran amparados en el ejercicio de:**

1.Libertad de expresión y de derecho a la información; y

2.Libertad de trabajo y contratación.

En esta tesitura, contrario a los sostenido por el Partido Revolucionario Institucional, del análisis integral a las constancias y elementos probatorios que obran en el presente expediente, este órgano resolutor no advierte elementos de convicción que permitan siquiera indiciariamente, tener por

acreditada la contratación de promocionales en forma directa o por terceras personas en televisión por parte del C. José César Nava Vázquez y/o el Partido Acción Nacional con el fin de posicionarse en la ciudadanía con el fin de conseguir adeptos en la próxima jornada comicial, sino que la difusión de dichos promocionales es producto de una labor publicitaria con el objeto de comercializar una publicación alusiva a temas políticos.

Sobre este particular, cabe mencionar que existen varios tipos de publicaciones, que abordan diversos temas, y en consecuencia, se encuentran dirigidas a diferentes lectores. Así, entre los diversos tipos de revistas encontramos las especializadas cuyos contenidos consagran temas en particular, como son: cocina, espectáculos, deportes, arte o algunos otros temas de interés, como culturales, políticos, empresariales, científicos o literarios.

En esta tesitura, dentro de este universo de publicaciones se encuentran las de carácter empresarial y político, como la revista "Poder y Negocios", que es una publicación especializada, particularmente, en temas de dicha naturaleza, cuyo principal objetivo es informar al público lector sobre el acontecer político y económico de nuestro país.

Al respecto, conviene señalar algunos de los temas y reportajes que forman parte del contenido de la revista "Poder y Negocios", en la que, entre otros temas, contiene una entrevista al ciudadano José César Nava Vázquez, los cuales fueron intitulados de la siguiente forma:

- *Las lecciones del virus*
- *El gigante azul se pone verde*
- *En busca de la felicidad del futuro*
- *Mantenimiento profundo*
- *Influenza ¿Alcanzarán los medicamentos?*
- *Bendito calor*

- *Tres exhibiciones imperdibles*

- *La salud de la elección*

- *Mrs Punk Chic*

Como se evidenció con antelación, la edición del mes de mayo de la revista "Poder y Negocios" contiene reportajes que abordan temas de carácter político, económico, moda, energía, negocios, arte, las cuales fueron realizadas en ejercicio de la libertad de expresión y del derecho a la información, actividad que no transgrede la normatividad electoral vigente, ni influye en las preferencias electorales de la ciudadanía mexicana.

Bajo estas premisas, es válido arribar a la conclusión de que el objeto esencial del medio impreso de referencia, radica en la difusión de actividades relacionadas, primordialmente, con la vida política de nuestro país en todas sus manifestaciones, con la finalidad de informar a toda la sociedad mexicana respecto de temas que considera trascendentes para su publicación.

En tal virtud, si bien los promocionales materia de inconformidad aluden a la difusión de la imagen del ciudadano José César Nava Vázquez, lo cierto es que su objetivo es publicitar la revista como tal, es decir como producto de la labor periodística que realiza, por lo que no es posible advertir algún dato o indicio relativo a la contratación por parte de un partido político o candidato con el objeto de promover a dicha fuerza política y así obtener la preferencia de los ciudadanos en la actual contienda.

Sobre este particular, resulta atinente precisar que, durante la transmisión de los spots no existe ningún elemento que haga referencia en específico al ciudadano denunciado, circunstancia que robustece la apreciación de esta autoridad en el sentido de que su objeto, es invitar a los televidentes a adquirir la publicación impresa, y no la de influir en las preferencias electorales de los ciudadanos

posicionando al citado candidato como lo afirma el partido quejoso.

Por lo anterior, esta autoridad considera que los hechos denunciados no constituyen una violación a la normatividad aplicable, toda vez que la difusión de los promocionales denunciados se encuentran protegidos en los derechos de libertad de expresión, de información, trabajo y contratación.

En este sentido, la autoridad de conocimiento estima que no tiene nada de antijurídico el hecho de que una empresa dedicada a la publicación de contenidos periodísticos, contrate con algún medio de comunicación masivo, la promoción de su producto gráfico, con el objeto de invitar a la audiencia para que adquiera dicha información.

Al respecto, conviene reproducir el artículo 5° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, mismo que en la parte que interesa señala que:

Artículo 5°. *A ninguna persona podrá impedirse que se dedique a la profesión, industria, comercio o trabajo que le acomode, siendo lícitos. El ejercicio de esta libertad sólo podrá vedarse por determinación judicial, cuando 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. Nadie puede ser privado del producto de su trabajo, sino por resolución judicial.*

Asimismo, la Suprema Corte de Justicia de la Nación señala en la Tesis P. XC/2000, Novena Época, Instancia: Pleno. Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta XI, Junio de 2000, Página: 26, lo siguiente:

“GARANTÍA DE IGUALDAD. ESTÁ CONTENIDA IMPLÍCITAMENTE EN EL ARTÍCULO 5o. CONSTITUCIONAL. *El análisis del primer párrafo del artículo 5o. constitucional, que establece: ‘A ninguna persona podrá impedirse que se dedique a la profesión, industria, comercio o trabajo que le acomode, siendo lícitos. ...’, permite constatar, en*

principio, que este precepto garantiza a todos los gobernados, entre otras cosas, el ejercicio de las libertades de comercio y de industria que sean lícitas y, en segundo término, que esa facultad se otorga a todas las personas sin distinción alguna, es decir, sin hacer diferencias de nacionalidad, raza, religión o sexo, ya que su contenido no establece salvedad alguna al respecto; circunstancia que constituye un fundamento importante de la garantía de libertad de comercio, ya que el artículo 5o. constitucional, al permitir a todas las personas ejercer el comercio o la industria que les acomode, siempre y cuando sean lícitos y no opere alguna de las limitantes a que alude el mismo numeral, excluye implícitamente de tal prerrogativa todo trato desigual que no pueda ser justificado constitucionalmente o apoyado en el interés público, puesto que no debe soslayarse que el disfrute pleno de la garantía otorgada por la Carta Magna en el imperativo de cuenta exige necesariamente la actualización del principio de igualdad material o real entre los titulares de esa garantía, dado que jurídicamente la igualdad se traduce en que varias personas, cuyo número es indeterminado, que participen de la misma situación, tengan la posibilidad y la capacidad de ser titulares cualitativamente de los mismos derechos y obligaciones que emanen de la ley aplicable frente al Estado, lo cual estará en función de sus circunstancias particulares. **En este sentido, el numeral 5o. constitucional prevé sustancialmente ese principio fundamental de igualdad, en virtud de que tiene como finalidad colocar a todos los gobernados, cualquiera que sea su categoría o condición social, en igualdad de condiciones frente a la necesidad de vida de escoger el comercio, el oficio, el trabajo o la industria que les acomode, con las únicas salvedades de que éstos sean lícitos y de que no ataquen los derechos de terceros ni ofendan los intereses de la sociedad.**

Amparo en revisión 2352/97. United International Pictures, S. de R.L. 6 de marzo de 2000. Mayoría de ocho votos. Disidentes: Presidente Genaro David Góngora Pimentel, José Vicente Aguinaco Alemán y Olga Sánchez Cordero de García Villegas. Ponente:

Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretario: Eduardo Ferrer Mac Gregor Poisot.

Amparo en revisión 222/98. Twentieth Century Fox Film de México, S.A. 6 de marzo de 2000. Mayoría de ocho votos. Disidentes: Presidente Genaro David Góngora Pimentel, José Vicente Aguinaco Alemán y Olga Sánchez Cordero de García Villegas. Ponente: Guillermo I. Ortiz Mayagoitia. Secretario: Alfredo E. Báez López.

Amparo en revisión 2231/98. Buena Vista Columbia Tristar Films de México, S. de R.L. de C.V. 6 de marzo de 2000. Mayoría de ocho votos. Disidentes: Presidente Genaro David Góngora Pimentel, José Vicente Aguinaco Alemán y Olga Sánchez Cordero de García Villegas. Ponente: Guillermo I. Ortiz Mayagoitia. Secretario: Alfredo E. Báez López.

El Tribunal Pleno, en su sesión privada celebrada hoy veintinueve de mayo en curso, aprobó, con el número XC/2000, la tesis aislada que antecede; y determinó que la votación es idónea para integrar tesis jurisprudencial. México, Distrito Federal, a veintinueve de mayo de dos mil.”

Como se observa, la libertad del trabajo, implica la facultad de poder escoger la profesión, arte u oficio a que quiera dedicarse; la de elegir el objeto, la clase y el método de producción que considere oportuno; la de emplear la forma, el tiempo y el sitio de trabajo que estime conveniente; la de reunirse, asociarse o asalariarse con quien tenga a bien; y la de ser dueño de las obras, productos o resultados que emanen de sus esfuerzos y de realizar su comercialización.

Asimismo, conviene reproducir el artículo 6° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, mismo que en la parte que interesa señala que:

Artículo 6°. *La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de tercero, provoque algún delito, o*

*perturbe el orden público; el derecho de réplica será ejercido en los términos dispuestos por la ley. **El derecho a la información será garantizado por el Estado.***

Como se aprecia, la norma constitucional antes referida protege el derecho a la información, toda vez que es un elemento imprescindible en el desarrollo del ser humano, ya que aporta elementos para que éste pueda orientar su acción en la sociedad. El acceso a la información es una instancia necesaria para la participación ciudadana, dado que sin información adecuada, oportuna y veraz, la sociedad difícilmente se encuentre en condiciones óptimas para participar en la toma de decisiones públicas.

Por su parte, el artículo 7° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, señala que:

Artículo 7°. *Es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquiera materia.*

Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura ni exigir fianza a los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. En ningún caso podrá secuestrarse la imprenta como instrumento del delito.

Las leyes orgánicas dictarán cuantas disposiciones sean necesarias para evitar que so pretexto de las denuncias por delito de prensa, sean encarcelados los expendedores, 'papeleros', operarios y demás empleados del establecimiento de donde haya salido el escrito denunciado, a menos que se demuestre previamente la responsabilidad de aquéllos.

De la norma constitucional antes transcrita se desprende que la libertad de prensa es la existencia de garantías con las que los ciudadanos tengan el derecho de organizarse para la edición de medios de comunicación cuyos contenidos no estén controlados por los poderes del Estado. La libertad de prensa debe considerarse en dos ámbitos, la libertad de la empresa prensa y la libertad de prensa referida al periodista o editorialista que exprese bien sea una

información o un comentario sobre los hechos descritos en la noticia.

En este sentido, resulta válido colegir que la prensa es el resultado de una necesidad pública, de la búsqueda de la verdad, por lo que la labor periodística es fundamental para el funcionamiento de la sociedad.

Bajo estas premisas, y al amparo de las garantías constitucionales antes detalladas (libertad de contratación, de trabajo, de prensa y derecho a la información) la difusión en televisión de los promocionales materia de inconformidad se encuentran amparados en la libertad de contratación, de trabajo y en el derecho a la información que es titular todo ciudadano, razón por la que no existe impedimento legal para que la revista "Poder y Negocios" contrate la promoción de espacios televisivos con el fin de posicionar su producto en el gusto del televidente con el fin de que lo compren.

Asimismo, cabe destacar que de las constancias que obran en autos y de las manifestaciones realizadas tanto por el hoy ciudadano denunciado como por el Representante Legal de Editorial Televisa S.A. de C.V. y Publicaciones Acuario S. de R.L. de C.V. se advierte que la entrevista que fue inserta en la edición del mes de mayo, se realizó en ejercicio periodístico, lo cual resulta lógico y válido pues como se evidenció con antelación la revista "Poder y Negocios" tiene un carácter político y económico, esencialmente.

Ahora bien, contrario a la argumentación sostenida por el partido quejoso en el sentido de que la difusión de los promocionales constituye un mecanismo, a través del cual se invita a votar a favor del ciudadano José César Nava Vázquez, actual candidato a Diputado Federal por el 15 distrito electoral en el Distrito Federal, postulado por el Partido Acción Nacional en detrimento de los demás contendientes políticos, esta autoridad estima que si bien en la portada de la revista aparece la imagen del ciudadano referido, lo cierto es que ello no fue con la intención de promocionar su candidatura o al partido

político que pertenece, pues como se ha referido en párrafos que antecede, el fin de los anuncios es el de posicionar el producto en el gusto del público con el fin de que adquieran la revista.

Incluso cabe resaltar que de las constancias que aportó el Representante Legal de Editorial Televisa, S.A. de C.V., se advierte que la transmisión de ese tipo de promocionales no es un hecho aislado, es decir, concurrentemente la revista “Poder y Negocios” utiliza ese tipo de publicidad en televisión, o sea, la difusión de sus promocionales constituye una estrategia de mercadotecnia que tiene como fin posicionar dicha publicación en el gusto del público con el objeto de que la adquieran.

Bajo estas premisas, debe decirse que en atención a que los promocionales por los que se difunde la edición del mes de mayo de la revista “Poder y Negocios” no es susceptible de ser considerado como propaganda electoral, así como las circunstancias en que se difundieron los multireferidos comerciales, esta autoridad no advierte elemento tendente a colmar la hipótesis normativa consistente en la prohibición de contratar o adquirir espacios o tiempo en radio y/o televisión dirigido a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, tal como se verá a continuación:

Al respecto, cabe referir que el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española define los vocablos contratar o adquirir de la siguiente forma:

“Contratar

(Del lat. contractāre).

1. tr. Pactar, convenir, comerciar, hacer contratos o contratas.

2. tr. Ajustar a alguien para algún servicio.

Adquirir

(Del lat. adquirĕre).

1. *tr. Ganar, conseguir con el propio trabajo o industria.*

2. *tr. comprar (□ con dinero).*

3. *tr. Coger, lograr o conseguir.*

4. *tr. Der. Hacer propio un derecho o cosa que a nadie pertenece, o se transmite a título lucrativo u oneroso, o por prescripción.”*

Así, el vocablo contratar se entiende como el acto jurídico bilateral que se constituye por el acuerdo de voluntades de dos o más personas y que produce ciertas consecuencias jurídicas (creación o transmisión de derechos y obligaciones). Por lo que la hipótesis normativa se colma cuando existe ese acuerdo de voluntades.

Por su parte, el vocablo adquirir en una de sus acepciones quiere decir “hacer propio un derecho o cosa”, por lo que por adquisición debemos entender la realización de alguno de los supuestos jurídicos en virtud de los cuales un sujeto puede convertirse en titular, o sea adquirir la titularidad de un derecho, lo cual nos lleva que existen adquisiciones a título universal y a título particular; en el caso concreto, nos avocamos a las adquisiciones a título particular las cuales son precisamente los contratos.

De lo anterior, se infiere que la interpretación que se debe dar a las expresiones utilizadas por el legislador es que en ambos casos estamos en presencia de acciones que implican un acuerdo de voluntades.

En ese contexto, esta autoridad considera que en autos no existen elementos suficientes que permitan estimar que existió un pacto o convenio entre el ciudadano denunciado y la revista “Poder y Negocios” con el fin de que se difundiera el promocional materia de inconformidad en la forma en que se hizo y mucho menos es posible colegir que el Partido Acción Nacional haya contratado al medio impreso de referencia para que publicara dentro de su edición del mes de mayo la imagen del ciudadano

José César Nava Vázquez, máxime si se toma en cuenta que en los multicitados promocionales únicamente aparece su nombre e imagen sin ningún otro elemento que pudiera llevar a la conclusión de que el fin es permear en el electorado, con el fin de captar mayores adeptos a su favor.

En ese orden de ideas, como se evidenció de la valoración de pruebas de las constancias que obran en autos, se cuenta con elementos suficientes para acreditar que quien pactó la difusión del promocional materia de inconformidad fue la revista como medio impreso con la empresa televisiva denominada "Televimex, S.A. de C.V.", con la finalidad de promocionar el producto (revista).

Bajo esa línea argumentativa, se considera que en el caso que nos ocupa, dicha contratación no constituye alguna violación a la normatividad electoral federal, pues como se ha advertido el objetivo esencial de los promocionales hoy denunciados, era la difusión de la edición del mes de mayo de la revista "Poder y Negocios", con el fin de que los televidentes la adquirieran.

Amén de lo expuesto, se estima que la prohibición tanto constitucional como legal refiere a que nadie puede contratar o adquirir tiempos en radio y/o televisión dirigidos a influir en las preferencias electorales, en ese sentido, y como se ha expuesto a lo largo de la presente determinación de las constancias que obran en autos no se advierten elementos objetivos, que cuenten con la veracidad suficiente y el alcance probatorio necesario para determinar que en el caso se acredita la comisión de tal conducta.

En consecuencia, esta autoridad considera que en el caso los hechos que se denuncian se encuentran amparados en el derecho de libertad de expresión y en el ejercicio de la actividad periodística, estimar lo contrario nos llevaría al absurdo de que existe una violación a lo previsto en el artículo 41, Base III, Apartado A, párrafo 3 de la Carta Magna en relación con el numeral 49, párrafos 3 y 4 del código comicial federal cada vez que en televisión y/o radio se

promocionen textos u obras literarias de carácter político.

Lo cual resultaría a todas luces desproporcionado, y fuera de la intención del legislador, ya que como se evidenció en párrafos que anteceden el fin de la reforma no es coartar los derechos de libertad de expresión y de información y mucho menos restringir la función social que realizan los medios de comunicación social al difundir información respecto de los hechos, actos y/o sucesos que se estimen más relevantes.

Las anteriores consideraciones, encuentran sustento en las siguientes tesis de jurisprudencia emitidas por la H. Suprema Corte de Justicia de la Nación, que a la letra señalan:

*“No. Registro: 172,479
Jurisprudencia
Materia(s): Constitucional
Novena Época
Instancia: Pleno
Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta
XXV, Mayo de 2007
Tesis: P./J. 25/2007
Página: 1520*

LIBERTAD DE EXPRESIÓN. DIMENSIONES DE SU CONTENIDO. *El derecho fundamental a la libertad de expresión comprende tanto la libertad de expresar el pensamiento propio (dimensión individual), como el derecho a buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole. Así, al garantizarse la seguridad de no ser víctima de un menoscabo arbitrario en la capacidad para manifestar el pensamiento propio, la garantía de la libertad de expresión asegura el derecho a recibir cualquier información y a conocer la expresión del pensamiento ajeno, lo cual se asocia a la dimensión colectiva del ejercicio de este derecho. Esto es, la libertad de expresión garantiza un intercambio de ideas e informaciones que protege tanto la comunicación a otras personas de los propios puntos*

de vista como el derecho de conocer las opiniones, relatos y noticias que los demás difunden.

Acción de inconstitucionalidad 45/2006 y su acumulada 46/2006. Partidos Políticos Acción Nacional y Convergencia. 7 de diciembre de 2006. Mayoría de ocho votos. Disidentes: Guillermo I. Ortiz Mayagoitia y Mariano Azuela Güitrón. Ponente: José Ramón Cossío Díaz. Secretarios: Laura Patricia Rojas Zamudio y Raúl Manuel Mejía Garza.

El Tribunal Pleno, el diecisiete de abril en curso, aprobó, con el número 25/2007, la tesis jurisprudencial que antecede. México, Distrito Federal, a diecisiete de abril de dos mil siete.

No. Registro: 172,477

Jurisprudencia

Materia(s): Constitucional

Novena Época

Instancia: Pleno

Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta

XXV, Mayo de 2007

Tesis: P./J. 24/2007

Página: 1522

LIBERTAD DE EXPRESIÓN. LOS ARTÍCULOS 6o. Y 7o. DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS ESTABLECEN DERECHOS FUNDAMENTALES DEL ESTADO DE DERECHO. *Los derechos fundamentales previstos en los preceptos constitucionales citados garantizan que: a) La manifestación de las ideas no sea objeto de inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que se ataque la moral, los derechos de tercero, se provoque algún delito o perturbe el orden público; b) El derecho a la información sea salvaguardado por el Estado; c) No se viole la libertad de escribir y publicar sobre cualquier materia; d) Ninguna ley ni autoridad establezcan censura, ni exijan fianza a los autores o impresores, ni coarten la libertad de imprenta; e) Los límites a la libertad de escribir y publicar sobre cualquier materia sean el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. En ese sentido, estos derechos*

fundamentales de libre expresión de ideas y de comunicación y acceso a la información son indispensables para la formación de la opinión pública, componente necesario para el funcionamiento de una democracia representativa.

Acción de inconstitucionalidad 45/2006 y su acumulada 46/2006. Partidos Políticos Acción Nacional y Convergencia. 7 de diciembre de 2006. Mayoría de ocho votos. Disidentes: Guillermo I. Ortiz Mayagoitia y Mariano Azuela Güitrón. Ponente: José Ramón Cossío Díaz. Secretarios: Laura Patricia Rojas Zamudio y Raúl Manuel Mejía Garza.

El Tribunal Pleno, el diecisiete de abril en curso, aprobó, con el número 24/2007, la tesis jurisprudencial que antecede. México, Distrito Federal, a diecisiete de abril de dos mil siete.

No. Registro: 170,631

Jurisprudencia

Materia(s): Constitucional, Administrativa

Novena Época

Instancia: Pleno

Fuente: Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta

XXVI, Diciembre de 2007

Tesis: P./J. 69/2007

Página: 1092

RADIODIFUSIÓN. LA SUJECCIÓN DE ESTE SERVICIO AL MARCO CONSTITUCIONAL Y LEGAL SE DA EN EL OTORGAMIENTO DE CONCESIONES Y PERMISOS DE MANERA TRANSITORIA Y PLURAL Y CON EL CUMPLIMIENTO DE LA FUNCIÓN SOCIAL QUE EL EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD EXIGE POR PARTE DE LOS CONCESIONARIOS Y PERMISIONARIOS. *La prestación del servicio de radiodifusión (radio y televisión abierta) que se realiza mediante concesión o permiso está sujeta al marco constitucional y legal en dos vertientes: a) En el ejercicio de la actividad que desempeñan los concesionarios en la materia, mediante el condicionamiento de la programación y de la labor de los comunicadores que en ella intervienen, la cual*

deberá sujetarse al respeto y cumplimiento de los derechos fundamentales de los gobernados, pues en su calidad de medios masivos de comunicación cumplen una función social de relevancia trascendental para la nación porque constituyen el instrumento a través del cual se hacen efectivos tales derechos, toda vez que suponen una herramienta fundamental de transmisión masiva de educación y cultura, que debe garantizar el acceso a diversas corrientes de opinión, coadyuvar a la integración de la población, en especial de los grupos indígenas al desarrollo nacional, proporcionar información (imparcial, general y veraz), esparcimiento y entretenimiento, influir en sus valores, en su democratización, en la politización, en la ideología de respeto al hombre sin discriminación alguna, etcétera; lo que revela la importancia de la correcta regulación y supervisión que el Estado debe llevar a cabo en la prestación de este servicio a fin de que cumpla la función social que le está encomendada; y, b) En la procuración de que el acceso a la adquisición, operación y administración de los servicios de radiodifusión, mediante concesiones o permisos, se otorgue de manera transitoria y plural a fin de evitar la concentración del servicio en grupos de poder, resultando de vital importancia que el Estado, como rector de la economía nacional y garante de la libertad de expresión y del derecho a la información, evite el acaparamiento de los medios masivos de comunicación.

Acción de inconstitucionalidad 26/2006. Senadores integrantes de la Quincuagésima Novena Legislatura del Congreso de la Unión. 7 de junio de 2007. Unanimidad de nueve votos. Ausente: José de Jesús Gudiño Pelayo. Impedido: José Ramón Cossío Díaz. Ponente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Secretarías: Andrea Zambrana Castañeda, Lourdes Ferrer Mac-Gregor Poisot y María Estela Ferrer Mac Gregor Poisot.

El Tribunal Pleno, el quince de octubre en curso, aprobó, con el número 69/2007, la tesis jurisprudencial que antecede. México, Distrito Federal, a quince de octubre de dos mil siete.”

Por lo anterior, y en atención a que no obra en el expediente constancia alguna que acredite que el Partido Acción Nacional o el candidato a Diputado Federal por el 15 distrito electoral en el distrito Federal, César Nava Vázquez contrataron de forma directa o por cuenta de terceras el promocional materia del presente procedimiento, esta autoridad concluye que no es imputable al partido denunciado violación alguna a los artículos 41, Base III, Apartado A, inciso g), párrafo 2 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en relación con lo previsto en los numerales 38, párrafo 1, inciso a); 49, párrafo 3; 341, párrafo 1, inciso a); 342, párrafo 1, inciso i) y 344, párrafo 1, inciso f) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, en virtud de que no existe una adecuación a las hipótesis normativas en estos establecidas.

En consecuencia, no es posible deducir violación alguna a lo previsto en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y en el código comicial federal, respecto a la prohibición destinada a los partidos políticos para contratar o adquirir espacios o tiempos en radio y/o televisión dirigidos a influir en las preferencias electorales de la población.

Con base en todo lo expuesto, se considera que la denuncia presentada en contra del Partido Acción Nacional, José César Nava Vázquez, así como de las personas morales denominadas "Editorial Televisa, S.A. de C.V.", "Publicaciones Acuario, S. de R.L. de C.V." y la empresa televisiva "Televimex, S.A. de C.V." debe declararse **infundada** pues como quedó evidenciado en la presente determinación en autos no se cuenta con elementos objetivos que permitan concluir que la contratación y difusión del promocional materia de inconformidad éste encaminado a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, o a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular.

En ese orden de ideas, tampoco se obtiene que para la difusión del spot que contiene el promocional en donde aparece el nombre e imagen del ciudadano César Nava Vázquez no puede considerarse como

un acto de contratación o adquisición de tiempo en televisión, con el objeto de influir en las preferencias electorales de los ciudadanos.

En tal virtud, el presente procedimiento especial sancionador debe declararse **infundado**.

OCTAVO. Que por cuanto a los argumentos del Partido Revolucionario Institucional en el sentido de que se debe dar vista a la Unidad de Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos del Instituto Federal Electoral, como consecuencia de que en la edición del mes de mayo de la revista "Poder y Negocios" donde aparece la imagen del C. José César Nava Vázquez, se dice en su interior "foto portada: cortesía", esta autoridad considera que tal referencia, no es un elemento suficiente para realizar dicha vista.

Esto es así, porque como se evidenció a lo largo del presente proyecto no se cuenta con ningún elemento objetivo, que permita concluir que la entrevista que se insertó en la revista en comentario, fue como consecuencia de una contratación onerosa o gratuita del candidato o del Partido Acción Nacional, por el contrario, existen elementos de los que se desprende que la entrevista que se encuentra inserta en dicha publicación obedeció al ejercicio periodístico.

En ese orden de ideas, tal situación no resulta de ninguna forma violatoria de la norma pues el medio de difusión en ejercicio de las libertades y derechos contenidos en los artículos 5, 6 y 7 de la Carta Magna, determinó el contenido de dicha edición, o sea no sólo realizó y difundió la entrevista del C. José César Nava Vázquez sino que también insertó diversos trabajos periodísticos relativos a temas políticos y económicos actuales.

En ese sentido y a juicio de esta autoridad la revista "Poder y Negocios" cuenta con el derecho de determinar cuál será el contenido de su portada, es decir, en el ejercicio de libertad de expresión no tiene más límite que los establecidos en el artículo sexto constitucional, por tal motivo el hecho de que en su edición del mes de mayo aparezca la imagen del

candidato hoy denunciando, no tiene nada de ilegal, máxime que como se ha evidenciado no se cuenta con algún elemento que permita advertir ni siquiera de forma indiciaria la existencia de un pacto entre la revista de mérito, el referido ciudadano o el partido político que lo postula.

Asimismo, cabe referir que el hecho de que la revista de mérito también se haya promocionado en parabuses, obedece a las estrategias de marketing de dicha publicación con el fin de lograr captar el interés sobre los posibles lectores con el fin de que éstos la adquieran.

En consecuencia, esta autoridad estima que no resulta procedente dar vista a la Unidad de Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos de este Instituto, pues con base en las consideraciones expuestas a lo largo del presente fallo, los argumentos del Partido Revolucionario Institucional resultan inoperantes, pues el hecho de que la revista de referencia se promueva en televisión y/o a través de publicidad impresa, no es un hecho imputable al hoy candidato o al instituto político que lo postula, pues tal situación obedece a su derecho de difundirse entre los posibles consumidores.

NOVENO. En atención a los antecedentes y consideraciones vertidos, con fundamento en lo dispuesto en los artículos 39, párrafos 1 y 2; 109, párrafo 1 y 370, párrafo 2, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, y en ejercicio de las atribuciones conferidas en el numeral 118, párrafo 1, incisos h), w) y z) del ordenamiento legal en cita, este Consejo General emite la siguiente:

R E S O L U C I Ó N

PRIMERO. Se declara **infundado** el procedimiento especial sancionador instaurado en contra del ciudadano José César Nava Vázquez, candidato a Diputado Federal por el 15 distrito electoral en el

Distrito federal, del Partido Acción Nacional, así como a la empresa televisiva denominada Televimex, Publicaciones Acuario, S. de R.L. de C.V., Editorial Televisa, S.A. de C.V., en términos de lo dispuesto en el considerando **séptimo** de la presente determinación.

SEGUNDO. Notifíquese la presente Resolución a las partes en términos de ley.

TERCERO. En su oportunidad archívese el presente expediente, como asunto total y definitivamente concluido.

La presente Resolución fue aprobada en sesión extraordinaria del Consejo General celebrada el 26 de junio de dos mil nueve, por cinco voto a favor de los Consejeros Electorales Maestro Virgilio Andrade Martínez, Doctora María Macarita Elizondo Gasperín, Licenciado Marco Antonio Gómez Alcántar, Maestro Arturo Sánchez Gutiérrez y el Consejero Presidente, Doctor Leonardo Valdés Zurita, y cuatro votos en contra de los Consejeros Electorales Maestro Marco Antonio Baños Martínez, Maestro Alfredo Figueroa Fernández, Doctor Francisco Javier Guerrero Aguirre y Doctor Benito Nacif Hernández.

QUINTO. El partido político apelante expresa a la letra los agravios siguientes:

“AGRAVIOS

PRIMERO.

ARTÍCULOS CONSTITUCIONALES Y LEGALES VIOLADOS.- Se irroga lo establecido en los artículos 6; 7; 14; 16; 38, párrafo 1, inciso a); 41, Apartado A, párrafo 3 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 1 párrafo 1; 3, párrafo 2; 49, párrafos 3 y 4; 105, párrafos 1, incisos e), f) y h), y 2; 109; 212; 118, párrafo 1, incisos h), t) y w); 228; 344, párrafo 1, inciso f); 345, párrafo 1, inciso b) 350, párrafo 1, inciso a) y b) y 359, párrafos 1 y 3, 342, párrafo 1, incisos a) e i) del Código Federal de

Instituciones y Procedimientos Electorales y 45 párrafos 1 y 2 de Reglamento de Quejas y Denuncias del Instituto Federal Electoral.

FUENTE DE AGRAVIO.- LA RESOLUCIÓN DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL RESPECTO DEL PROCEDIMIENTO ESPECIAL SANCIONADOR INICIADO CON MOTIVO DE LA DENUNCIA PRESENTADA POR EL PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL, EN CONTRA DEL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL, EL C. JOSÉ CÉSAR NAVA VÁZQUEZ, TELEVIMEX, S.A. DE C.V., EDITORIAL TELEVISA S.A. DE C.V. Y PUBLICACIONES ACUARIO, S. DE R.L. DE C.V., POR HECHOS QUE CONSIDERA CONSTITUYEN INFRACCIONES AL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES, IDENTIFICADO CON EL NÚMERO DE EXPEDIENTE SCG/PE/PRI/CG/158/2009, en el que se resuelve:

PRIMERO. *Se declara infundado el procedimiento especial sancionador instaurado en contra del ciudadano José Cesar Nava Vázquez, candidato a Diputado Federal por el 15 distrito electoral en el Distrito Federal, del Partido Acción Nacional, así como a la empresa televisiva denominada Televimex, Publicaciones Acuario, S. de R.L. de C.V., en términos de los dispuesto en el considerando séptimo de la presente determinación.*

SEGUNDO. *Notifíquese la presente Resolución a las partes en términos de ley.*

TERCERO. *En su oportunidad archívese el presente expediente, como asunto total y definitivamente concluido.*

CONCEPTO DE AGRAVIO.- LA RESOLUCIÓN DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL RESPECTO DEL PROCEDIMIENTO ESPECIAL SANCIONADOR INICIADO CON MOTIVO DE LA DENUNCIA PRESENTADA POR EL PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL, EN CONTRA DEL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL, EL C. JOSÉ CÉSAR NAVA VÁZQUEZ, TELEVIMEX, S.A. DE C.V., EDITORIAL TELEVISA S.A. DE C.V. Y PUBLICACIONES ACUARIO, S. DE R.L. DE C.V., POR HECHOS QUE CONSIDERA CONSTITUYEN

INFRACCIONES AL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES, IDENTIFICADO CON EL NÚMERO DE EXPEDIENTE SCG/PE/PRI/CG/158/2009, arriba a la conclusión de declarar infundado el procedimiento especial sancionador instaurado en contra del ciudadano José César Nava Vázquez, candidato a Diputado Federal por el 15 distrito electoral en el Distrito federal, del Partido Acción Nacional, así como a la empresa televisiva denominada Televimex, Publicaciones Acuario, S. de R.L. de C.V., Editorial Televisa, S.A. de C.V., con la simple manifestación de que la transmisión televisiva de los promocionales de la revista "Poder y Negocios", difundidos por la concesionaria denominada "Televimex, S.A. de C.V.", en los canales 2, 4, 5 y 9, con distintivos XEW-TV, XHTV-TV, XHGC-TV y XEQ-TV, no fueron contratados, que obedecen a la libertad de expresión, de trabajo y de contratación y que no encuadra en la definición de propaganda política ni electoral, porque no se difunden ideologías, programas o acciones con el fin de influir en los ciudadanos para adoptar determinados conductas sobre ternas de interés social, ni se advierte que su intención sea la de promocionar la candidatura.

Manifestaciones subjetivas, que son carentes de sustento legal, de las cuales se desprende que el Consejo General cuenta con una falsa noción de la realidad y mediante el error en que se encuentra genera la emisión de la ilegal resolución que se impugna mediante la presente vía, toda vez que en autos del expediente marcado con el número SCG/PE/PRI/CG/158/2009, quedó debidamente acreditado que en el periodo comprendido del 21 de mayo del 2009 al 13 de junio de la misma anualidad, se transmitieron por televisión los promocionales de la revista "Poder y Negocios", siendo difundidos por la concesionaria denominada "Televimex, S.A. de C.V.", en los canales 2, 4, 5 y 9, con distintivos XEW-TV, XHTV-TV, XHGC-TV y XEQ-TV.

De igual manera en las constancias documentales que integran el expediente de marras, quedó

debidamente acreditado que la portada de la revista "Poder y Negocios" en comento tiene las siguientes características:

<p>1.- Aparece la fotografía del C. César Nava Vázquez, actual candidato a Diputado Federal por el 15 Distrito Electoral en el Distrito Federal postulado por el Partido Acción Nacional.</p> <p>2.- Contiene el texto: "CÉSAR NAVA LA NUEVA GENERACIÓN DEL PAN1'.</p> <p>3.- Contiene el texto: "En las elecciones de julio el partido de gobierno no sólo buscará fortalecer su posición legislativa, sino jugar sus cartas para 2012"</p>	
--	---

Situación que se encuadra plenamente en la hipótesis prohibitiva contenida en el artículo 41 apartado A, párrafos 3 y 4 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Contrario a lo manifestado por el Consejo General del Instituto Federal Electoral, la conducta en análisis si se encuentra encuadrada dentro de la hipótesis contenida en el artículo 228 párrafo 1 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, numeral que contiene el mandato legal consistente en que ***“La campaña electoral, para los efectos de este Código, es el conjunto de actividades llevadas a cabo por los partidos políticos nacionales, las coaliciones y los candidatos...”***.

En este orden de ideas, el Consejo General realiza una indebida interpretación de los artículos 41, fracción III, apartado A, párrafos 3 y 4; así como de los artículos 49, 228, párrafo 1; 342; 344; 345; 350; de Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales vigente, y sin atender a los principios rectores de la función electoral, al considerar que los hechos denunciados se encuentran protegidos en el ejercicio de la libertad de expresión, de imprenta y

del ejercicio de la actividad periodística.

En efecto, la responsable sin la debida motivación y fundamentación determina que ni el contenido ni la difusión y transmisión televisiva de los promocionales de la revista "Poder y Negocios", difundidos por la concesionaria denominada "Televimex, S.A. de C.V.", en los canales 2, 4, 5 y 9, con distintivos XEW-TV, XHTV-TV, XHGC-TV y XEQ-TV, denunciada constituyen transgresiones a la normatividad electoral, tal estimación además es violatoria de los artículos 158, párrafo 1 y 359, párrafos 1, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

La responsable en la resolución que se impugna estima que la transmisión televisiva de los promocionales de la revista "Poder y Negocios", difundidos por la concesionaria denominada "Televimex, S.A. de C.V.", en los canales 2, 4, 5 y 9, con distintivos XEW-TV, XHTV-TV, XHGC-TV y XEQ-TV, no fueron contratados, que obedecen a la libertad de expresión, de trabajo y de contratación y que no encuadra en la definición de propaganda política ni electoral, porque no se difunden ideologías, programas o acciones con el fin de Influir en los ciudadanos para adoptar determinadas conductas sobre temas de interés social, ni se advierte que su intención sea la de promocionar la candidatura, sin embargo, tales consideraciones carecen de sustento, en virtud de que a todas luces se desprende la promoción de la imagen del C. César Nava Vázquez, actual candidato a Diputado Federal por el 15 Distrito Electoral en el Distrito Federal postulado por el Partido Acción Nacional así como la aspiraciones y tácticas políticas que tiene el Partido Acción Nacional al enfrentar el proceso electoral federal que se avecina así como los posteriores que vivirá el territorio nacional al citar la frase

"En las elecciones de julio el partido de gobierno no sólo buscará fortalecer su posición legislativa, sino jugar sus carias para 2012"

Así las cosas, el consejo General del Instituto Federal Electora, sin fundamento legal y sin

razonamiento lógico jurídico, pretende sustentar su resolutorio con la simple manifestación subjetiva, consistente en:

En consecuencia, y tomando en consideración las definiciones de propaganda político o electoral contenidas en el artículo 7 del Reglamento de Quejas y Denuncias del Instituto Federal Electoral, los promocionales bajo análisis no tuvieron como finalidad la de difundir la imagen o candidatura del C. José César Nava Vázquez y con ello conseguir adeptos en la próxima jornada comicial con el fin de resultar ganador del cargo de elección popular por el que hoy contiende.

En ese orden de ideas, a juicio de esta autoridad los promocionales de referencia si constituyen propaganda pero de tipo comercial, es decir, su finalidad u objeto es posicionar el producto en los televidentes con el fin de captar su atención, por ser éstos posibles compradores, es decir, el objetivo básico de los promocionales es causar un interés en ellos, con el fin de lograr una mayor venta del producto (revista).

Lo anterior se evidencia, del contenido del promocional cuando se confronta con la definición del término propaganda de conformidad con lo sostenido por la Real Academia de la Lengua Española

“PROPAGANDA.

(Del lat. propaganda, que ha de ser propagada).

- 1. f. Acción o efecto de dar a conocer algo con el fin de atraer adeptos o compradores.*
- 2. f. Textos, trabajos y medios empleados para este fin.*
- 3. f. Congregación de cardenales nominada de propaganda fide, para difundir la religión católica.*
- 4. f. Asociación cuyo fin es propagar doctrinas, opiniones, etc.”*

Derivado de lo anterior, debe decirse que el promocional denunciado no contraviene la normatividad electoral, en virtud de que, su naturaleza deviene de la promoción comercial de una revista cuyo objetivo es mantener informados a los lectores sobre la situación política que vive el país, así como también de diversos temas empresariales, sociales y culturales.

Incluso cabe señalar que al buscar dicha revista en internet, se advierte que la misma refiere que “aborda temas empresariales, políticos, sociales y culturales de

nuestro país, dirigida a todos aquellos hombres y mujeres en cuyas manos reside el poder.”

Evidenciado lo anterior, esta autoridad considera que los hechos denunciados no constituyen una violación a la normatividad aplicable, toda vez que la difusión de los promocionales antes referidos se encuentran amparados en el ejercicio de:

Libertad de expresión y de derecho a la información; y

Libertad de trabajo y contratación.

En esta tesitura, contrario a lo sostenido por el Partido Revolucionario Institucional, del análisis integral a las constancias y elementos probatorios que obran en el presente expediente, este órgano resolutor no advierte elementos de convicción que permitan siquiera indiciariamente, tener por acreditada la contratación de promocionales en forma directa o por terceras personas en televisión por parte del C. José César Nava Vázquez y/o el Partido Acción Nacional con el fin de posicionarse en lo ciudadanía con el fin de conseguir adeptos en la próxima jornada comicial, sino que la difusión de dichos promocionales es producto de una labor publicitaria con el objeto de comercializar una publicación alusiva a temas políticos.

Sobre este particular, cabe mencionar que existen varios tipos de publicaciones, que abordan diversos temas, y en consecuencia, se encuentran dirigidas a diferentes lectores. Así, entre los diversos tipos de revistas encontramos las especializadas cuyos contenidos consagran temas en particular, como son: cocina, espectáculos, deportes, arte o algunos otros temas de interés, como culturales, políticos, empresariales, científicos o literarios.

En esta tesitura, dentro de este universo de publicaciones se encuentran las de carácter empresarial y político, como la revista “Poder y Negocios”, que es una publicación especializada, particularmente, en temas de dicha naturaleza, cuyo principal objetivo es informar al público lector sobre el acontecer político y económico de nuestro país.

Al respecto, conviene señalar algunos de los temas y reportajes que forman parte del contenido de la revista “Poder y Negocios”, en la que, entre otros temas, contiene una entrevista al ciudadano José César Nava Vázquez, los cuales fueron intitulados de la siguiente forma:

Las lecciones del virus

El gigante azul se pone verde

En busca de la felicidad del futuro

Mantenimiento profundo

Influenza ¿Alcanzarán los medicamentos?

Bendito calor

Tres exhibiciones imperdibles

La salud de la elección

Mrs Punk Chic

Como se evidenció con antelación, la edición del mes de mayo de la revista "Poder y Negocios" contiene reportajes que abordan temas de carácter político, económico, moda, energía, negocios, arte, las cuales fueron realizadas en ejercicio de la libertad de expresión y del derecho a la información, actividad que no transgrede la normatividad electoral vigente, ni influye en las preferencias electorales de la ciudadanía mexicana.

Bajo estas premisas, es válido arribar a la conclusión de que el objeto esencial del medio impreso de referencia, radica en la difusión de actividades relacionadas, primordialmente, con la vida política de nuestro país en todas sus manifestaciones, con la finalidad de informar a toda la sociedad mexicana respecto de temas que considera trascendentes para su publicación.

En tal virtud, si bien los promocionales materia de inconformidad aluden a la difusión de la imagen del ciudadano José César Nava Vázquez, lo cierto es que su objetivo es publicitar la revista como tal, es decir como producto de la labor periodística que realiza, por lo que no es posible advertir algún dato o indicio relativo a la contratación por parte de un partido político o candidato con el objeto de promover a dicha fuerza política y así obtener la preferencia de los ciudadanos en la actual contienda.

Sobre este particular, resulta atinente precisar que, durante la transmisión de los spots no existe ningún elemento que haga referencia en específico el ciudadano denunciado, circunstancia que robustece la apreciación de esta autoridad en el sentido de que su objeto, es invitar a los televidentes a adquirir la publicación impresa, y no la de influir en las preferencias electorales de los ciudadanos posicionando al atado candidato como lo afirma el partido quejoso.

Por lo anterior, esta autoridad considera que los hechos denunciados no constituyen una violación a la normatividad aplicable, toda vez que la difusión de los

promocionales denunciados se encuentran protegidos en los derechos de libertad de expresión, de información, trabajo y contratación.

En este sentido, la autoridad de conocimiento estima que no tiene nada de antijurídico el hecho de que una empresa dedicada a la publicación de contenidos periodísticos, contrate con algún medio de comunicación masivo, la promoción de su producto gráfico, con el objeto de invitar a la audiencia para que adquiera dicha información.

Al respecto, conviene reproducir el artículo 5º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, mismo que en la parte que interesa señala que:

Artículo 5º. A ninguna persona podrá impedirse que se dedique a la profesión, industria, comercio o trabajo que le acomode, siendo lícitos. El ejercicio de esta libertad sólo podrá vedarse por determinación judicial, cuando 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. Nadie puede ser privado del producto de su trabajo, sino por resolución judicial.

Lo manifestado por la responsable se encuentra completamente alejado de la realidad, pues en la especie no se planteo el estudio de lo que la fuente de trabajo o modus vivendi de la revista o personas que dependen de ellas, pues en ningún momento se puso en tela de juicio la actividad lícita e ilícita de las mismas; por lo que sí fuese ese deseo se debe manifestar que la garantía al trabajo establecida en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, contiene una restricción siendo esta que la fuente de trabajo sea lícita, y en la especie, es completamente lícita, pero no o es la publicación en si sobre la transmisión en medios televisivos de la propaganda electoral a favor del candidato del Partido Acción Nacional y del propio órgano partidario, quienes de una manera por demás tendenciosa, realiza ciertas maquinaciones para que en la primera plana de la revista en comento aparezca su imagen, con la expresión de la manera en que pretenden enfrentar el proceso electoral, esto a sabiendas de que dicha revista ocuparía espacios en medios televisivos y con esto automáticamente en ellos promocionarían por conducto de terceros su propaganda electora, realizando actos de campaña

en televisión contratados, adquiridos, negociados o como se les quiera amar, por conducto de terceros, obteniendo un beneficio propio del candidato y del propio Partido Acción Nacional, cuestión que puede conocerse como un fraude procesal.

Amén de lo anterior, es de señalar que la responsable no distingue y confunde dicho término previsto en el artículo 41, fracción III, apartado A, párrafos tercero, con el previsto en el artículo 228, párrafo 3, siendo que el concepto de tal término en el texto constitucional es de carácter general, en tanto que el contenido a la ley constituye una especie de la campaña electoral, por lo que el concepto constitucional se refiere a cualquier acto en el que los partidos políticos dan a conocer algo con el fin de atraer adeptos, en los términos de su significado gramatical.

Más adelante la responsable realiza consideraciones respecto de los vocablos contratar y adquirir, señalando:

“Contratar

(Deilat. contractare).

- 1. tr. Pactar, convenir, comerciar, hacer contratos o contratas*
- 2. tr. Ajustar a alguien para algún servicio.*

Adquirir

(Del lat. adquirere).

- 1. tr. Ganar, conseguir con el propio trabajo o industria.*
- 2 tr. comprar (ll con dinero)*
- 3. tr. Coger, lograr o conseguir.*
- 4. tr. Der. Hacer propio un derecho o cosa que a nadie pertenece, o se transmite a título lucrativo u oneroso, o por prescripción.”*

Así, el vocablo contratar se entiende como el acto jurídico bilateral que se constituyen por el acuerdo de voluntades de dos o más personas y que produce ciertas consecuencias jurídicas (creación o transmisión de derechos y obligaciones. Por lo que la hipótesis noramtiva se colma cuando existe ese acuerdo de voluntades.

Por su parte, el vocablo adquirir en una de sus acepciones quiere decir “hacer propio derecho o cosa”, por lo que por adquisición debemos entender la realización de alguno de los supuestos jurídicos en virtud

de los cuales un sujeto puede convertirse en titular, o sea adquirir la titularidad de un derecho lo cual nos lleva que existen adquisiciones a título universal y a título particular; en el caso concreto, nos avocamos a las adquisiciones a título particular las cuales son precisamente los contratos.

De lo anterior se infiere que la interpretación que se debe dar a las expresiones utilizadas por el legislador es que en ambos casos estamos en presencia de acciones que implican un acuerdo de voluntades.

En ese contexto, esta autoridad considera que en autos no existen elementos suficientes que permitan estimar que existió un pacto o convenio entre el ciudadano denunciado y la revista "Poder y Negocios" con el fin de que se difundiera el promocional materia de inconformidad en la forma en que se hizo y mucho menos es posible colegir que el Partido Acción Nacional haya contratado al medio impreso de referencia para que publicara dentro de su edición del mes de mayo la imagen del ciudadano José César Nava Vázquez, máxime si se toma en cuenta que en los multicitados promocionales únicamente aparece su nombre e imagen sin ningún otro elemento que pudiera llevar a la conclusión de que el fin es permear en el electorado, con el fin de captar mayores adeptos a su favor.

En ese orden de ideas, como se evidenció de la valoración de pruebas de las constancias que obran en autos, se cuenta con elementos suficientes para acreditar que quien pactó la difusión del promocional materia de inconformidad fue la revista como medio impreso con la empresa televisiva denominada "Televimex, S. A de C. V.", con la finalidad de promocionar el producto (revista).

Bajo esa línea argumentativa, se considera que en el caso que nos ocupa, dicha contratación no constituye alguna violación a la normatividad electoral federal, pues como se ha advertido el objetivo esencial de los promocionales hoy denunciados, era la difusión de la edición del mes de mayo de la revista "Poder y Negocios", con el fin de que los televidentes la adquirieran.

Amén de lo expuesto, se estima que la prohibición tanto constitucional como legal refiere a que nadie puede contratar o adquirir tiempos en radio y/o televisión dirigidos a influir en las preferencias electorales, en ese sentido, y como se ha expuesto a lo largo de la presente determinación de las constancias que obran en autos no se advierten elementos objetivos, que cuenten con la veracidad suficiente y el alcance probatorio necesario para determinar que en el caso se acredita la comisión de tal conducta.

En consecuencia, esta autoridad considera que en el caso los hechos que se denuncian se encuentran amparados en el derecho de libertad de expresión y en el ejercicio de la actividad periodística, estimar lo contrario nos llevaría al absurdo de que existe una violación a lo previsto en el artículo 41, Base III, Apartado A, párrafo 3 de la Carta Magna en relación con el numeral 49, párrafos 3 y 4 del código comicial federal cada vez que en televisión y/o radio se promocionen textos u obras literarias de carácter político.

Lo cual resultaría a todas luces desproporcionado, y fuera de la intención del legislador, ya que como se evidenció en párrafos que anteceden el fin de la reforma no es coartar los derechos de libertad de expresión y de información y mucho menos restringir la función social que realizan los medios de comunicación social al difundir información respecto de los hechos, actos y/o sucesos que se estimen más relevantes.

Manifestaciones que son completamente improcedentes y fuera de todo contexto legal y contrario a lo que la responsable sostiene, en asunto que nos ocupa, si nos encontramos dentro de los estos prohibitivos contemplados en por el artículo 41 fracción , Apartado IIA” de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, precepto legal que en lo conducente establece:

Artículo41. (...).

Apartado A. *El instituto Federal Electoral será autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines y al ejercicio del derecho de los partidos políticos nacionales, de acuerdo con lo siguiente y a lo que establezcan las leyes:*

a) A partir del inicio de las precampañas y hasta al día de la jornada electoral quedarán a disposición del Instituto Federal Electoral cuarenta y ocho minutos diarios, que serán distribuidos en dos y hasta tres minutos por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión, en el horario referido en el inciso d) de este apartado;

b) Durante sus precampañas, los partidos políticos dispondrán en conjunto de un minuto por cada hora de transmisión en cada estación de radio y canal de televisión; el tiempo restante se utilizará conforme a lo que determine la ley;

c) Durante las campañas electorales deberá destinarse para cubrir el derecho de los partidos políticos al menos el ochenta y cinco por ciento del tiempo total disponible a que se refiere el inciso a) de este apartado;

d) Las transmisiones en cada estación de radio y canal de televisión se distribuirán dentro del horario de programación comprendido entre las seis y las veinticuatro horas;

e) El tiempo establecido como derecho de los partidos políticos se distribuirá entre los mismos conforme a lo siguiente: el treinta por ciento en forma igualitaria y el setenta por ciento restante de acuerdo a los resultados de la elección para diputados federales inmediata anterior;

f) A cada partido político nacional sin representación en el Congreso de la Unión se le asignara para radio y televisión solamente la parte correspondiente al porcentaje igualitario establecido en el inciso anterior, y

g) Con independencia de lo dispuesto en los apartados A y B de esta base y fuera de los periodos de precampañas y campañas electorales federales, al Instituto Federal Electoral le será asignado hasta el doce por ciento del tiempo total de que el Estado disponga en radio y televisión, conforme a las leyes y bajo cualquier modalidad; del total asignado, el Instituto distribuirá entre los partidos políticos nacionales en forma igualitaria un cincuenta por ciento; el tiempo restante lo utilizará para fines propios o de otras autoridades electorales, tanto federales como de las entidades federativas. Cada partido político nacional utilizará el tiempo que por este concepto le corresponda en un programa mensual de cinco minutos y el restante en mensajes con duración de veinte segundos cada uno.

En todo caso, las transmisiones a que se refiere este inciso se harán en el horario que determine el Instituto conforme a lo señalado en el inciso d) del presente Apartado. En situaciones especiales el Instituto podrá disponer de los tiempos correspondientes a mensajes partidistas a favor de un partido político, cuando así se justifique.

Los partidos políticos en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión.

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 ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular. Queda prohibida la transmisión en territorio nacional de este tipo de mensajes contratados en el extranjero.

Las disposiciones contenidas en los dos párrafos anteriores deberán ser cumplidas en el ámbito de los

*estados y el Distrito Federal conforme a la legislación aplicable.
(...)*

Como lo puede apreciar ese órgano judicial electoral el asunto que nos ocupa, claramente se encuadra en la prohibición establecida en el precepto constitucional antes invocado, que sin razonamiento lógico jurídico desestima la responsable, toda vez que, como se dijo con anterioridad, por conducto de terceros se obtuvo el resultado de ocupar espacios televisivos en los consiguió el beneficio de publicitar la imagen del candidato y la propuesta del Partido Acción Nacional en cara a los procesos electorales venideros.

Aunado a lo anterior, la responsable sin fundamento y en plena violación a los principios de transparencia, legalidad, certeza jurídica y sin motivación y fundamentación alguno, demerita por elementos y circunstancia ajenos a los mismos, pretendiendo subordinarlos a la existencia de un convenio, contrato o pacto entre el citado candidato y Partido Político y la empresa televisiva, elemento cuya inexistencia, necesariamente lleva a concluir una aportación en especie, pero de modo alguno la falta de entendimiento previo y concertación, en consecuencia carece de motivación la consideración de la responsable de la necesidad de la existencia de un contrato oneroso o gratuito por escrito, tal estimación nos llevaría al absurdo de que por el simple hecho de que los sujetos responsables por el simple hecho de no reconocer la falta serían inimputables, no obstante el cúmulo de indicios y las contradicciones en que incurrían.

Con las consideraciones anteriores la responsable violenta el principio de certeza y objetividad al especular sobre la posibilidad no admitida del arreglo previamente, ya que tales consideraciones de naturaleza especulativa, además de no ser acorde con el principio de certeza, también resulta incongruente con las anteriores consideraciones combatidas en el sentido de que se carece de elementos para acreditar que la citada entrevista fue concertada de manera previa. Incurriendo de nueva cuenta en la tesis sin sustento de que es necesario

acreditar una formal contratación. Es por ello que la resolución que se Impugna carece de la debida motivación.

Por otra parte, la responsable también realizando consideraciones especulativas estima que, aún en el supuesto de que eventualmente existiera un acuerdo previo para la realización de la publicación y difusión en medios televisivos, considerando que "...en el caso los hechos que se denuncian se encuentran amparados en el derecho de libertad de expresión y en el ejercicio de la actividad periodística, estimar lo contrario nos llevaría al absurdo de que existe una violación a lo previsto en el artículo 41, Base III, Apartado A, párrafo 3 de la Carta Magna en relación con el numeral 49, párrafos 3 y 4 del código comicial federal cada vez que en televisión y/o radio se promocionen textos u obras literarias de carácter político ", manifestación contraria a derecho que lejos de solucionar el asunto que le fue planteado, pretende confundir el género del acto de campaña con la especie propaganda electoral, establecidos en el artículo 228, párrafos 1 al 4 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, por lo tales consideraciones carecen de motivación y fundamentación, puesto que ciertamente, los actos denunciados se encuentran comprendidos dentro del genero campaña electoral, que pos su naturaleza se encuentran dirigidos a la obtención del voto y a la promoción de las candidaturas como en el caso acontece, en consecuencia las estimaciones de la responsable resultan inverosímiles.

Asimismo es de hacer notar, que el párrafo segundo del apartado A, fracción III, del artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, prohíbe en todo momento a los partidos políticos adquirir o contratar por sí o por terceras personas, en cualquier modalidad tiempo en radio y televisión, por lo que bajo tal supuesto y en el presente caso, resulta irrelevante la aplicación de dicho término y aún más en el sentido utilizado por la responsable, en este tenor, contrario a lo estimado por la responsable la infracción si se encuentra en el simple hecho de que se haya difundido y promocionado la imagen del candidato del Partido

Acción Nacional en los medios televisivos, pues ocupa un espacio en televisivo, actuación contraria al mandato constitucional antes invocado.

En esta línea de argumentación y sustento la responsable pretende situar los hechos denunciados, como si se tratase de una simple publicación de asuntos diversos a la materia electoral disfrazando a cobertura común de las campañas electorales, sin embargo, tales consideraciones descontextualizan el motivo de la denuncia, puesto que se trata de una transmisión en televisión a manera de la modalidad de contratación y adquisición de tiempo en televisión denomina "Integración de producto", por lo que las consideraciones de la responsable en el sentido de que no existe prohibición o limitación legal de realizar o acceder, carece de relación con las circunstancias particulares del caso, llegando a consideraciones inverosímiles de relacionar el caso con temas de cobertura televisiva de las campañas.

En consecuencia, las consideraciones de la responsable carecen de sustento en el sentido de que la limitación y sanción la adquisición o contratación de tiempos en televisión a los partidos políticos, constituya una restricción al ejercicio de los medios masivos de comunicación o que atente contra la libertad de trabajo de éstos y el derecho de la ciudadanía de acceder a la información, ello en virtud de que la modalidad de publicidad comercial de "integración de producto" carece de relación con la cobertura noticiosa de las campañas electorales como indebidamente y sin sustento lo estima la responsable.

Es por ello, que la consideración de que los hechos denunciados se encuentran amparados en el derecho de libertad de expresión y en el ejercicio de la actividad periodística, carecen de motivación, puesto puestas de tal manera esas consideraciones en modo alguno hubiese habido lugar a que el Instituto Electoral del Distrito Federal formulara la denuncia ante el Instituto Federal Electoral y de que éste diera inicio al procedimiento especial sancionador cuya resolución se impugna.

En consecuencia, no resulta absurdo, que la adquisición o contratación de tiempos en televisión bajo la modalidad de “producto integrado” constituya una violación a lo previsto en el artículo 41, Base III, Apartado A, párrafo 3 de la Carta Magna en relación con el numeral 49, párrafos 3 y 4 del código de telecomunicaciones federal, como lo estima la responsable, en virtud de que los hechos que se denuncian de modo alguno constituye una simple difusión de la revista en televisión con personajes de la política, que dado el proceso electoral federal, en el momento se encuentran conteniendo por algún cargo de elección popular.

Tampoco resulta a todas luces desproporcionado, y fuera de la intención del legislador, puesto que contrario a lo estimado por la responsable, la prohibición constitucional de adquirir o contratar tiempos a los partidos políticos, en modo alguno coarta los derechos de libertad de expresión y de información y mucho menos restringe la función social que realizan los medios de comunicación social al difundir información respecto de los hechos, actos y/o sucesos que se estimen más relevantes, puesto que como ya se ha evidenciado los hechos denunciados no constituye ni se asemeja a un espacio de cobertura noticiosa de las campañas electorales.

Finalmente, la responsable sin motivación y fundamentación, y sin observar los principios rectores de certeza y objetividad concluye que no se cuenta con elementos que permitan determinar que existe una violación al principio de equidad en la contienda comicial que en este momento se realiza en el Distrito Federal, con que en el periodo comprendido del 21 de mayo del 2009 al 13 de junio de la misma anualidad, se transmitieron por televisión los promocionales de la revista “Poder y Negocios”, siendo difundidos por la concesionaria denominada “Televimex, S.A. de C.V.”, en los canales 2, 4, 5 y 9, con distintivos XEW-TV, XHTV-TV, XHGC-TV y XEQ-TV en la que se difunde con actos proselitistas la imagen de candidato C. César Nava Vázquez, actual candidato a Diputado Federal por el 15 Distrito Electoral en el Distrito Federal

postulado por el Partido Acción Nacional, con las frases “CÉSAR NAVA LA NUEVA GENERACIÓN DEL PAN” y “En las elecciones de julio el partido de gobierno no sólo buscará fortalecer su posición legislativa, sino jugar sus cartas para 2012” sustentando tal consideración en que se trata de un hecho aislado y considerando que es un hecho público y notorio que los candidatos a dicha demarcación territorial han contado con el acceso a los medios de comunicación, en el sentido de que éstos han referido a las diversas actividades que han venido realizando a lo largo de sus campañas y máxime si se toma en cuenta que la jornada comicial se celebrará hasta el próximo cinco de julio, al respecto, de las constancias se desprende un estado de cosas distinto, puesto que se encuentra acreditado que los hechos denunciados se difundieron en cadena nacional y en un evento y horario de mayor audiencia, por lo que de modo alguno se trata de un hecho aislado o irrelevante, sino de gran trascendencia en el desarrollo de las campañas electorales, siendo que los demás elementos que la responsable refiere tampoco encuentran sustento alguno, porque el hecho de que se vengán realizando actividades de campaña y de que la elección se vaya a celebrar el 5 de julio en nada respalda el sentido de la resolución en relación con la violación al principio de equidad.

Ahora bien, en el supuesto en el que la responsable señala que no se acredita la existencia de un contrato gratuito u oneroso, en todo caso, nos lleva a suponer una donación en especie de una empresa mercantil prohibida por la ley, en el entendido que el acuerdo de voluntades no implica necesariamente un contrato quirografario, siendo que en todo caso en el caso que nos ocupa existen fuertes indicios no desmentidos de que la entrevista en cuestión fue acordada de manera previa, y en todo caso, lo autoridad responsable omitió realizar las investigaciones necesarias que le llevarán a comprobar la falta de contrato por escrito o verificar los indicios existentes en el sentido de que la entrevista fue previamente convenida, conducta que de igual manera es sancionada por el artículo 41

fracción III, Apartado "A" de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Empero, a pesar del reconocimiento explícito sobre la existencia difusión y realización de propaganda que admite la responsable en los medios televisivos, la motivación para declarar infundada la Resolución es la falta de "elementos" con los que se acredite la contratación del espacio utilizado para la promoción del candidato del Partido Acción Nacional al considerar erróneamente que la contratación es el acto de pagar, pasando por encima del texto de la Ley que establece específicamente en el artículo 350, párrafo 1, inciso b) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, que constituyen infracciones al presente Código de parte de concesionarios, la difusión de propaganda política o electoral, pagada o gratuita, ordenada por personas distintas al Instituto Federal Electoral.

Esto es, en la propia legislación se estableció que no necesariamente debe existir un pago a cambio de la difusión de propaganda política o electoral.

A pesar de las consideraciones expuestas, como ya he manifestado, la resolución se constriñó a destacar la falta de un elemento probatorio de la existencia de un contrato, pasando por inadvertido que los contratos entrañan, por su propia naturaleza un acuerdo de voluntades para crear o transmitir derechos y obligaciones de contenido patrimonial. Esto significa que al contrato le corresponde la función positiva de dar nacimiento o lograr la transferencia de los derechos no patrimoniales, como lo son los políticos, los públicos, subjetivos, los de potestad y los del estado civil, pero el contrato no puede referirse ni a la creación, ni a la transmisión de estos derechos no patrimoniales y que, uno de los elementos esenciales para la existencia del contrato es el consentimiento, que puede ser expreso o tácito.

Es expreso cuando se manifiesta verbalmente por escrito o por signos equívocos. El tácito, resulta de hechos o actos que lo presuponen o que autorizan a presumirlo, tal y como acontece en el acto que dio motivo al presente medio de impugnación.

Es evidente que en un asunto como el que nos ocupa resulta imposible la demostración mediante un documento de la contratación de un acto que a todas luces resulta ilegal.

En mérito de lo expuesto con anterioridad, la RESOLUCIÓN DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL RESPECTO DEL PROCEDIMIENTO ESPECIAL SANCIONADOR INICIADO CON MOTIVO DE LA DENUNCIA PRESENTADA POR EL PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL, EN CONTRA DEL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL, EL C. JOSÉ CÉSAR NAVA VÁZQUEZ, TELEVIMEX, S.A. DE C.V., EDITORIAL TELEVISA S.A. DE C.V. Y PUBLICACIONES ACUARIO, S. DE R.L. DE C.V., POR HECHOS QUE CONSIDERA CONSTITUYEN INFRACCIONES AL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES, IDENTIFICADO CON EL NÚMERO DE EXPEDIENTE SCG/PE/PRI/CG/158/2009, emitida y aprobada en sesión extraordinaria del Consejo General celebrada el 26 de junio de dos mil nueve irroga flagrantemente lo dispuesto en el artículo 45 párrafos 1 y 2 de Reglamento de Quejas y Denuncias del Instituto Federal Electora, precepto legal que ordena al órgano resolutor a valorar todas las pruebas en su conjunto, atendiendo a las reglas de la lógica, la experiencia y la sana crítica, así como a los principios rectores de la función electoral con el objeto de que produzcan convicción sobre los hechos denunciados, dándoles valor probatorio pleno salvo prueba en contrario respecto de su autenticidad o de la veracidad de los hechos a que se refieran, en relación con el 41 fracción 111, Apartado "A" de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos que establece: ***"Los partidos políticos en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión"... "Ninguna otra persona física o moral, sea a título propio o por cuenta de terceros, podrá contratar propaganda en radio y televisión"*** y con 228 párrafo 1 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, numeral que contiene el

mandato legal consistente en que *“La campaña electoral, para los efectos de este Código, es el conjunto de actividades llevadas a cabo por los partidos políticos nacionales, las coaliciones y los **candidatos...**”* cuestión que en el caso que nos ocupa omite por completo la autoridad que se señala como responsable o momento de emitir el acto que se impugna, en virtud de que en la propia resolución que se impugna con claridad se establece:

ESTUDIO DE FONDO

Una vez expuesto lo anterior, lo procedente es entrar al fondo de la cuestión planteada con el objeto de determinar si con fa transmisión de los promocionales en los que se anunciaba ja edición del mes de mayo de la revista “Poder y Negocios” en la que aparecía la imagen del C. César Nava Vázquez, actual candidato al cargo de Diputado Federal por el 15 distrito electoral en el Distrito Federal postulado por el Partido Acción Nacional que fueron difundidos por la concesionaria denominada “Televimex, S.A. de C. V.”, se actualiza alguna infracción a lo dispuesto en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y al código comicial federal y en caso de acreditarse esto, determinar quién o quiénes son los sujetos responsables.

En ese sentido y como se ha evidenciado de la valoración de las pruebas en autos se encuentra acreditado;

- *Que en el periodo comprendido del 21 de mayo al 13 de junio de 2009, se transmitieron por televisión los promocionales de la revista “Poder y Negocios”, en los cuales se anunciaba su edición del mes de mayo.*
- *Que en dicha edición en la portada aparece la imagen del C. César Nava Vázquez, actual candidato al cargo de Diputado Federal por el 15 distrito electoral en el Distrito Federal postulado por el Partido Acción Nacional.*
- *Que dichos promocionales fueron difundidos por la concesionaria denominada “Televimex, S.A. de C.V.”, en los canales 2,4, 5 y 9, con distintivos XEW-TV, XHTV-TV, XHGC-TV y XEQ-TV.*
- *Que en los promocionales de referencia casi al final del anuncio aparecía la portada de la revista, siendo ésta, la siguiente:*

Por otro lado, no debe pasar por en la sesión extraordinaria del Consejo General del Instituto

Federal Electoral, celebrada el 26 de junio de 2009, con **5 voto a favor** de los Consejeros Electorales Maestro Virgilio Andrade Martínez, Doctora María Macarita Elizondo Gasperin, Licenciado Marco Antonio Gómez Alcántar, Maestro Arturo Sánchez Gutiérrez y el Consejero Presidente, Doctor Leonardo Valdés Zurita y **4 en contra** de los Consejeros Electorales Maestro Marco Antonio Baños Martínez, Maestro Alfredo Figueroa Fernández, Doctor Francisco Javier Guerrero Aguirre y Doctor Benito Nacif Hernández, se aprobó la RESOLUCIÓN DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL RESPECTO DEL PROCEDIMIENTO ESPECIAL SANCIONADOR INICIADO CON MOTIVO DE LA DENUNCIA PRESENTADA POR EL PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL, EN CONTRA DEL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL, EL C. JOSÉ CÉSAR NAVA VÁZQUEZ, TELEVIMEX, S.A. DE C.V., EDITORIAL TELEVISA S.A. DE C.V. Y PUBLICACIONES ACUARIO, S. DE R.L. DE C.V, POR HECHOS QUE CONSIDERA CONSTITUYEN INFRACCIONES AL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES, IDENTIFICADO CON EL NÚMERO DE EXPEDIENTE SCG/PE/PRI/CG/158/2009, por lo que ese Órgano Judicial Electoral debe tomar en cuenta el criterio sustentado por casi la mitad de los consejeros en el asunto que nos ocupa, siendo este el siguiente:

VOTO PARTICULAR QUE CON FUNDAMENTO EN EL ARTÍCULO 24, PÁRRAFO 4 DEL REGLAMENTO DE SESIONES DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL, QUE PRESENTAN LOS CONSEJEROS ELECTORALES MARCO ANTONIO BAÑOS MARTÍNEZ, ALFREDO FIGUEROA FERNÁNDEZ, FRANCISCO JAVIER GUERRERO AGUIRRE Y BENITO NACIF HERNÁNDEZ, EN RELACIÓN CON LA RESOLUCIÓN DEL EXPEDIENTE SCG/PE/PRI/CG/158/2009, RESPECTO DEL PROCEDIMIENTO ESPECIAL SANCIONADOR INICIADO CON MOTIVO DE LA DENUNCIA PRESENTADA POR EL PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL, EN CONTRA DEL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL, EL C. JOSÉ CÉSAR NAVA VÁZQUEZ, TELEVIMEX, S.A. DE C.V., EDITORIAL TELEVISA S.A. DE C.V. Y PUBLICACIONES ACUARIO, S. DE R.L. DE C.V., POR HECHOS QUE CONSIDERA CONSTITUYEN

INFRACCIONES AL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES

Con el debido respeto a las razones que motivaron a una mayoría de consejeros electorales a resolver el expediente SCG/PE/PRL/CG/156/2009 como infundado, nos pronunciamos en este voto particular en contra del sentido de la decisión aprobada en el Consejo General.

*El caso que nos ocupa tiene relevancia por sus posibles consecuencias que pudiera tener en el futuro. Por ello consideramos que la decisión se debió tomar no solamente analizando el caso particular, sino pensando en los incentivos que promueve y sus consecuencias en relación con el modelo de acceso de los partidos políticos y candidatos a la radio y la televisión. En nuestra opinión, la resolución ha sentado un antecedente que deja abierta la posibilidad de simulación en la propaganda que promueve la venia de medios impresos a través de la televisión, y por tanto, la posibilidad de infringir lo que el artículo 41 constitucional prohíbe a toda persona física o moral la contratación de **propaganda** en radio y televisión dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular.*

En la resolución, la litis consiste en determinar si con la transmisión de los promocionales en los que se anunciaba la edición del mes de mayo de la revista Poder y Negocios en la que aparecía la imagen del C César Nava Vázquez, candidato a Diputado Federal por el Distrito 15 en el Distrito Federal por el Partido Acción Nacional, difundidos por la concesionaria denominada "Televime", S.A. de C.V.", se actualiza alguna infracción a lo dispuesto por la Constitución Federal y el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales en materia de contratación de propaganda en televisión.

Es importante desde ahora señalar que en el expediente no se acredita ningún elemento de contratación entre el candidato a Diputado Federal y la concesionaria de televisión, ni con el Partido Acción Nacional. Por ello, la argumentación que ofrecemos es sobre la particular contratación demostrada entre la empresa denominada Editorial Televisa, encargada de la difusión de la Revista Poder y Negocios, y la concesionaria Televimex S. A. de C.V. (Televisa).

En el caso, lo relevante a determinar es si en los spots se difunde propaganda que influye en las preferencias electorales. La resolución aprobada por una mayoría de consejeros electorales, concluye que no se trata de propaganda política o electoral, porque se trata de propaganda comercial. Lo anterior se fundamenta en las definiciones de propaganda del artículo 7 del Reglamento de Quejas y Denuncias del Instituto Federal Electoral. La

resolución aprobada argumenta que los promocionales en comento no difunden ideologías, programas o acciones con el fin de adoptar determinadas conductas sobre temas de interés social. Agrega que no se advierte la intención de promocionar la candidatura de César Nava Vázquez, pues el audio en ningún momento lo menciona. Por último, sostiene que en el promocional transmitido sólo se observa la imagen del candidato, sin que se invite a votar por él, de manera implícita o explícita, incluso, se argumenta, que no se indica que dicho ciudadano sea candidato a un cargo de elección popular.

A dichos argumentos, la resolución añade que la publicación es un trabajo periodístico que tiene su protección constitucional en la libertad de expresión y de prensa. Aquí hace referencia a la reforma electoral cuyo objetivo —según señala— era que en la contienda se respetaran los principios rectores de las elecciones, en particular el principio de equidad. Pero que de ninguna manera era finalidad de la reforma restringir el ejercicio de la actividad periodística. Por último, destaca que la transmisión del spot no fue producto de un contrato entre el partido político y la televisora, y que por tanto no se colma la hipótesis normativa consistente en la prohibición de contratar o adquirir espacios de tiempo en radio y/o televisión dirigido a influir en las preferencias electorales. Señala sin embargo, que quien pació la difusión del promocional materia de inconformidad fue Editorial Televisa, S A. de C V, con la finalidad de promocionar la revista. Concluye que no hay violación a disposición constitucional o legal alguna, y que por tanto corresponde declarar infundado el procedimiento, mas aún si se considera que la revista en cuestión es de contenido político, cuya difusión se ha realizado en televisión a través de promocionales de cinco y diez segundos, en los que aparece la portada del medio impreso en cita. De ahí que tampoco se advierta una intención para violar la normatividad electoral.

Los que suscribimos este voto particular discrepamos de esos argumentos y del sentido de la resolución por las razones que exponemos a continuación.

*El promocional transmite la imagen y nombre del C. César Nava Vázquez como elemento central de la portada de la revista Poder y Negocios, y se le identifica con un partido político: PAN. Este anuncio difundido en televisión como resultado de un contrato de divulgación de propaganda de la revista en cuestión, encaja como promoción política **expresa** en la medida en que se presenta la imagen y el nombre de un candidato a diputado federal por el 15 distrito electoral en el Distrito Federal, así como la denominación del partido que lo postula: el PAN (a través del subtítulo de la portada: “La nueva generación del PAN”).*

La difusión de esta revista en televisión en principio no es ilegal, toda vez que podrían publicitar en televisión este número, sin lugar a dudas, si mostraran cualquier otra imagen o expresión del propio contenido de la revista que no fuera susceptible de influir en las preferencias electorales de los ciudadanos.

Tampoco se cuestiona la libertad de prensa y el contenido político o electoral de las revistas, éstas pueden circular sin restricciones bajo su naturaleza impresa. Las revistas pueden realizar

... (sic).

3. Prohibió a los particulares -a toda persona física y moral- contratar tiempos en radio y televisión para difundir propaganda dirigida a influir las preferencias político-electorales de los ciudadanos, o a favor o en contra de algún partido político o candidato.

A. Prohibió la promoción personalizada de servidores públicos en la propaganda gubernamental de todos los poderes y entes públicos, es decir, prohibió la difusión de propaganda que no tuviera un carácter institucional (que estuviera dirigida a influir en las preferencias político-electorales o tuviera fines electorales). Además, limitó la difusión de toda propaganda gubernamental en el tiempo que duren las campañas electorales y hasta el día de la jornada comicial, con excepción de las campañas de información de las autoridades electorales, las de servicios educativos y de salud, o las necesarias para protección Civil en casos de emergencia.

El Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales replicó el diseño constitucional y sus motivaciones.

La regulación constitucional y legal es clara en relación con sus fines. Sin embargo, en lo que atañe a la definición de propaganda política, ciertamente la norma es abierta y enunciativa.

Por ello, en este caso es pertinente abundar en la voluntad del legislador y de la autoridad administrativa respecto de cuando estamos ante propaganda dirigida a influir las preferencias electorales de los ciudadanos, a favor o en contra de algún partido político o de candidatos a cargos de elección popular. Así, se precisa una lectura sistemática del orden jurídico electoral.

En principio es procedente asumir que la propaganda que puede afectar en las preferencias electorales es-aunque no exclusivamente-aquella de contenido electoral, la cual se define en el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, en su artículo 228 párrafo 3, de la manera siguiente, "se entiende por propaganda

electoral el conjunto de escritos, publicaciones, **imágenes**, grabaciones, proyecciones y **expresiones que durante la campaña electoral producen y difunden los partidos políticos, los candidatos registrados y sus simpatizantes, con el propósito de presentar ante la ciudadanía las candidaturas registradas**, y se complementa de acuerdo a lo previsto en el artículo 228 párrafo 4, con que “deberá propiciar la exposición, desarrollo y discusión ante el electorado de los programas y acciones fijados por los partidos políticos en sus documentos básicos y, particularmente, en la plataforma electoral que para la elección en cuestión hubieren registrado.”

Así, la propaganda emitida por actores diferentes a candidatos o partidos, es equivalente a la electoral cuando en ella se transmite imágenes o expresiones en general que durante la campaña electoral “presente candidaturas registradas” o exponga, desarrolle o discuta la plataforma electoral, los programas o acciones de los partidos políticos. Si estos elementos expresos se contienen en un tipo de publicidad, objetivamente se le puede considerar como propaganda electoral.

Para mayor abundamiento, el Reglamento de Quejas y Denuncias establece en su artículo 7 párrafo 1, inciso b), fracción VII que **la propaganda electoral es;**

a) La que **contenga cualquier otro mensaje similar destinado a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos**, a favor o en contra de aspirantes, precandidatos, candidatos o partidos políticos.

Por su parte, el Reglamento para la Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos Nacionales establece en su artículo 21, párrafo 6, un catálogo amplio de lo que se considerará propaganda electoral para efectos de los Informes de Campañas de los candidatos y partidos políticos.¹ En lo que nos concierne, establece que **se considerará propaganda dirigida a la obtención del voto la que presente algunas de las siguientes características:**

b) La aparición de la **imagen** de alguno de los **candidatos** del partido, o la utilización de su voz o de su **nombre, apellidos**, apelativo o sobrenombre, sea verbalmente o por escrito;

g) **Cualquier referencia verbal o escrita, o producida a través de imágenes o sonidos, a cualquier partido**

¹ Dado que los partidos políticos tienen como prerrogativa el acceso a **radio y televisión**, este artículo incluye la propaganda difundida en el **resto de los medios** (impresos, Internet, cine y espectaculares), ya que son los únicos medios por los cuales los partidos tienen que **pagar**. A su vez este artículo es la reglamentación del 229.2 del Cofipe se refiere a los topes en los gastos.

distinto, o a **cualquier** candidato postulado por un partido distinto.

También, el Reglamento del IFE en materia de Propaganda Institucional y Político Electoral de Servidores Públicos, mismo que tiene por objeto regular la propaganda institucional y político-electoral de los **servidores públicos**, en su artículo 2, establece que se considerará **propaganda político-electoral contraria a la ley**.

a) **El nombre, la fotografía, la silueta, la imagen, la voz de un servidor público** o la alusión en la propaganda de símbolos, lemas o frases que en forma sistemática y repetitiva conduzcan a relacionarlo directamente con la misma.

Lo anterior, acorde con lo dispuesto en el artículo 134 constitucional, asume que la propaganda gubernamental constituye promoción personalizada cuando incluye nombres, imágenes o símbolos del servidor público, entre otras cosas. Lo relevante para el caso que nos ocupa es la lógica de que con la expresión escrita de nombres o con imágenes se puede personalizar y por tanto promocionar a una persona en una propaganda que tiene otro objeto -institucional o comercial-.

En conclusión, de una lectura sistemática del orden jurídico electoral, se advierte que ha sido voluntad del legislador y de la autoridad administrativa calificar como propaganda que posiciona ante el electorado a una persona pública aquella en la que se aparezca su nombre, su imagen y su identidad partidista, tratándose de un candidato a cargo de elección popular.

En la especie, en una aplicación sistemática y funcional del Código de la materia, se concluye que la conducta que se reprocha debe sancionarse en virtud de que de las constancias que obran en autos, se advierte que en los promocionales de Poder y Negocios:

1. Aparece la **imagen, nombre y apellido** de José César Nava Vázquez, Candidato a Diputado Federal del PAN por el 15 Distrito Electoral en el Distrito Federal.
2. Se incluye una referencia escrita al PAN en el Título "La nueva generación del PAN".
3. Se incluye una expresión que alude al proceso electoral, al incluir el subtítulo "En las elecciones de julio el partido de gobierno no solo buscará fortalecer su posición legislativa, sino jugar sus cartas para el 2012" (parte también de la portada).

Si se atiende a los elementos de la portada publicitada en televisión, se observa que contrario a lo afirmado en la resolución, en el sentido de que **"en ella únicamente se advierte la imagen del referido candidato, sin que**

exista algún elemento que implícita o explícitamente solicite el voto o haga alusión a la jornada electoral comicial del próximo 5 de julio, incluso tampoco aparece que dicho ciudadano sea candidato a un cargo de elección popular” además de la imagen correspondiente a José César Nava Vázquez (actual candidato con registro a Diputado Federal por el distrito electoral 15 en el DF), se consignan las expresiones:

- a) **PAN**
- b) **César Nava**
- c) *En las elecciones de julio el partido de gobierno no solo buscará fortalecer su posición legislativa....*

Las expresiones referidas, colman perfectamente lo previsto en el artículo 7 párrafo 1, inciso b) fracción VII del Reglamento de Quejas y Denuncias del Instituto Federal Electoral. Robustece lo expresado, el criterio jurisdiccional sustentado por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en la Tesis Relevante XXX/2008, que se transcribe para mayor precisión:

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 ANTE LA CIUDADANÍA.- En términos del artículo 182, 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 presentar una candidatura ante la ciudadanía, por incluir signos, emblemas y expresiones que identifican a un candidato con un determinado partido político o coalición aun cuando tales elementos se introduzcan en el mensaje de manera marginal o circunstancial, puesto que, lo trascendente, que con ello se promueve una candidatura.**

Recurso de apelación. SUP-RAP-115/2007—Actor: Partido de la Revolución Democrática.—Autoridad

responsable: Consejo General del Instituto Federal Electoral.—12 de marzo de 2008.— Unanimidad de seis votos—Ponente Constancio Carrasco Daza—Secretarios. Fidel Quiñones Rodríguez y Daniel Juan García Hernández.

La Sala Superior en sesión pública celebrada el treinta y uno de julio de dos mil ocho, aprobó por unanimidad de votos la tesis que antecede.

-Énfasis añadido-

*Conforme a los razonamientos expuestos, es posible afirmar que la difusión de la imagen correspondiente a la portada de la revista en cita, genera en consecuencia, el posicionamiento del candidato **José César Nava Vázquez**, entre quienes constituyen los destinatarios de dicha propaganda, afectando la equidad de la campaña, principalmente en el Distrito 15° federal, en el Distrito Federal. Al respecto, es oportuno reproducir los argumentos expresados por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en la sentencia recaída respecto a los recursos de apelación identificados con los números de expedientes **SUP-RAP-110/2009** y **SUP-RAP-131/2009** acumulado, que establecen;*

Adicionalmente, resulta reprobable la utilización de la televisión local para difundir la imagen de la infractora por vía de spots y cintillos cuyo contenido vinculaba su imagen con la referencia a valores familiares.

Tal conducta evidencia que Freyda Marybel Villegas Canché estaba promoviendo tanto su imagen, como su discurso, frente a la ciudadanía en su conjunto ante la inminencia de su candidatura a diputada por el tercer distrito electoral federal de Quintana Roo.

Sin embargo lo anterior es especialmente grave ya que entre otros, el medio elegido por Freyda Marybel Villegas Canché para difundir su imagen y discurso fue la televisión abierta, medio masivo de comunicación, la doctrina se refiere también a esta situación, por ejemplo, en la obra “Homo Videns. La sociedad teledirigida”, editorial Taurus. 1998, página 66, al analizar la definición sobre democracia, según la cual, ésta es un gobierno de opinión, Giovanni Sartori dice que: “... esta definición se adapta perfectamente a la aparición de la video-política. Actualmente, el pueblo soberano opina sobre todo en función de cómo la televisión le induce a opinar. Y en el hecho de conducir la opinión, el poder de la imagen se coloca en el centro de todos los procesos de la política contemporánea.- Para empezar, la televisión condiciona fuertemente el proceso electoral, ... bien en tu modo de plantear la batalla electoral, o en la forma de ayudar a vencer al vencedor.”

Así Freyda Marytel Villegas Canché, “al difundir su imagen y discurso por vía de la televisión, sin estar en las condiciones y supuestos que marca la ley, trastocó con las condiciones elementales de la contienda en tanto que el ciudadano está mas en contacto con el discurso e imagen de quien ha apareado más en el medio de comunicación indicado y, en mayor o menor medida, se le hace perder el contacto con los candidatos que, respetuosos de la reglas establecidas, aparecen menos en el propio medio de comunicación.”

De lo anterior, es posible afirmar que con la difusión de la imagen del candidato, su nombre y la denominación del partido político que a la fecha lo postula, a través de publicidad contratada para su transmisión en televisión abierta se trastocan las condiciones elementales de equidad en la contienda, toda vez que como lo refirió el Órgano Jurisdiccional en cita, “...el ciudadano está más en contacto con el discurso e imagen de quien ha aparecido mas en el medio de comunicación indicado y, en mayor o menor medida, se le hace perder et contacto con los candidatos que, respetuosos de la reglas establecidas, aparecen menos en el propio medio de comunicación”.

No debe soslayarse que la difusión de los promocionales en comento, a pesar de brevedad, se realizó dentro de un periodo de campaña.

En tal virtud, la difusión de la publicidad en comento, evidencia una vulneración del imperativo previsto en los artículos 41 párrafo segundo, Base III. Apartado A, tercer párrafo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 49 párrafo 4 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, que expresamente disponen;

“Ninguna otra persona física o moral, sea a título propio o por cuenta da terceros, podrá contratar propaganda en radio y televisión dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos 3 cargos de elección popular.”

No puede perderse de vista que a pesar de la evidencia, la resolución del Consejo General insiste en que no se trata de propaganda electoral porque en la transmisión televisiva sólo se observan imágenes, pero el audio transmito no invita a volar por el aludido Candidato. Es importante analizar cuál es el significado de la imagen en el contexto electoral en el que nos encontramos, y recordar que es de conocimiento público quién es César Nava, y su identificación evidente con el Partido Acción Nacional. Primeramente por haber ocupado cargos

públicos relevantes en la actual administración pública federal, como Secretario Particular del Presidente de la República, y segundo porque es uno de los candidatos prominentes de ese partido, al haber sido mencionado incluso como posible líder del grupo parlamentario del PAN en la próxima legislatura. Esto significa que no es necesario que el audio del spot transmita el nombre del candidato e invite a votar por él, para saber que se traía de un candidato del PAN, que precisamente por ello, en este momento todas sus apariciones públicas tienen el efecto de promocionar su imagen en un tiempo de campañas electorales.

La argumentación de la resolución que restringe el concepto de propaganda electoral a la invitación expresa al voto, desestima que en la retórica política las imágenes se utilizan como medios de persuasión independiente a las palabras, sobre todo en una época en que la imagen de los personajes públicos está expuesta al alcance de la mayoría de los ciudadanos por los mas diversos medios, en particular por la radio y la televisión.

El criterio que sostenemos crea un estándar de conducta previsible, da certeza sobre lo que se puede hacer y lo que no se puede hacer. No se puede contralar propaganda que transmita en televisión, aunque sea por unos cuantos segundos, la imagen de un candidato, su nombre y su afiliación partidista. Se trata de un criterio objetivo, que no está sujeto a interpretación por parte de la autoridad, ni a la subjetividad de quien contrató la publicidad; si se incluye el nombre, el logotipo, la imagen, o el tema de algún partido político o candidato, por ejemplificar con algunos supuestos, es propaganda dirigida a influir en las preferencias electorales. Este criterio no se extiende de ninguna manera a la tarea informativa ni al ejercicio periodístico que se realice en medios de comunicación impresa, o en la Televisión o radio. La prohibición, claramente, versa sobre la contratación de propaganda en radio y televisión que incida en la competencia electoral de partidos políticos y sus candidatos. No respecto de las ideas u opiniones que se difundan con motivo del libre ejercicio de libre expresión e información.

En este sentido, no se está sancionando la difusión de la revista: ésta goza de su libertad de imprenta con los únicos límites que la Constitución señala. Y uno de esos límites es de corte electoral. Las revistas son libres de incluir en sus portadas al partido político o candidato que quieran, pueden entrevistar a los candidatos que deseen; pueden publicitar las propuestas de los partidos que su criterio editorial determine. Pero no pueden contratar en televisión ni radio propaganda con contenido electoral que influye en las preferencias de los ciudadanos. Ciertamente se inhibe en un grado menor la libre expresión, ponderando la garantía de equidad en la

contienda al poner por encima la norma constitucional y legal que restringe la contratación de ese tipo de propaganda por personas morales y físicas. El efecto es evitar que se cometa un fraude al derecho recientemente legislado en la Constitución y en el Código Electoral Federal, que prohíbe la intervención directa, o por mandato de los partidos, de actores ajenos a la contienda electoral a través de propaganda en radio y televisión.

El criterio que proponemos para este caso y semejantes en el futuro es general, objetivo, previsible y busca efectos acordes con la finalidad del legislador: desincentivar la contratación por otros medios (revistas, libros, u otros productos), de propaganda en radio o televisión que incida en la arena electoral.

Por las razones dadas, nuestra convicción se sustentó en declarar fundada la resolución.

Por último, y por así convenir a los intereses del partido que represento, desde este momento se ofrecen las siguientes:

PRUEBAS.

1.- LA DOCUMENTAL PÚBLICA.- Consistente en la RESOLUCIÓN DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL RESPECTO DEL PROCEDIMIENTO ESPECIAL SANCIONADOR INICIADO CON MOTIVO DE LA DENUNCIA PRESENTADA POR EL PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL, EN CONTRA DEL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL, EL C. JOSÉ CÉSAR NAVA VÁZQUEZ, TELEVIMEX, S.A. DE C.V., EDITORIAL TELEVISA S.A. DE C.V. Y PUBLICACIONES ACUARIO, S. DE R.L. DE C.V., POR HECHOS QUE CONSIDERA CONSTITUYEN INFRACCIONES AL CÓDIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES, IDENTIFICADO CON EL NÚMERO DE EXPEDIENTE SCG/PE/PRI/CG/158/2009.

4.- INSTRUMENTAL DE ACTUACIONES.- Consistente en las constancias que obran en el expediente que se forme con motivo del presente recurso.

5.- PRESUNCIONAL, EN SU DOBLE ASPECTO LEGAL Y HUMANA.- Consistente en todo lo que

esta autoridad pueda deducir de los hechos comprobados.

Los anteriores medios de prueba se relacionan con todos y cada uno de los hechos y agravios, contenidos en el presente medio de impugnación.

Por lo anteriormente expuesto y fundado a los integrantes de esta Sala Superior, atentamente solicito:

PRIMERO.- Tener por presentado en tiempo y forma el presente medio de impugnación y por reconocida la personalidad de quien suscribe.

SEGUNDO.- En su oportunidad y previos los trámites de ley, dictar resolución declarando fundado el presente medio de impugnación, revocando el acuerdo del Consejo General que se impugna, disponiendo la reposición del procedimiento para que se emita resolución de fondo.

SEXTO.- Los motivos de inconformidad planteados por el partido político apelante, serán analizados en conjunto, dada la íntima vinculación entre éstos, proceder que no causa afectación jurídica al impugnante, entre tanto serán estudiados en su integridad.

La consideración anterior encuentra apoyo en la jurisprudencia S3ELJ04/2000, publicada en la página 23 del Volumen de Jurisprudencia y Tesis Relevantes 1997-2005, Compilación Oficial del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, de rubro “**AGRAVIOS, SU EXAMEN EN CONJUNTO O SEPARADO, NO CAUSA LESIÓN**”.

Sobre el tema en cuestión, el apelante aduce que la autoridad responsable al resolver pasó por alto el contenido de la denuncia, en especial, lo relativo a hechos cometidos de manera encubierta por los indiciados, los que actuaron en contravención a las normas constitucionales y legales que prohíben contratar propaganda político-electoral para difundirla en televisión y si bien en apariencia no encuadran directamente en los supuestos normativos, su ejecución generó afectación al bien jurídico tutelado relativo, debido a un “fraude a la ley”.

En ese orden, considera que sin motivación ni fundamentación, declaró infundado el procedimiento especial sancionador instaurado en contra del Partido Acción Nacional, César Nava Vázquez, Televimex, S.A. de C.V., Editorial Televisa, S.A. de C.V. y Publicaciones Acuario, S. de R. L. de C.V., con el argumento de que la transmisión de los promocionales de la Revista “**PODER Y NEGOCIOS**”, por los canales de televisión abierta 2, 4, 5 y 9, en el periodo del veintiuno de mayo al trece de junio de dos mil nueve, no fueron contratados, sino que su difusión obedeció al ejercicio de la libertad de expresión, trabajo y contratación, al no contener ideologías, programas o acciones, con el fin de influir en los ciudadanos, ni revelaron la intención de promocionar la candidatura del aspirante en cuestión.

Tales manifestaciones, afirma la parte actora, carecen de sustento legal dado que en autos se demostró que en la portada de la revista cuestionada, correspondiente al mes de mayo de dos mil nueve, se insertó el texto **“CÉSAR NAVA, LA NUEVA GENERACIÓN DEL PAN. En las elecciones de julio el partido de gobierno no sólo buscará fortalecer su posición legislativa, sino jugar sus cartas para 2012”**, así como la fotografía de dicho candidato, proceder que contravino los artículos 41 apartado A, párrafos 3 y 4, constitucional y 228, párrafo 1, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, conforme a una correcta interpretación de los diversos numerales 49, 342, 344, 345 y 350 del propio código electoral federal, al promover la imagen de un candidato, así como las aspiraciones y tácticas políticas del Partido Acción Nacional para enfrentar un proceso electoral.

Por tanto, a su parecer, sin fundamento legal ni razonamiento lógico jurídico se sustentó la resolución impugnada, ya que la denuncia se dirigió a evidenciar la ilegalidad de la difusión de propaganda en una portada de revista, porque el verdadero propósito de ello fue difundir la imagen de un candidato a diputado federal en pleno proceso electoral, mediante la transmisión en medios televisivos de propaganda a su favor y del Partido Acción Nacional en el que milita, para lo que de manera tendenciosa se llevaron a cabo “maquinaciones” a fin de conseguir tal publicidad a sabiendas, según el partido apelante, que dicho medio impreso ocuparía

espacios en televisión, actuar mediante el que se promovieron por conducto de terceros actos de campaña contratados, adquiridos o negociados.

Aunado a ello, refiere que la responsable demeritó los hechos comprobados con elementos y circunstancias ajenas a los mismos, pretendiendo subordinarlos a un convenio, contrato o pacto, entre el candidato o el partido político, la empresa televisora y la editorial, pero en modo alguno la falta de dicho acuerdo debió llevarla a concluir que la conducta denunciada no se comprobó, por el cúmulo de indicios existentes respecto de la comisión de la falta relativa.

Por lo anterior, a su parecer, la resolución impugnada contravino los principios de certeza y objetividad rectores de la materia electoral, porque solamente se especuló sobre la posibilidad de un arreglo previo entre los implicados y necesario para acreditar la falta investigada, pasándose por alto que los hechos denunciados se ubicaron como “propaganda electoral”, al haberse dirigido a la obtención del voto por la promoción de una candidatura, a pesar de estar prohibido a los partidos políticos contratar por sí o por terceras personas, tiempo en radio y televisión en cualquier modalidad, que en el caso difundió y promocionó la imagen del candidato del Partido Acción Nacional, en medios televisivos, en contravención a la normatividad aplicable.

Esto, porque los hechos denunciados no constituyeron simple publicación comercial de un promocional, sino que se llevaron a cabo para disfrazar la cobertura de una campaña, por la transmisión televisiva en la modalidad de contratación y adquisición de tiempo aire denominada “integración de producto”, de ahí que la conclusión respecto de que ello no tiene prohibición o limitación legal carece de sustento, porque como se demostró, no solamente constituyó difusión comercial en televisión de una revista, dado el proceso electoral federal en el que contendía el candidato cuya imagen apareció en la portada relativa.

De ahí, que considere que los promocionales cuestionados sí implicaron actos proselitistas del candidato José César Nava Vázquez, mediante el empleo de las frases proyectadas en cadena nacional y en horario de mayor audiencia, pasándose por alto que constituye infracción al Código Electoral, por parte de concesionarios, la difusión de propaganda política o electoral, “pagada o gratuita”, ordenada por personas distintas al Instituto Federal Electoral.

La síntesis que antecede, permite colegir que la pretensión del partido apelante se hace consistir en que se revoque la resolución impugnada y, en consecuencia, se tenga por acreditado que en los promocionales de televisión

relacionados con la revista “**PODER Y NEGOCIOS**”, en cuya portada aparece la imagen del otrora candidato a diputado federal José César Nava Vázquez, postulado por el Partido Acción Nacional, se tratan de propaganda de naturaleza electoral, para de este modo, se sancione a los sujetos denunciados.

Los disensos en cuestión, resultan sustancialmente **fundados** y suficientes para **revocar** la resolución impugnada.

En el fallo cuestionado, la autoridad electoral responsable para llegar a la conclusión de que los promocionales controvertidos no constituyeron propaganda electoral, se apoyó medularmente en lo siguiente:

a) En los meses de mayo y junio de dos mil nueve, se difundió de manera ilícita campaña publicitaria en canales de televisión abierta, estaciones radiofónicas y parabuses, la imagen de César Nava Vázquez, candidato a diputado federal por el Partido Acción Nacional, mediante un promocional comercial de la revista “**PODER Y NEGOCIOS**”, correspondiente al Año 5, Edición No. 11, mayo de 2009, concretamente el siguiente:



b) En el período señalado, se llevaba a cabo el proceso electoral en la fase de campaña electoral, en la que los candidatos registrados y los partidos postulados podían dirigirse al electorado con la finalidad de obtener el voto para la jornada del cinco de julio.

c) La difusión de los mensajes referidos en diversos medios como la televisión, violentó las normas constitucionales y legales aplicables al hacer publicidad de un candidato en medios electrónicos, no obstante existir prohibición expresa para contratar publicidad en apoyo de aspirantes, a título propio o por cuenta de terceros.

d) Los mensajes en los que se promocionó la revista "PODER Y NEGOCIOS", promovían la imagen del candidato a diputado federal del Partido Acción Nacional, César Nava

Vázquez, con la pretensión de influir en las preferencias electorales, con lo que se contravinieron disposiciones legales y constitucionales rectoras del acceso de los partidos políticos y sus candidatos a los medios electrónicos.

e) Tales hechos se comprobaron con las pruebas aportadas, consistentes en disco compacto en el que se contiene el mensaje publicitario cuestionado, difundido en televisión abierta, así como un ejemplar de la revista señalada.

f) Como puede observarse, la materia de la queja se relacionó con la presunta difusión de propaganda política o electoral, debido a los elementos que la configuran y se aduce violatoria de la normatividad electoral, por estar prohibida su contratación por partidos políticos, candidatos o terceros.

g) En la resolución cuestionada, para hacer el análisis respectivo a si la difusión de los promocionales denunciados contravino las disposiciones legales atinentes, tomó en cuenta las pruebas del expediente, básicamente las siguientes:

1. Oficio número DEPPP/3719/2009, del Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos del Instituto Federal Electoral, en el que hizo constar que dicha instancia detectó la transmisión del anuncio publicitario denunciado, en el periodo del veinticinco de mayo al cuatro de junio de dos mil nueve.

2. Monitoreo llevado a cabo por la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, que detectó la transmisión en televisión del promocional denunciado.

3. Disco compacto con el promocional en televisión abierta de la Revista **“PODER Y NEGOCIOS”**, correspondiente al año 5, edición No. 11, mayo 2009, cuyo análisis llevó a cabo la responsable teniendo la peculiaridad que como audio sólo contiene un fondo musical.

4. Ejemplar de la revista **“PODER Y NEGOCIOS”**, correspondiente al Año 5, Edición número 11, mayo 2009, en cuya portada apareció el candidato César Nava Vázquez y el siguiente texto: **“La nueva Generación del PAN. En las elecciones de julio el partido de gobierno no sólo buscará fortalecer su posición legislativa, sino jugar sus cartas para 2012”**.

5. Información del Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos, sobre el resultado de los monitoreos llevados a cabo en mayo y junio de dos mil nueve, en los que se detectó la transmisión de spots en radio y televisión promocionando la edición del mes de mayo de la revista **“PODER Y NEGOCIOS”**, en el periodo del veintiuno al treinta y uno de mayo, a través de los canales 2, 4, 5 y 9, con duración de cinco y diez segundos.

6. Informe de las Empresas Televimex, Editorial Televisa S.A. de C.V. y Publicaciones Acuario S. de R.L. de C.V., en el sentido de que:

- Televimex, S.A. de C.V., provee de espacios de tiempo en televisión abierta a diversas empresas mediante acuerdos de intercambio consensuales establecidos de forma directa o indirecta y que por ello concede, en el caso concreto a Editorial Televisa, S.A. de C.V., la posibilidad de transmitir determinados contenidos publicitarios a título de permuta o intercambio de servicios, a lo que recae obligación a la empresa de publicar en sus revistas otros productos, no existiendo contratos formales, ni facturaciones.

- Editorial Televisa, S.A. de C.V. no representa ninguna revista y la promoción de la revista “**PODER Y NEGOCIOS**” se realiza a través de los espacios de televisión abierta y lo que se publicita es el producto elaborado de contenido económico y político, mediante el acceso a espacios de tiempo aire en televisión abierta por acuerdos de intercambio consensuales establecidos de forma directa o indirecta con la concesionaria y hace uso de un derecho para publicar sus productos en televisión con la correspondiente obligación de incluir en las revistas que edita, otros productos de empresas con las que tuvo los acuerdos respectivos, permutas de las que no obtiene contraprestación económica fija o determinada, pero el uso de tales espacios es únicamente respecto de los tiempos vacantes o disponibles, actividad que no es nueva, toda vez que los

promocionales de la revista “**PODER Y NEGOCIOS**” se han publicitado en diversos periodos que comprenden de febrero a junio de dos mil nueve; que algunas de las versiones que se ha promocionado en televisión son: “New York Time, Poder Obama Abril 09, Poder Influenza 09, Poder Nueva Generación y Caballeros”; que la editorial no vendió la nota, ni la entrevista publicada en la revista, sino que la misma se realizó en ejercicio de la labor periodística.

- Televimex, S.A. de C.V. es la empresa encargada de realizar el pautado respectivo atendiendo al espacio disponible.

- Publicaciones Acuario, S. de R.L. de C.V., es titular de la marca “**PODER Y NEGOCIOS**”, pero es ajena a la realización de promocionales y contratación de publicidad de la misma.

h) Por otro lado, para hacer el análisis relativo a si los promocionales cuestionados reunían la calidad de propaganda política o electoral, a efecto de satisfacer debidamente la garantía de legalidad que el apelante considera contravenida con el pronunciamiento del acto impugnado, la responsable partió en su estudio de la transcripción de los artículos 41 constitucional; 49, 342, 344, 345, y 350 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, para luego de hacer una interpretación sistemática y funcional de dichas disposiciones normativas, respecto del tema de la contratación de propaganda política, llegar a las siguientes conclusiones:

- Los partidos políticos tienen derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación; sus precandidatos y candidatos a cargos de elección popular accederán a ellos, a través del tiempo que la Constitución otorga como prerrogativas a los primeros.

- Existe prohibición de que en ningún momento dichos sujetos puedan contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión.

- Ninguna persona puede contratar espacios en radio y/o televisión para promocionarse con fines electorales.

- Las personas físicas o morales, a título propio o por cuenta de terceros, tampoco pueden contratar espacios o propaganda en radio y televisión dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos o de algún candidato.

- Los concesionarios o permisionarios de radio y televisión no pueden vender tiempos en radio y/o televisión en cualquier modalidad de programación, a partidos políticos, aspirantes, precandidatos o candidatos de elección popular.

- Los concesionarios o permisionarios tampoco pueden difundir propaganda político o electoral, pagada o gratuita, ordenada por personas distintas al Instituto Federal Electoral.

Tales conclusiones sirvieron de apoyo a la autoridad responsable, para abordar el estudio de fondo en el asunto y determinar que la trasmisión de los promocionales de la edición del mes de mayo de la revista “**PODER Y NEGOCIOS**”, en cuya portada apareció la imagen de José César Nava Vázquez, entonces candidato a diputado federal por el XV Distrito Electoral en el Distrito Federal, postulado por el Partido Acción Nacional, difundidos por Televimex S.A. de C.V., no contravinieron la normatividad electoral aplicable.

Para concluir en este sentido, la responsable hizo el análisis de los promocionales cuestionados, cuyo contenido es el siguiente:

Primer promocional:

*Fondo Musical, y aparece la pantalla en un fondo blanco la secuencia de cinco manos de color rojo, seguido del texto “**LA INFORMACIÓN ES PODER**” en color negro cambia la imagen y la toma se divide en dos, apreciándose de lado derecho las letras “Revista poder y negocios. Intelligence for the business elite” y del lado izquierdo aparece la portada de la revista en donde se observa la imagen del ciudadano César Nava.*

Segundo promocional:

*Fondo musical, fondo blanco en donde aparecen las palabras en color negro “**EL PODER ESTÁ EN LA MENTE DE MUCHOS**” luego dibujos de personas en el mismo color e inmediatamente después aparece “**PERO EN MANOS DE POCOS**”, posteriormente la secuencia de cinco manos de color rojo, seguido del*

texto “LA INFORMACIÓN ES PODER” cambia la imagen y la toma se divide en dos, apreciándose de lado derecho las letras “Revista poder y negocios. Intelligence for the business elite” y del lado izquierdo aparece la portada de la revista en donde se observa la imagen del ciudadano César Nava.

Sentado todo lo anterior, esta Sala Superior considera que a efecto de demostrar lo incorrecto de la determinación de la autoridad responsable, en el sentido de que el contenido de los promocionales denunciados no constituyen propaganda política o electoral, es necesario tener presente el marco normativo atinente.

Primeramente, la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en su artículo 41, base III, apartado A, párrafos segundo y tercero, dispone a la letra:

g) Con independencia de lo dispuesto en los apartados A y B de esta base y fuera de los periodos de precampañas y campañas electorales federales, al Instituto Federal Electoral le será asignado hasta el doce por ciento del tiempo total de que el Estado disponga en radio y televisión, conforme a las leyes y bajo cualquier modalidad; del total asignado, el Instituto distribuirá entre los partidos políticos nacionales en forma igualitaria un cincuenta por ciento; el tiempo restante lo utilizará para fines propios o de otras autoridades electorales, tanto federales como de las entidades federativas. Cada partido político nacional utilizará el tiempo que por este concepto le corresponda en un programa mensual de cinco minutos y el restante en mensajes con duración de veinte segundos cada uno. En todo caso, las transmisiones a que se refiere este inciso se harán en el horario que determine el Instituto

conforme a lo señalado en el inciso d) del presente Apartado. En situaciones especiales el Instituto podrá disponer de los tiempos correspondientes a mensajes partidistas a favor de un partido político, cuando así se justifique.

Los partidos políticos en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión.

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 ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular. Queda prohibida la transmisión en territorio nacional de este tipo de mensajes contratados en el extranjero.

Las disposiciones contenidas en los dos párrafos anteriores deberán ser cumplidas en el ámbito de los estados y el Distrito Federal conforme a la legislación aplicable.

Por su parte, el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales establece:

Artículo 49

1. Los partidos políticos tienen derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación social.
2. Los partidos políticos, precandidatos y candidatos a cargos de elección popular, accederán a la radio y la televisión a través del tiempo que la Constitución otorga como prerrogativa a los primeros, en la forma y términos establecidos por el presente capítulo.

3. Los partidos políticos, precandidatos y candidatos a cargos de elección popular, en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión. Tampoco podrán contratar los dirigentes y afiliados a un partido político, o cualquier ciudadano, para su promoción personal con fines electorales. La violación a esta norma será sancionada en los términos dispuestos en el Libro Séptimo de este Código.

4. Ninguna 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 ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular. Queda prohibida la transmisión en territorio nacional de este tipo de propaganda contratada en el extranjero. Las infracciones a lo establecido en este párrafo serán sancionadas en los términos dispuestos en el Libro Séptimo de este Código.

5. El Instituto Federal Electoral es la autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a los fines propios del Instituto y a los de otras autoridades electorales, así como al ejercicio de las prerrogativas que la Constitución y este Código otorgan a los partidos políticos en esta materia.

6. El Instituto garantizará a los partidos políticos el uso de sus prerrogativas constitucionales en radio y televisión; establecerá las pautas para la asignación de los mensajes y programas que tengan derecho a difundir, tanto durante los periodos que comprendan los procesos electorales, como fuera de ellos; atenderá las quejas y denuncias por la violación a las normas aplicables y determinará, en su caso, las sanciones.

7. El Consejo General se reunirá a más tardar el 20 de septiembre del año anterior al de la elección con las organizaciones que agrupen a los concesionarios y permisionarios de radio y televisión, para presentar

las sugerencias de lineamientos generales aplicables a los noticieros respecto de la información o difusión de las actividades de precampaña y campaña de los partidos políticos. En su caso, los acuerdos a que se llegue serán formalizados por las partes y se harán del conocimiento público.

Artículo 228

...

3. Se entiende por propaganda electoral el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que durante la campaña electoral producen y difunden los partidos políticos, los candidatos registrados y sus simpatizantes, con el propósito de presentar ante la ciudadanía las candidaturas registradas.

4. Tanto la propaganda electoral como las actividades de campaña a que se refiere el presente artículo, deberán propiciar la exposición, desarrollo y discusión ante el electorado de los programas y acciones fijados por los partidos políticos en sus documentos básicos y, particularmente, en la plataforma electoral que para la elección en cuestión hubieren registrado.

...

Por cuanto hace al Reglamento de Quejas y Denuncias del Instituto Federal Electoral, se prevé:

Artículo 7. [...]

VI. La propaganda política constituye el género de los medios a través de los cuales los partidos, ciudadanos y organizaciones difunden su ideología, programas y acciones con el fin de influir en los ciudadanos para que adopten determinadas conductas sobre temas de interés social, y que no se encuentran necesariamente vinculadas a un proceso electoral federal.

En el mismo sentido y con relación a la propaganda electoral, la Sala Superior ha sustentado la tesis XXX/2008, cuyo rubro y texto son los siguientes:

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 ANTE LA CIUDADANÍA.- En términos del artículo 182, 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 de 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 presentar una candidatura ante la ciudadanía, por incluir signos, emblemas y expresiones que identifican a un candidato con un determinado partido político o coalición, aun cuando tales elementos se introduzcan en el mensaje de manera marginal o circunstancial, puesto que, lo trascendente, es que con ello se promociona una candidatura.

Ahora bien, en el caso particular, este Tribunal Federal estima que la propaganda denunciada, sí encuadra en las hipótesis legales arriba previstas, para ser considerada como aquella que puede influir en las preferencias electorales de la ciudadanía.

En efecto, de conformidad con el artículo 41, base III, apartado A, párrafos segundo, tercero y cuarto, de la Constitución Federal, los partidos políticos en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión, y 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 ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular y queda prohibida la transmisión en territorio nacional de este tipo de mensajes contratados en el extranjero.

Por ende, el referido **párrafo tercero del Apartado A de la base III del artículo 41 constitucional, establece la prohibición de contratar o adquirir tiempos** en cualquier modalidad **de radio o televisión**, cuando esté dirigida **a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos**, o a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular.

De tal suerte, **lo anterior implica que cualquier persona física o moral**, como tal, **puede contratar propaganda en radio y televisión cuando no esté dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos**, o a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de

elección popular, toda vez que la Constitución Federal no lo prohíbe.

Es de señalarse que la actividad de los medios de comunicación masiva (radio, televisión, prensa, *internet*, etcétera) está sujeta a ciertas disposiciones jurídicas, en forma tal que, entre los elementos que condicionan su actividad, figuran las limitaciones establecidas o derivadas por la propia Constitución y desarrolladas en la ley.

No debe perderse de vista lo dispuesto en el párrafo 2, del artículo 49 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, que dispone: *“Los partidos políticos, precandidatos y candidatos a cargos de elección popular, accederán a la radio y la televisión a través del tiempo que la Constitución [Federal] otorga como prerrogativa”* cumpliendo siempre la forma y términos establecidos en el propio código comicial referido.

En el mismo sentido, también debe considerarse que la norma referida establece en sus párrafos 3 y 4 las correlativas prohibiciones a los partidos políticos, precandidatos y candidatos a cargos de elección popular, de contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión; y a toda persona física o moral, sea a título propio o por cuenta de terceros, de contratar propaganda en radio y televisión, dirigida a influir en las preferencias

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

Al respecto, es importante señalar que el *“Dictamen de las Comisiones Unidas de Puntos Constitucionales; de Gobernación; de Radio, Televisión y Cinematografía; y de Estudios Legislativos que contiene Proyecto de Decreto de reformas a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de Reforma Electoral”*, publicado en la *Gaceta del Senado*, número 111, año 2007, Martes 11 de Septiembre, correspondiente al 2º Año de Ejercicio del Primer Periodo Ordinario, en lo que al caso interesa, señala:

*“También se eleva a rango constitucional **la prohibición a terceros de contratar o difundir mensajes en radio y televisión mediante los que se pretenda influir en las preferencias de los electores, o beneficiar o perjudicar a cualquier partido o candidato a cargo de elección popular. Se establece disposición expresa para impedir la difusión, en territorio nacional, de ese tipo de mensajes cuando sean contratados en el extranjero**”.*

De esta forma, se advierte que la reforma constitucional en la materia electoral contenida en el Decreto publicado en el *Diario Oficial de la Federación*, el trece de noviembre de dos mil siete, implementó en el Apartado A de la Base III del artículo 41 del citado ordenamiento constitucional, los lineamientos sobre

el derecho de los partidos políticos de hacer uso de manera permanente de los medios de comunicación social, entre los que destaca, que el Instituto Federal Electoral **será autoridad única para la administración del tiempo** que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines y al ejercicio del derecho de los partidos políticos nacionales, razón por la cual, los partidos políticos en ningún momento podrán contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión; así como 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 ciudadanos, ni **a favor** o en contra de **partidos políticos** o de candidatos a cargos de elección popular.

El propósito de este mandato constitucional, por una parte, asegura a los partidos políticos el acceso a tiempos en radio y televisión, por vía de la administración exclusiva que sobre los mismos realiza el Instituto Federal Electoral; y, por otro lado, proscribire que cualquier persona física o moral contrate **propaganda** en dichos medios de comunicación, dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favorecer o contrariar a partidos políticos o candidatos a cargos de elección popular.

El concepto de propaganda aludido en la norma constitucional debe entenderse en sentido *lato*, porque el texto

normativa no la adjetiva con las locuciones “política”, “electoral”, “comercial” o cualquier otra; es decir, la prohibición alude a la propaganda desde la perspectiva del género, para comprender cualquier especie. Por ende, la noción de *propaganda* que se emplea en el mandato constitucional, guarda relación con la transmisión de cualquier imagen auditiva o visual que, en su caso, favorezca a algún partido político o candidato, pues en sí misma, toda propaganda tiene como acción y efecto el dar a conocer algo, derivado de que la palabra propaganda proviene del latín *propagare*, que significa reproducir, plantar, lo que, en sentido más general quiere decir expandir, diseminar o, como su nombre lo indica, propagar.

La infracción a la norma constitucional por parte de los concesionarios o permisionarios de radio y televisión **se surte, desde el momento en que la propaganda difundida en los medios de comunicación, en su caso, favorezca a un partido político o candidato, sin importar la naturaleza del objeto de promoción** (basta con que se difunda en la televisión propaganda con elementos alusivos a aspectos político-electorales, entre los que se encuentran los emblemas de los partidos políticos, sus denominaciones, imagen de sus candidatos, etc).

Al respecto, cabe señalar que la propaganda política pretende crear, transformar o confirmar opiniones a favor de ideas y creencias, así como estimular determinadas conductas

políticas; en tanto que la propaganda electoral no es otra cosa que publicidad política, que busca colocar en las preferencias electorales a un partido o candidato, un programa o unas ideas.

Es decir, en términos generales, la propaganda política es la que se transmite con el objeto de divulgar contenidos de carácter ideológico, en tanto que la propaganda electoral es la que se encuentra íntimamente ligada a la campaña política de los respectivos partidos y candidatos que compiten en el proceso para aspirar al poder.

Por lo tanto, se considera que la disposición del artículo 228, párrafo 3, del código federal electoral, que define a la propaganda electoral como *“...el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que durante la campaña electoral producen y difunden los partidos políticos, los candidatos registrados y sus simpatizantes, con el propósito de presentar ante la ciudadanía las candidaturas registradas”*, admite una interpretación de mayor amplitud, a fin de comprender cualquier otro supuesto de propaganda que influya en las preferencias electorales de los ciudadanos.

Lo anterior, máxime que una interpretación restrictiva de tal disposición, haría ineficaces las prohibiciones expresamente previstas en el artículo 41, Base III, apartado A, párrafos segundo y tercero, de la Constitución Política de los Estados

Unidos Mexicanos, consistentes en la prohibición de difundir **cualquier tipo de propaganda dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ya sea a favor o en contra de partidos políticos o candidatos.**

Tales consideraciones, fueron sostenidas por esta Sala Superior en la sesión pública celebrada el pasado cinco de agosto de dos mil nueve, al resolver por unanimidad de votos la sentencia dictada en los expedientes SUP-RAP-201/2009, SUP-RAP-212/2009 y SUP-RAP-213/2009, acumulados.

Vinculado a lo anterior, este Tribunal Federal ha considerado, que la publicidad en general contiene mensajes explícitos e implícitos o connotativos, orientados a plantear ideas, conceptos o incluso patrones de conducta al destinatario que se ve envuelto en esa comunicación, además que normalmente van enlazados con imágenes, datos o conceptos con la finalidad de persuadirlo a asumir determinada conducta o actitud.

Así, la publicidad comercial puede entonces inducir a los receptores del mensaje, directrices para actuar o de pensar y de esa forma conducirlos a un fin o resultado concreto, o mantener una imagen o percepción constante de una fuerza política o sus candidatos, máxime si la difusión publicitaria se realiza durante las campañas electorales.

Conforme con lo anterior, para que la propaganda comercial difundida durante las campañas electorales constituya una infracción en la materia debe contener, o se debe desprender de aquélla, elementos previstos en la norma, es decir, aquéllos que tengan por objeto generar una impresión, idea, concepto constante en el receptor, de un partido político, su emblema, o de la imagen de sus candidatos.

Por ende, resulta válido señalar que el constituyente estableció la prohibición de que los partidos políticos y sus candidatos, militantes o simpatizantes, de manera directa o por conducto de terceros, contraten o convengan la difusión de propaganda en radio y/o televisión tendente a promover a un partido político, su emblema, sus candidatos o cualquier elemento asociado a sus principios, propuestas de campaña, plataforma electoral, etc.

Ello, en tanto el legislador desarrolló en la normativa aplicable los mecanismos para que los aludidos institutos políticos y sus candidatos cuenten con el acceso a dichos medios de comunicación, de manera equitativa y permanente, cualquier conducta que se realice al margen de tales directrices, resulta ilegal y, por lo tanto, debe ser sancionada.

Por consiguiente, en el orden jurisdiccional, la definición de la propaganda política o electoral reclama un ejercicio

interpretativo razonable y objetivo, en el cual, el análisis de los mensajes, imágenes o acciones a las que se atribuya un componente de tal naturaleza, no se confronten únicamente con la literalidad de la norma, sino que permitan arribar con certeza a las intenciones o motivaciones de quienes lo realizan, basada en la sana lógica y el justo juicio del raciocinio.

De esa manera, es incuestionable que en la apreciación relativa para determinar si un mensaje es realmente propaganda comercial o de otra naturaleza difundida durante las campañas electorales federales, que puede influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, se pueden interpretar normas jurídicas de diversa índole.

Lo anterior, en tanto que la vulneración a la normatividad electoral puede generarse desde cualquier ámbito de la vida social y puede ser desplegada por agentes diversos, lo cual resulta necesario, para determinar objetivamente qué acciones, objetivamente, están dirigidas a fomentar una intención de voto, y cuáles otras no es posible sostener que tienen reconocida esa intención o efecto.

Ahora bien, en el caso concreto, en los *spots* difundidos en los canales de televisión por la revista “**PODER Y NEGOCIOS**” llevaban, al finalizar, inserta la imagen siguiente:



De la imagen que precede, este órgano jurisdiccional advierte que los *spots* materia de la queja cuya resolución se revisa, en un primer análisis, contiene aspectos que no permiten considerarla como publicidad de carácter neutral y que, por el contrario, conllevan a considerarla como propaganda electoral, que indefectiblemente influye en las preferencias electorales de los ciudadanos, por lo siguiente:

a) En la mayor parte de la portada se aprecia la imagen fotográfica de José César Nava Vázquez;

b) El nombre de César Nava, con letras en color que resaltan sobre el resto del texto; y,

c) La mención del partido político en el texto siguiente:
“LA NUEVA GENERACIÓN DEL **PAN**”

De los elementos visuales antes señalados, se colige que el promocional transmite la imagen y el nombre del ciudadano César Nava, como elemento central de la portada de la revista “**PODER Y NEGOCIOS**”, así como se le vincula con el partido político en el que milita, esto es, el PAN, que son las siglas con las que se identifica el Partido Acción Nacional.

Como se explicó con anterioridad, en los *spots* que se dice por la responsable que sólo contienen propaganda comercial difundida en televisión, aparecen y resultan ser los datos más sobresalientes de esa publicidad, las siglas del Partido Acción Nacional (**PAN**), la **imagen fotográfica** del ciudadano José César Nava Vázquez, así como el **nombre** del citado candidato a diputado federal por el XV distrito electoral en el Distrito Federal, mismo que se transmitió en reiteradas ocasiones durante la campaña electoral correspondiente.

Elementos fundamentales y suficientes que, transmitidos conjuntamente, permiten concluir que configuran propaganda electoral porque pudieron influir en los ciudadanos de todos los lugares del país en donde se transmitió esa programación, pero fundamentalmente del XV distrito electoral en el Distrito Federal, donde el referido candidato a diputado federal que fue postulado por el Partido Acción Nacional, ya que fue

mayormente posicionado con esa publicidad que fue adicional a la de su campaña electoral.

Conclusión, que se puede robustecer aún más, al analizarse junto con los elementos arriba mencionados, los textos que aparecen insertos en la portada de la revista “**PODER Y NEGOCIOS**” cuya difusión televisiva se examina, como se demuestra a continuación.

A. La primera frase que se distingue en la referida portada dice a la letra:

“CESAR NAVA
LA NUEVA
GENERACIÓN
DEL PAN”

A juicio de este órgano jurisdiccional, el texto en comentario tiende a influir en las preferencias del electorado, con base en las consideraciones siguientes:

Temporalidad. De las constancias del expediente, se desprende que los promocionales difundidos en televisión fueron transmitidos, esencialmente, en el periodo del veintiuno al treinta y uno de mayo, del año en curso.

Ese lapso de transmisión ocurrió durante las campañas electorales a diputados federales de la cámara baja del H.

Congreso de la Unión, las cuales iniciaron el domingo tres de mayo de los corrientes, en términos del artículo 237 párrafos 2 y 3 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales y, concluyeron, el primero de julio siguiente, conforme a lo dispuesto en el párrafo 4 del numeral en comento.

Bajo este contexto, la difusión de los citados promocionales con la referida leyenda, fue coincidente con el desarrollo de las campañas electorales de los candidatos a diputados federales y sus partidos políticos que buscaron su posicionamiento frente al electorado.

La coincidencia referida, en concepto de esta Sala Superior, genera a favor de dicho candidato y su partido político, una ventaja indebida en relación con las demás opciones políticas, tomando en cuenta que en el caso particular, a los tiempos asignados por el Instituto Federal Electoral, se sumaron los impactos adicionales que derivaron de la difusión del ejemplar de la revista en cuestión.

Debe tomarse en consideración que la difusión de esos promocionales durante las campañas electorales federales no pueden tener una connotación exclusivamente de tipo comercial. Ello, debido a que el público televidente al estar atento a las campañas electorales de los partidos políticos nacionales y sus candidatos desplegadas en los medios

masivos de comunicación, también fue receptivo de la información que se difundió acerca del candidato César Nava y del Partido Acción Nacional.

Por tanto, resulta incuestionable que el lapso en el que se difundió la información, tuvo un alcance que va más allá al de una simple propaganda comercial, cuyo único propósito, según la conclusión inexacta de la autoridad responsable, giraba en torno a la promoción de la mencionada revista para su adquisición.

Naturaleza del texto. A la luz de las campañas electorales para la renovación de la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión, la frase que se examina adquiere diversas connotaciones.

Por una parte, se desprende la indicación en el sentido de que César Nava, dentro del Partido Acción Nacional, pasa a ocupar una posición relevante dentro de la nueva generación de integrantes de ese instituto político.

Por otra, es posible deducir que dicha frase implica que César Nava, se presenta a la ciudadanía como la imagen de la renovación de las estructuras del Partido Acción Nacional.

Ambos aspectos, se considera que posicionan frente al electorado a, quien en ese momento, era candidato y a su

partido político, pues la intelección de esa frase conlleva que gente nueva accederá al poder legislativo, evitando que las viejas estructuras de ese instituto político se perpetúen en el ejercicio del gobierno.

De igual manera, es posible colegir que César Nava, dentro del Partido Acción Nacional, pertenece a la generación de nuevos políticos.

Ideas, que en el contexto de renovación de la Cámara de Diputados, generan en el electorado una preferencia hacia esa opción política, habida cuenta que en el ánimo del receptor de la frase en análisis, en un primer acercamiento, produce una reacción positiva hacia ese candidato y su partido.

Dicho de otra forma, se trata de una frase diseñada para transmitir un mensaje positivo hacia sus receptores, quienes fundamentalmente, tienen el carácter de potenciales electores.

B. Sentado lo anterior, por lo que atañe al segundo texto que aparece en la portada de la revista cuya difusión en televisión se analiza, aquél es del tenor siguiente:

“En las elecciones de julio
el partido de gobierno no
sólo buscará fortalecer su

posición legislativa, sino
jugar sus cartas para 2012.”

Cabe subrayar, que la lectura del enunciado que antecede, en ambos *spots*, es de menor nitidez en comparación con la frase antes examinada, tanto por el tamaño de la letra, como por su extensión; no obstante tales características, también es inconcuso que su contenido tiende a influir en las preferencias electorales.

En efecto, se considera que al aludir a las expresiones, “elecciones de julio”, “partido de gobierno”, “fortalecer su posición legislativa”, “jugar sus cartas para 2012”, todas ellas en lo individual y asimiladas en forma conjunta, tienen una connotación claramente de carácter político-electoral, porque se hace referencia a la jornada electoral próxima a realizarse; se identifica al partido que actualmente encabeza al poder ejecutivo federal; se revela la estrategia política de ese partido en cuanto a la integración de la cámara baja, todo ello, con miras a fortalecerse para participar en las elecciones federales de dos mil doce.

Cabe aclarar, que aún en el supuesto sin conceder, que se reconociera que este último texto no alcanza a ser perceptible por el público televidente, tal aspecto en modo alguno debilitaría el criterio sustentado por esta Sala Superior, habida cuenta que como ya se precisó con antelación, con la

presencia de los elementos fundamentales de la imagen y el nombre del entonces candidato junto con las siglas del partido político en el que milita, resultan suficientes para tener por configurada la propaganda electoral correspondiente.

Con base en las consideraciones expuestas, se concluye que ambos mensajes junto con los elementos relativos a la imagen, nombre y partido político en el que milita el otrora candidato José César Nava Vázquez, tienen una connotación, evidentemente de propaganda político-electoral.

No obsta a lo anterior, el hecho de que la propaganda de que se trata, no contenga expresiones que sugieran la obtención del voto, pues no debe perderse de vista que en el caso, la infracción a la normativa electoral se actualiza desde el momento en que se difunde un promocional en alguno de los medios masivos de comunicación establecidos en la constitución, que pueda influir en las preferencias electorales, mediante la propagación de la **imagen**, el **nombre** de un candidato, así como las **siglas** que identifican a un partido político nacional, como ocurrió en el caso particular.

Además, como ya se ha señalado con antelación, la transgresión a la normativa en materia de propaganda político-electoral en televisión, puede darse mediante mensajes sonoros o a través del contenido visual que caracteriza las transmisiones televisivas.

De igual forma, se considera que con independencia de que el nombre y la imagen del entonces candidato, al igual que las siglas del Partido Acción Nacional, hayan formado parte del contenido publicitario de la revista “**PODER Y NEGOCIOS**”, lo cierto es que dicha situación no exime a los sujetos involucrados de la responsabilidad derivada de difundir ese contenido a través de señales televisivas.

Debe mencionarse que en el caso, el procedimiento administrativo sancionador se inició por el contenido de los *spots* (imagen y nombre del candidato, así como las siglas del Partido Acción Nacional) y no el de la revista, toda vez que la difusión de propaganda en los medios escritos no constituye por sí misma una vulneración a la normativa en materia propaganda político-electoral, de manera tal que si el contenido de dicha publicación no formó parte de las transmisiones, resulta obvio que no pudieron haber llegado a los receptores del mensaje por dicha vía (difusión en televisión).

Por ende, el contenido de la revista por sí, no puede ser tomado en consideración para determinar la existencia de la irregularidad que se examina en el caso particular, de ahí, que el contenido de la publicación como tal, no puede constituir un elemento definitorio para considerar si se está en presencia de propaganda de naturaleza político-electoral.

Cabe hacer énfasis, en que la irregularidad se actualiza cuando, con independencia del producto que se pretende publicitar (revista, periódico u otros producto) en radio y/o televisión, se difunden durante las campañas electorales, aspectos relacionados con los institutos políticos o sus candidatos que puedan promocionar, posicionar o denostar, a alguna fuerza política o candidato, condiciones que al actualizarse generan que la irregularidad deba tenerse por acreditada, cuando se verifique en tiempos contratados, convenidos, o donados por terceros.

Más aún, como puede apreciarse con claridad, las consideraciones de esta Sala Superior no restringen la labor de investigación, de análisis o crítica respecto a la línea editorial que siga dicha publicación, porque debe subrayarse, que todo el presente análisis, gira alrededor de la difusión de la portada de dicha revista en los promocionales transmitidos en televisión.

En efecto, en el caso particular la responsabilidad que se examina, no deriva del contenido ni línea editorial que sigue la revista “**PODER Y NEGOCIOS**”, sino de la forma en que se publicitó la información correspondiente en medios masivos de comunicación, durante las campañas electorales federales.

Dicho de otro modo, en el asunto que interesa a este Tribunal, no se hace pronunciamiento alguno respecto a la

veracidad o conveniencia de esa información o, ejerciendo algún modo de censura respecto a su contenido.

Lo anterior, porque el tema a dilucidar, gira en torno de las previsiones del artículo 41, base III, constitucional, en materia de radio y televisión, en lo relativo a la inobservancia de la orden de que sólo a través de los tiempos de radio y televisión cuya administración corresponde al Instituto Federal Electoral, se podrá difundir durante las campañas electorales propaganda electoral que pueda influir en el electorado a favor o en contra de partidos políticos o sus candidatos, con la correlativa prohibición.

De la misma manera, no pasa inadvertido para esta Sala Superior, que la revista “**PODER Y NEGOCIOS**” se trata de una publicación cuya línea editorial gira en buena medida, en torno del análisis y discusión de los asuntos políticos del país.

No existe duda, que esa actividad se encuentra tutelada por las libertades de trabajo, información e imprenta que establecen los artículos 5, 6 y 7 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Sin embargo, ello no es óbice para que esa revista también observe la regulación que en materia de radio y televisión durante las campañas electorales, establece el artículo 41, base III, apartado A, párrafos segundo y tercero, de

la misma Constitución Federal, en el sentido de 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 ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular.

En efecto, se considera que conforme al referido mandato, dicha revista y las publicaciones de similar naturaleza, tienen la obligación de cuidar, para no incurrir en la infracción señalada, que los espacios de radio y televisión que utilicen durante las campañas electorales para la difusión, comercialización y venta de su producto, no influya en las preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular.

Igualmente, las consideraciones expuestas no pueden ser desvanecidas a partir de la duración de ambos *spots* (cinco y diez segundos). Lo anterior, porque de la apreciación de ambos promocionales, la información que se considera permanece registrada en el receptor, es la relativa a la imagen del otrora candidato, su nombre y el partido en el que milita y, en un segundo plano, se asimila lo relativo a las frases que aparecen en la portada de la revista en comento, cuyo análisis fue realizado en párrafos precedentes, así como la leyenda que

aparece al lado derecho de la portada que dice “Revista PODER Y NEGOCIOS Intelligence for the business elite”.

La previsión antes desarrollada, tiene sustento en los principios constitucionales de equidad y certeza, porque en la medida que dichos cánones se respeten, las contiendas electorales se verificarán con pleno apego al derecho de todos los partidos políticos de disponer del tiempo que conforme con la normativa aplicable le corresponda y, el electorado, tendrá la garantía de que los mensajes que reciba serán únicamente aquellos que le fueron asignados a los partidos políticos por la autoridad electoral, garantizando con ello, la emisión del sufragio sin influencia indebida alguna.

Ahora bien, con relación a la afirmación del apelante en el sentido de que en el caso particular se actualizó un **“fraude a la ley”**, al quedar evidenciado que se contrató indebidamente la difusión en medios masivos de comunicación de propaganda política o electoral con la **intención** de eludir la prohibición a través de un acto simulado, porque conforme a las razones antes expresadas así como de las constancias del expediente en que se actúa, **no se desprenden elementos para acoger este planteamiento del partido actor,** en tanto lo que queda acreditado, es que los **efectos** de dicha publicidad, al tratarse de propaganda electoral difundida en televisión indebidamente que, **pudo influir** en las preferencias electorales.

Lo cual, a diferencia de lo resuelto por la autoridad responsable, no se encuentra protegido por las libertades de expresión, trabajo y contratación, reconocidos en los artículos 5, 6 y 7 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en tanto que, lo que en un principio pudo tratarse de una estrategia de mercadotecnia en materia de publicidad para la comercialización y venta de dicha revista, finalmente generó el **efecto ilícito** en comento.

En consecuencia, toda vez que los hechos denunciados configuran transgresiones a lo dispuesto en la normativa electoral, en materia de propaganda en radio y televisión, se procede a determinar el tipo de responsabilidad en que incurrieron los sujetos infractores.

Bajo tales premisas, esta Sala Superior considera lo siguiente:

A. Editorial Televisa, S.A. de C.V. y Publicaciones Acuario, S. de R.L. de C.V., tienen una responsabilidad directa, toda vez que con su actuar, infringen lo establecido en el artículo 345, párrafo 1, inciso b), del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, toda vez que contrataron propaganda en televisión, cuyo **efecto** fue de carácter electoral, pues generó la promoción personal con fines político-electorales del entonces candidato José César Nava Vázquez y su partido político, lo cual

pudo influir en las preferencias electorales de los ciudadanos en el proceso comicial de dos mil ocho-dos mil nueve.

Lo anterior es así, porque con independencia de que la Editorial Televisa, S.A. de C.V. y Publicaciones Acuario, S. de R.L. de C.V., difundieron un promocional de la revista “**PODER Y NEGOCIOS**”, mediante *spots* en televisión, su conducta generó consecuencias adicionales consistentes en la difusión real, objetiva y cierta de la imagen y el nombre del candidato César Nava, así como de las siglas del Partido Acción Nacional, con lo cual el referido candidato y su partido, estuvieron expuestos en televisión, mayor tiempo al asignado por el Instituto Federal Electoral.

B. La empresa Televimex, S.A. de C.V., se considera que también tiene una responsabilidad directa, toda vez que incurrió en el supuesto establecido en el artículo 350, párrafo 1, inciso b), del código en consulta, toda vez que difundió propaganda electoral cuyo **efecto** fue influir en las preferencias del electorado, ordenada por personas distintas al Instituto Federal Electoral, con lo cual el referido candidato y su partido, estuvieron expuestos en televisión, mayor tiempo al asignado por el Instituto Federal Electoral.

Ello, en virtud de que dicha persona moral fue la que llevó a cabo la transmisión calificada de ilegal, en diversos canales de televisivos que tiene concesionados, a pesar de que se encontraba obligada a respetar las restricciones constitucionales

en materia de acceso a la radio y televisión, con fines político-electorales, a favor o en contra de los partidos políticos y sus respectivos candidatos.

C. Responsabilidad del Partido Acción Nacional y del ciudadano José César Nava Vázquez.

Ahora bien, el orden administrativo sancionador electoral, ha retomado lo que en la doctrina jurídica se conoce como *culpa in vigilando*, la cual encuentra su origen en la posición de garante, que en la dogmática punitiva se refiere a una vertiente de participación en la comisión de una infracción, cuando sin mediar una acción concreta, existe un deber legal, contractual o extracontractual para impedir la acción vulneradora de la prohibición legal, en la que se destaca el deber de vigilancia que tiene una persona moral sobre las personas que actúan en su ámbito de actividades.

Así, esta Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, en asuntos como el SUP-RAP-18/2003, SUP-RAP-47/2007, SUP-RAP-43/2008, así como el SUP-RAP-70/2008 y su acumulado, ha sostenido la posición de que no sólo los partidos políticos pueden ser sancionados por las conductas ilícitas que por sí mismos cometan en contravención a la normatividad electoral, ya que son vigilantes del actuar de sus dirigentes, militantes, miembros, simpatizantes o incluso de terceros, siempre y cuando la conducta de éstos sea en interés de

esa entidad o dentro del ámbito de actividad del instituto político en cumplimiento a sus funciones y en la consecución a sus fines.

Por ende, también pueden responder de la conducta de tales sujetos, con independencia de la responsabilidad que le resulte a cada individuo en lo particular, en tanto que como institutos políticos detentan una posición de garantes respecto de la conducta de aquéllos, con el fin de que ajusten su proceder a los cauces de la legalidad.

Criterio que se recoge en la tesis relevante emitida por este tribunal jurisdiccional federal, publicada con la clave S3EL034/2004, en la Compilación Oficial de Jurisprudencia y Tesis Relevantes 1997-2005, páginas 754 a 756, cuyo rubro refiere **“PARTIDOS POLÍTICOS. SON IMPUTABLES POR LA CONDUCTA DE SUS MIEMBROS Y PERSONAS RELACIONADAS CON SUS ACTIVIDADES”**.

En tal contexto, es posible establecer que los partidos políticos son responsables de la conducta de sus miembros y demás personas, cuando desplieguen conductas relacionadas con sus actividades que puedan redituarles un beneficio en la consecución propia de sus fines, o simplemente provoquen una desmejora en perjuicio de terceros, al no emitir los actos necesarios tendentes a evitar eficazmente, la transgresión de las normas cuyo especial cuidado legalmente se le encomienda en su carácter de garante.

De ahí, que se puede dar tanto una responsabilidad individual (de la persona física integrante del partido), como una responsabilidad del partido por las infracciones por ellos cometidas, al implicar el correlativo incumplimiento de su obligación de garante, al haber aceptado, tolerado u omitido verificar, las conductas realizadas dentro de las actividades propias del instituto político, lo que implica, en último caso, la aceptación de sus consecuencias y posibilita su sanción, sin perjuicio de la responsabilidad individual del infractor material.

Luego entonces, la *culpa in vigilando*, coloca a los partidos políticos en una posición de garante, cuando sin mediar una acción concreta de su parte, existe un deber legal, contractual o extracontractual para impedir una acción infractora del orden normativo.

Por lo que hace al carácter de garante de los partidos políticos, se debe precisar que estos institutos tienen el deber legal de velar por el estricto cumplimiento del orden jurídico.

En el caso particular, se considera que el Partido Acción Nacional, tenía un deber de garante por mandato legal de evitar la consumación de actos contrarios al orden jurídico.

Por tanto, es posible concluir que con su inacción transgredió lo dispuesto por los artículos 41, base III, apartado A, párrafos segundo y tercero, constitucional, así como 38, párrafo 1, inciso a) y 342, párrafo 1, inciso a), del Código Federal de

Instituciones y Procedimientos Electorales, en virtud de que incumplió con su deber de cuidado que, como instituto político, debía observar para evitar la difusión de los promocionales en los que se hicieron referencias expresas a ese partido político y apareció su candidato en los *spots* de la revista “**PODER Y NEGOCIOS**” que fueron transmitidos durante el periodo de campañas electorales federales inmediato pasado.

En cambio, con apoyo en las consideraciones precedentes y por lo que hace al candidato José César Nava Vázquez, su calidad de garante deriva de que al ser el sujeto entrevistado por la revista mencionada, tenía la obligación correlativa de cuidar que la difusión comercial de su contenido, en lo que atañe a la entrevista que se le hizo, no configurara alguna infracción a la Ley Fundamental así como al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

De ello, se sigue que en la especie se advierte que la falta al deber de cuidado del entonces candidato José César Nava Vázquez, configura la infracción prevista en el artículo 344, párrafo 1, inciso f), del código electoral federal, en relación con los diversos 41, base III, apartado A, párrafos segundo y tercero, constitucional, así como 49, párrafos 4 y 5, ambos del código mencionado, toda vez que se encontraba bajo su obligación cuidar que la información e imágenes que derivaron de la entrevista que le realizó la revista “**PODER Y NEGOCIOS**”, no fuera difundida en contravención a las normas que regulan la materia de radio y televisión en materia electoral.

Conclusiones a las que arriba esta Sala Superior, cuando estima que los partidos políticos como entidades de interés público y sus candidatos, se encuentran sujetos a los principios establecidos en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y, por ende, al cumplimiento irrestricto de las prohibiciones establecidas tanto en la Carta Magna como en la legislación electoral aplicable.

Por tanto, las conductas pasivas y tolerantes del Partido Acción Nacional y del ciudadano José César Nava Vázquez, al no actuar diligentemente, conduce a sostener que incumplieron con su deber de garantes, lo cual denota la falta de cuidado, previsión, control y supervisión, conforme a los términos que quedaron explicados con anterioridad, lo que hace incurran en responsabilidad.

Sobre este particular, es dable considerar que el partido político y su entonces candidato tenían en todo momento, el deber de deslindar su responsabilidad respecto de la difusión de los promocionales de la revista “**PODER Y NEGOCIOS**” que fueron difundidos en televisión, para lo cual, la efectividad del deslinde de responsabilidad, se surtirá cuando las acciones o medidas tomadas al efecto por el partido y sus candidatos, resulten eficaces, idóneas, jurídicas, oportunas y razonables.

En este contexto, se ha considerado que una medida o acción válida para deslindar de responsabilidad a un partido político será:

a) Eficaz, cuando su implementación esté dirigida a producir o conlleve al cese o genere la posibilidad de que la autoridad competente conozca del hecho y ejerza sus atribuciones para investigarlo y, en su caso, resolver sobre la licitud o ilicitud de la conducta denunciada;

b) Idónea, en la medida en que resulte adecuada y apropiada para ello;

c) Jurídica, en tanto se utilicen instrumentos o mecanismos previstos en la Ley, para que las autoridades electorales (administrativas, penales o jurisdiccionales) tengan conocimientos de los hechos y ejerzan, en el ámbito de su competencia, las acciones pertinentes. Por ejemplo, mediante la formulación de la petición de las medidas cautelares que procedan;

d) Oportuna, si la medida o actuación implementada es de inmediata realización al desarrollo de los eventos ilícitos o perjudiciales para evitar que continúe; y,

e) Razonable, si la acción o medida implementada es la que de manera ordinaria podría exigirse al partido político de que se trate, siempre que esté a su alcance y disponibilidad el ejercicio de las actuaciones o mecanismos a implementar.

En otras palabras, la forma en que un partido político y sus candidatos pueden cumplir con su obligación de garantes y liberarse de la responsabilidad, tendrían que ser mediante la adopción de medidas o la utilización de instrumentos apropiados para lograr, preventivamente, el resarcimiento de los hechos ilícitos o perjudiciales que se realizan o contengan la pretensión de revertir o sancionar las actuaciones contrarias a la Ley.

Por consiguiente, si la acción o medida llevada a cabo para deslindarse de responsabilidad no reúne las características antes enunciadas, entonces, no podrían considerarse efectivas en los términos señalados.

Criterio, que fue sustentando por esta Sala Superior en la ejecutoria recaída a los expedientes SUP-RAP-201/2009 y sus acumulados, en sesión pública del cinco de agosto de dos mil nueve.

Punto de vista respecto al deber de cuidado, que se insiste por lo que hace al caso particular no se ve desvirtuado, porque en el expediente en que se actúa no obra constancia alguna en el sentido de que el Partido Acción Nacional o el otrora candidato, hubieran llevado las acciones necesarias, eficaces, idóneas, jurídicas, oportunas y razonables, para evitar o deslindarse de dicha irregularidad.

En el estado de cosas apuntado, lo procedente es, con fundamento en lo dispuesto en el artículo 47, párrafo 1, de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral, **revocar** la resolución impugnada para el efecto de que la autoridad electoral administrativa electoral, proceda en plenitud de atribuciones a individualizar e imponer las sanciones que conforme a derecho correspondan, a Editorial Televisa, S.A. de C.V., Publicaciones Acuario, S. de R.L. de C.V., Televimex, S.A. de C.V., al Partido Acción Nacional así como al ciudadano José César Nava Vázquez.

Para tales efectos, se **concede** a la autoridad responsable que en el plazo de **cinco días hábiles**, contados a partir del día siguiente a aquél en que se le notifique la presente ejecutoria; hecho lo cual, dentro de las veinticuatro horas siguientes a ese plazo, deberá informar a esta Sala Superior sobre el cumplimiento dado a este fallo.

Por todo lo anteriormente expuesto y fundado se

R E S U E L V E:

PRIMERO. Se **revoca** la resolución de veintiséis de junio de dos mil nueve, dictada por el Consejo General del Instituto Federal Electoral, en el expediente SCG/PE/PRI/CG/158/2009, según lo razonado en esta sentencia.

SEGUNDO. Se **ordena** a la autoridad responsable que en el plazo de cinco días hábiles, contados a partir del día siguiente a aquél en el que se le notifique la presente ejecutoria, proceda en plenitud de atribuciones, a individualizar e imponer las sanciones que conforme a derecho correspondan, a Editorial Televisa, S.A. de C.V., Publicaciones Acuario, S. de R.L de C.V., Televimex, S.A. de C.V., al Partido Acción Nacional así como al ciudadano José César Nava Vázquez, conforme a lo razonado en esta ejecutoria.

TERCERO. Se **ordena** a la autoridad responsable que dentro de las veinticuatro horas siguientes a que se observe lo precisado en el resolutivo anterior, deberá informar a esta Sala Superior sobre el cumplimiento dado a este fallo.

NOTIFÍQUESE, personalmente al recurrente y al tercero interesado en los domicilios señalados en autos; por **oficio** con copia certificada de la sentencia, a la autoridad responsable; y, por **estrados** a los demás interesados. Lo anterior, con fundamento en los artículos 26, párrafo 3, 28, 29, párrafos 2 y 3, inciso a), y 48, párrafo 1, incisos a) y b), de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral.

En su oportunidad, devuélvanse los documentos atinentes y remítase el expediente al archivo de este Tribunal Electoral, como asunto definitivamente concluido.

Así lo resolvieron, por **mayoría de votos** de los Magistrados que integran la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder

Judicial de la Federación, con el voto en contra de los Magistrados Constancio Carrasco Daza, José Alejandro Luna Ramos y Pedro Esteban Penagos López, quienes sustentan como voto particular el proyecto rechazado, ante el Secretario General de Acuerdos que autoriza y da fe.

MAGISTRADA PRESIDENTA**MARÍA DEL CARMEN ALANIS FIGUEROA****MAGISTRADO****MAGISTRADO****CONSTANCIO CARRASCO
DAZA****FLAVIO GALVÁN RIVERA****MAGISTRADO****MAGISTRADO****MANUEL GONZÁLEZ
OROPEZA****JOSÉ ALEJANDRO LUNA
RAMOS****MAGISTRADO****MAGISTRADO****SALVADOR OLIMPO NAVA
GOMAR****PEDRO ESTEBAN PENAGOS
LÓPEZ****SECRETARIO GENERAL DE ACUERDOS****MARCO ANTONIO ZAVALA ARREDONDO**

VOTO PARTICULAR QUE CON FUNDAMENTO EN EL ARTÍCULO 187 ÚLTIMO PÁRRAFO, DE LA LEY ORGÁNICA DEL PODER JUDICIAL DE LA FEDERACIÓN, EMITEN LOS MAGISTRADOS CONSTANCIO CARRASCO DAZA, JOSÉ ALEJANDRO LUNA RAMOS Y PEDRO ESTEBAN PENAGOS LÓPEZ, RESPECTO DE LA SENTENCIA DICTADA AL RESOLVER EL RECURSO DE APELACIÓN IDENTIFICADO CON LA CLAVE SUP-RAP-198/2009.

Con el debido respeto a los Magistrados que integran la mayoría, emitimos voto particular, por no coincidir con la determinación a la que se llegó en el recurso de apelación mencionado, de revocar la resolución impugnada, para considerar que la propaganda denunciada viola las disposiciones constitucionales y legales aplicables, por lo que se ordena devolver el asunto a Consejo General del Instituto Federal Electoral, para lleve a cabo la individualización de las sanciones correspondientes.

Al respecto, estimamos que el acuerdo recurrido debió ser confirmado, sobre la base de las consideraciones expuestas en el proyecto originalmente formulado, en los términos siguientes:

Los motivos de inconformidad planteados por el partido político apelante, debieron ser analizados en conjunto, dada la íntima vinculación entre éstos, proceder que no causaba afectación jurídica al impugnante, entre tanto serían estudiados en su integridad.

La consideración anterior encontró apoyo en la jurisprudencia S3ELJ04/2000, publicada en la página 23 del Volumen de Jurisprudencia y Tesis Relevantes 1997-2005, Compilación Oficial del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, de rubro “**AGRAVIOS, SU EXAMEN EN CONJUNTO O SEPARADO, NO CAUSA LESIÓN**”.

Ahora bien, tales argumentos de disenso consideramos debieron estimarse por una parte **infundados** y, en otro aspecto **inoperantes**, en atención a las consideraciones siguientes.

El apelante adujo que la autoridad responsable, al resolver, pasó por alto el contenido de la denuncia, en especial, lo relativo a hechos cometidos de manera encubierta por los indiciados, los que actuaron en contravención a las normas constitucionales y legales que prohíben contratar propaganda político-electoral para difundirla en televisión y si bien en apariencia no encuadraron directamente en los supuestos normativos, su ejecución generó afectación al bien jurídico tutelado relativo, debido a un “fraude a la ley”.

De ahí que afirmó el impugnante, la resolución impugnada, sin motivación ni fundamentación, declaró infundado el procedimiento especial sancionador instaurado en

contra del Partido Acción Nacional, César Nava Vázquez, Televimex, S.A. de C.V., Editorial Televisa, S.A. de C.V. y Publicaciones Acuario, S. de R. L. de C.V., con el argumento de que la transmisión de los promocionales de la Revista “**PODER Y NEGOCIOS**”, por los canales de televisión abierta 2, 4, 5 y 9, en el periodo del veintiuno de mayo al trece de junio de dos mil nueve, no fueron contratados, sino que su difusión obedeció al ejercicio de la libertad de expresión, trabajo y contratación, al no contener ideologías, programas o acciones, con el fin de influir en los ciudadanos, ni revelaron la intención de promocionar la candidatura del aspirante en cuestión, manifestaciones carentes de sustento legal porque la autoridad responsable las emitió sobre un falso concepto de la realidad, al pasar por alto que tales promocionales sí fueron constitutivos de propaganda política o electoral.

Lo anterior agregó, porque se demostró en autos, que en la portada de la revista cuestionada, correspondiente al mes de mayo de dos mil nueve, se insertó el texto “**CÉSAR NAVA, LA NUEVA GENERACIÓN DEL PAN. En las elecciones de julio el partido de gobierno no sólo buscará fortalecer su posición legislativa, sino jugar sus cartas para 2012**”, así como la fotografía de dicho candidato, proceder que contravino los artículos 41 apartado A, párrafos 3 y 4 Constitucional y 228 párrafo 1 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, conforme a una correcta interpretación de los diversos numerales 49, 342, 344, 345 y 350 del propio Código

Electoral, al promover la imagen de un candidato, así como las aspiraciones y tácticas políticas del Partido Acción Nacional para enfrentar un proceso electoral.

Por tanto siguió aduciendo, sin fundamento legal ni razonamiento lógico jurídico se pretendió sustentar la resolución impugnada, ya que la denuncia se dirigió a evidenciar la ilegalidad de la difusión de propaganda electoral en una portada de revista, porque el verdadero propósito de ello fue difundir la imagen de un candidato a diputado federal en pleno proceso electoral, mediante la transmisión en medios televisivos de propaganda a su favor y del Partido Acción Nacional en el que milita, para lo que de manera tendenciosa se llevaron a cabo “maquinaciones” a fin de conseguir tal publicidad a sabiendas, según el partido actor, que dicho medio impreso ocuparía espacios en televisión, actuar mediante el que se promovieron por conducto de terceros actos de campaña contratados, adquiridos o negociados.

Aunado a ello, la responsable demeritó los hechos comprobados con elementos y circunstancias ajenas a los mismos, pretendiendo subordinarlos a un convenio, contrato o pacto, entre el candidato o el partido político, la empresa televisora y la editorial, pero en modo alguno la falta de dicho acuerdo debió llevarla a concluir que la conducta denunciada no se comprobó, por el cúmulo de indicios existentes respecto de la comisión de la falta relativa.

Por lo anterior dijo, la resolución impugnada contravino los principios de certeza y objetividad rectores de la materia electoral, porque solamente se especuló sobre la posibilidad de un arreglo previo entre los implicados y necesario para acreditar la falta investigada, pasándose por alto que los hechos denunciados se ubicaron como “propaganda electoral”, al haberse dirigido a la obtención del voto por la promoción de una candidatura, a pesar de estar prohibido a los partidos políticos contratar por si o por terceras personas, tiempo en radio y televisión en cualquier modalidad, que en el caso difundió y promocionó la imagen del candidato del Partido Acción Nacional, en medios televisivos, en contravención a la normatividad aplicable.

Esto, porque los hechos denunciados no constituyeron simple publicación comercial de un promocional, sino que se llevaron a cabo para disfrazar la cobertura de una campaña, por la transmisión televisiva en la modalidad de contratación y adquisición de tiempo aire denominada “integración de producto”, de ahí que la conclusión respecto de que ello no tiene prohibición o limitación legal carece de sustento, porque como se demostró, no solamente constituyó difusión comercial en televisión de una revista, dado el proceso electoral federal en el que contendía el candidato cuya imagen apareció en la portada relativa.

De ahí que concluyó, los promocionales cuestionados sí implicaron actos proselitistas del candidato César Nava Vázquez, mediante el empleo de las frases proyectadas en cadena nacional y en horario de mayor audiencia, pasándose por alto que constituye infracción al Código Electoral, por parte de concesionarios, la difusión de propaganda política o electoral, “pagada o gratuita”, ordenada por personas distintas al Instituto Federal Electoral.

La síntesis anterior de los agravios permitió advertir, que la pretensión del partido apelante fue que se revocara la resolución impugnada, para determinar que conforme a las pruebas aportadas por el instituto político denunciante, se acreditó que en el periodo comprendido del veintiuno de mayo al trece de junio de dos mil nueve, se transmitieron por televisión los promocionales de la revista “**PODER Y NEGOCIOS**”, en cuya portada se incluyó la imagen del candidato a diputado federal César Nava Vázquez, postulado por el Partido Acción Nacional, así como un texto en el que se asentaron las tácticas de dicho instituto político, para enfrentar el proceso electoral que se avecinaba en el mes de julio, configuró propaganda política o electoral contratada indebidamente para ocupar espacios televisivos y publicitar a dicho aspirante, promoviendo su candidatura con la finalidad de obtener el voto, por lo que

debía declararse fundado el procedimiento y sancionarse a los denunciados.

Los agravios en nuestra consideración, debieron estimarse **infundados** en cuanto a dicha pretensión, ya que contrario a lo sostenido por el apelante, para emitir el fallo impugnado, la autoridad electoral interpretó correctamente la denuncia, valoró adecuadamente las pruebas aportadas y analizó los hechos relatados en dicho escrito para concluir que el partido político y el candidato precisados no contrataron mensajes en televisión para promover la candidatura señalada, valiéndose del anuncio de una revista y contrario a lo afirmado por el denunciante, no “burlaron” las disposiciones en la materia por haber desplegado un acto aparentemente legal, pero de consecuencias ilícitas.

Es decir, que en la determinación controvertida, la responsable precisó la materia de la litis, en concreto, dilucidar si con la transmisión en televisión de los promocionales en los que se difundió la edición del mes de mayo de la revista “**PODER Y NEGOCIOS**”, la cual insertó en la portada la fotografía de José César Nava Vázquez, - en ese entonces candidato a diputado federal -, actualizó infracción a la normatividad aplicable, por haberse contratado o adquirido con esa finalidad propaganda o tiempo en televisión dirigidos a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, a favor

del partido político y del candidato al cargo de elección popular denunciados, o en su caso, haberles vendido tiempo de transmisión para tal difusión, pagada o gratuita, ordenada por personas distintas al Instituto Federal Electoral.

La autoridad electoral responsable procedió correctamente a analizar si la difusión de los promocionales controvertidos constituyeron o no propaganda política o electoral, para lo que llevó a cabo un estudio integral de los diversos elementos que se contienen en el anuncio en cuestión, en acatamiento a la garantía de legalidad de debida motivación y fundamentación, reconocida en los artículos 14 y 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Las constancias que informan el presente recurso de apelación, concretamente de la queja presentada, de valor probatorio pleno, de conformidad con lo dispuesto por los artículos 14 y 16 de la ley adjetiva federal, por formar parte de las actuaciones del expediente número SCG/PE/PRI/CG/158/2009, integrado por la responsable, se desprende que como lo apreció dicha autoridad, se denunció al Partido Acción Nacional y a uno de sus candidatos, por la presunta comisión de actos que constituyen infracción a la normativa electoral, esencialmente los siguientes:

- En los meses de mayo y junio de dos mil nueve, se difundió de manera ilícita campaña publicitaria en canales de televisión abierta, estaciones radiofónicas y parabuses, la imagen de César Nava Vázquez, candidato a diputado federal por el Partido Acción Nacional, mediante un promocional comercial de la revista “**PODER Y NEGOCIOS**”, correspondiente al Año 5, Edición No. 11, mayo de 2009, concretamente el siguiente:



- En el período señalado se llevaba a cabo proceso electoral en la fase de campaña electoral, en la que los candidatos registrados y los partidos postulados podían dirigirse al electorado con la finalidad de obtener el voto para la jornada del cinco de julio.

- La difusión de los mensajes referidos en diversos medios como la televisión, violentó las normas constitucionales y legales aplicables al hacer publicidad de un candidato en medios electrónicos, no obstante existir prohibición expresa para contratar publicidad en apoyo de aspirantes, a título propio o por cuenta de terceros.

- Los mensajes en los que se promocionó la revista **“PODER Y NEGOCIOS”**, promovían la imagen del candidato a diputado federal del Partido Acción Nacional, César Nava Vázquez, con la pretensión de influir en las preferencias electorales, con lo que se contravinieron disposiciones legales y constitucionales rectoras del acceso de los partidos políticos y sus candidatos a los medios electrónicos.

- Tales hechos se comprobaron con las pruebas aportadas, consistentes en disco compacto en el que se contiene el mensaje publicitario cuestionado, difundido en televisión abierta, así como un ejemplar de la revista señalada.

Como puede observarse, la materia de la queja se relacionó con la presunta difusión de propaganda política o electoral, debido a los elementos que la configuran y se aduce

violatoria de la normatividad electoral, por estar prohibida su contratación por partidos políticos, candidatos o terceros.

En la resolución cuestionada, para hacer el análisis respectivo a si la difusión de los promocionales denunciados contravino las disposiciones legales atinentes, la responsable tomó en cuenta las pruebas del expediente, básicamente las siguientes:

1. Oficio número DEPPP/3719/2009, del Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos del Instituto Federal Electoral, en el que hizo constar que dicha instancia detectó la transmisión del anuncio publicitario denunciado, en el periodo del veinticinco de mayo al cuatro de junio de dos mil nueve.

2. Monitoreo llevado a cabo por la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, que detectó la transmisión en televisión del promocional denunciado.

3. Disco compacto con el promocional en televisión abierta de la Revista **“PODER Y NEGOCIOS”**, correspondiente al año 5, edición No. 11, mayo 2009, cuyo análisis llevó a cabo la responsable teniendo la peculiaridad que como audio sólo contiene un fondo musical.

4. Ejemplar de la revista **“PODER Y NEGOCIOS”**, correspondiente al Año 5, Edición número 11, mayo 2009, en

cuya portada apareció el candidato César Nava Vázquez y el siguiente texto: **“La nueva Generación del PAN. En las elecciones de julio el partido de gobierno no sólo buscará fortalecer su posición legislativa, sino jugar sus cartas para 2012”**.

5. Información del Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos, sobre el resultado de los monitoreos llevados a cabo en mayo y junio de dos mil nueve, en los que se detectó la transmisión de spots en radio y televisión promocionando la edición del mes de mayo de la revista **“PODER Y NEGOCIOS”**, en el periodo del veintiuno al treinta y uno de mayo, a través de los canales 2, 4, 5 y 9, con duración de cinco y diez segundos.

6. Informe de las Empresas Televimex, Editorial Televisa S.A. de C.V. y Publicaciones Acuario S. de R.L. de C.V., en el sentido de que:

a) Televimex, S.A. de C.V., provee de espacios de tiempo en televisión abierta a diversas empresas mediante acuerdos de intercambio consensuales establecidos de forma directa o indirecta y que por ello concede, en el caso concreto a Editorial Televisa, S.A. de C.V., la posibilidad de transmitir determinados contenidos publicitarios a título de permuta o intercambio de servicios, a lo que recae obligación a la empresa de publicar en sus revistas otros productos, no existiendo contratos formales, ni facturaciones.

b) Editorial Televisa, S.A. de C.V. no representa ninguna revista y la promoción de la revista “**PODER Y NEGOCIOS**” se realiza a través de los espacios de televisión abierta y lo que se publicita es el producto elaborado de contenido económico y político, mediante el acceso a espacios de tiempo aire en televisión abierta por acuerdos de intercambio consensuales establecidos de forma directa o indirecta con la concesionaria y hace uso de un derecho para publicar sus productos en televisión con la correspondiente obligación de incluir en las revistas que edita, otros productos de empresas con las que tuvo los acuerdos respectivos, permutas de las que no obtiene contraprestación económica fija o determinada, pero el uso de tales espacios es únicamente respecto de los tiempos vacantes o disponibles, actividad que no es nueva, toda vez que los promocionales de la revista “**PODER Y NEGOCIOS**” se han publicitado en diversos periodos que comprenden de febrero a junio de dos mil nueve; que algunas de las versiones que se ha promocionado en televisión son: “New York Time, Poder Obama Abril 09, Poder Influenza 09, Poder Nueva Generación y Caballeros”; que la editorial no vendió la nota, ni la entrevista publicada en la revista, sino que la misma se realizó en ejercicio de la labor periodística.

c) Televimex, S.A. de C.V. es la empresa encargada de realizar el pautado respectivo atendiendo al espacio disponible.

d) Publicaciones Acuario, S. de R.L. de C.V., es titular de la marca “**PODER Y NEGOCIOS**”, pero es ajena a la

realización de promocionales y contratación de publicidad de la misma.

Por otro lado, para hacer el análisis relativo a si los promocionales cuestionados reunían la calidad de propaganda política o electoral, a efecto de satisfacer debidamente la garantía de legalidad que el apelante considera contravenida con el pronunciamiento del acto impugnado, la responsable partió en su estudio de la transcripción de los artículos 41 constitucional; 49, 342, 344, 345, y 350 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, para luego de hacer una interpretación sistemática y funcional de dichas disposiciones normativas, respecto del tema de la contratación de propaganda política, llegar a las siguientes conclusiones:

- Los partidos políticos tienen derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación; sus precandidatos y candidatos a cargos de elección popular accederán a ellos, a través del tiempo que la Constitución otorga como prerrogativas a los primeros.
- Existe prohibición de que en ningún momento dichos sujetos puedan contratar o adquirir, por sí o por terceras personas, tiempos en cualquier modalidad de radio y televisión.
- Ninguna persona puede contratar espacios en radio y/o televisión para promocionarse con fines electorales.

- Las personas físicas o morales, a título propio o por cuenta de terceros, tampoco pueden contratar espacios o propaganda en radio y televisión dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor o en contra de partidos políticos o de algún candidato.
- Los concesionarios o permisionarios de radio y televisión no pueden vender tiempos en radio y/o televisión en cualquier modalidad de programación, a partidos políticos, aspirantes, precandidatos o candidatos de elección popular.
- Los concesionarios o permisionarios tampoco pueden difundir propaganda político o electoral, pagada o gratuita, ordenada por personas distintas al Instituto Federal Electoral.

Las conclusiones anteriores sirvieron de apoyo a la autoridad responsable, para abordar el estudio de fondo en el asunto y determinar que la trasmisión de los promocionales de la edición del mes de mayo de la revista “**PODER Y NEGOCIOS**”, en cuya portada apareció la imagen de César Nava Vázquez, entonces candidato a diputado federal por el XV Distrito Electoral en el Distrito Federal, postulado por el Partido Acción Nacional, difundidos por Televimex S.A. de C.V., no contravinieron la normatividad electoral aplicable.

Para concluir en este sentido, la responsable hizo análisis de los promocionales contravenidos, del contenido siguiente:

Primer promocional:

*Fondo Musical, y aparece la pantalla en un fondo blanco la secuencia de cinco manos de color rojo, seguido del texto “**LA INFORMACIÓN ES PODER**” en color negro cambia la imagen y la toma se divide en dos, apreciándose de lado derecho las letras “Revista poder y negocios. Intelligence for the business elite” y del lado izquierdo aparece la portada de la revista en donde se observa la imagen del ciudadano César Nava.*

Segundo promocional:

*Fondo musical, fondo blanco en donde aparecen las palabras en color negro “**EL PODER ESTÁ EN LA MENTE DE MUCHOS**” luego dibujos de personas en el mismo color e inmediatamente después aparece “**PERO EN MANOS DE POCOS**”, posteriormente la secuencia de cinco manos de color rojo, seguido del texto “**LA INFORMACIÓN ES PODER**” cambia la imagen y la toma se divide en dos, apreciándose de lado derecho las letras “Revista poder y negocios. Intelligence for the business elite” y del lado izquierdo aparece la portada de la revista en donde se observa la imagen del ciudadano César Nava.*

A efecto de dilucidar si fue correcta la determinación del Consejo responsable, en el sentido de que el contenido de los promocionales denunciados no constituyen propaganda política o electoral, estimamos fue necesario tener presente el marco normativo atinente.

El Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales establece:

“Artículo 228

...

3. Se entiende por propaganda electoral el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que durante la campaña electoral producen y difunden los partidos políticos, los candidatos registrados y sus simpatizantes, con el propósito de presentar ante la ciudadanía las candidaturas registradas.

4. Tanto la propaganda electoral como las actividades de campaña a que se refiere el presente artículo, deberán propiciar la exposición, desarrollo y discusión ante el electorado de los programas y acciones fijados por los partidos políticos en sus documentos básicos y, particularmente, en la plataforma electoral que para la elección en cuestión hubieren registrado.

... “

El Reglamento de Quejas y Denuncias del Instituto Federal Electoral prevé;

Artículo 7. [...]

VI. La propaganda política constituye el género de los medios a través de los cuales los partidos, ciudadanos y organizaciones difunden su ideología, programas y acciones con el fin de influir en los ciudadanos para que adopten determinadas conductas sobre temas de interés social, y que no se encuentran necesariamente vinculadas a un proceso electoral federal.

En el mismo sentido y con relación a la propaganda electoral, se debió tomar en cuenta que la Sala Superior ha sustentado la tesis XXX/2008, cuyo rubro y texto son los siguientes:

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 ANTE LA CIUDADANÍA.- En términos del artículo 182, 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 de 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 presentar una candidatura ante la ciudadanía, por incluir signos, emblemas y expresiones que identifican a un candidato con un determinado partido político o coalición, aun cuando tales elementos se introduzcan en el mensaje de manera marginal o circunstancial, puesto que, lo trascendente, es que con ello se promociona una candidatura.

En el caso particular, consideramos acertada la conclusión de la responsable, en el sentido de que la

propaganda denunciada no encuadró en las hipótesis previstas para ser considerada política o electoral.

Los spots publicitarios denunciados, conforme al análisis llevado a cabo correctamente por la responsable, no constituyeron propaganda política o electoral, si se toma en cuenta que la primera constituye el género de los medios a través de los cuales los partidos difunden su ideología, programas y acciones; en tanto que la otra es la especie para divulgar entre la ciudadanía las actividades político-electorales, presentación de la plataforma electoral, así como de aspirantes, precandidatos y candidatos, con la finalidad de obtener el voto, contenido que se no advierte en los anuncios señalados.

En efecto, tales promocionales, conforme a la definición que del concepto propaganda política o electoral hacen los ordenamientos legales mencionados, no reúnen tal característica, ya que al haberse publicitado en los mismos la edición de mayo de dos mil nueve, de la Revista **“PODER Y NEGOCIOS”**, en cuya portada apareció la imagen de César Nava Vázquez -candidato a diputado federal por el Partido Acción Nacional-, no se muestra objetivamente que tal difusión implique la promoción de dicho ciudadano con fines electorales, además que en esa publicidad, si bien se incluyó el texto: **“CÉSAR NAVA. LA NUEVA GENERACIÓN DEL PAN. En las elecciones de julio el partido de gobierno no sólo buscará fortalecer su posición legislativa, sino jugar sus cartas para**

2012.”, el audio es exclusivamente musical, de ahí que su conjunción no pueda llevar a concluir que tales anuncios tuvieron como finalidad presentarlo ante el electorado.

Por tanto, la responsable concluyó que aun cuando en los promocionales se insertó la imagen del candidato, no se incluyó algún elemento que implícita o explícitamente solicitara el voto en su favor para la jornada electoral del cinco de julio de dos mil nueve -en la que contendía al cargo de diputado federal-, ni se precisó expresamente tal circunstancia, esto es, que era candidato a diputado federal y menos porqué Distrito Electoral sino que solamente en la portada cuestionada apareció su imagen y las expresiones que quedaron transcritas en el párrafo anterior, planteamiento diverso al que conforme al concepto de propaganda, debió incluirse en la portada cuestionada para estimarla de contenido político o electoral, ya que para ello era necesario insertar expresiones de las que se pudiera desprender el propósito de dar a conocer su candidatura, es decir, que contendía para diputado federal, el distrito, algún elemento que revelara sus propuestas de campaña, lo que no ocurrió en la especie.

El contenido de los spots controvertidos, en efecto, no evidencian el propósito de presentar ante la ciudadanía la candidatura de César Nava Vázquez, ni propician conforme lo exige la normatividad aplicable, la exposición, desarrollo y discusión ante el electorado de los programas y acciones

fijados en los documentos básicos del partido político que lo postuló como candidato, ni en su caso la contenida, particularmente, en la plataforma electoral que para la elección que se encontraba en curso se hubiere registrado.

Por lo anterior, la responsable consideró que tales promocionales solamente constituyeron propaganda comercial, porque su finalidad u objeto fue posicionar como producto a la venta la revista ante los televidentes como posibles compradores, medio de comunicación en el que se difundió la propaganda relativa, esto mediante el análisis gramatical del concepto “propaganda”.

Conforme a tal acepción, esencial es difundir un producto editorial para comercializarlo, por lo que los estimó amparados en el ejercicio de la libertad de trabajo y en el derecho a la información, por constituir labor publicitaria para comercializar una publicación alusiva a temas consideró que los promocionales denunciados, no contravinieron la normatividad electoral, porque la finalidad que se pone en evidencia en forma políticas y económicos.

En efecto, del contexto en que se llevó a cabo la difusión de los promocionales cuestionados, se advierte que la empresa editorial, en el ejercicio de su actividad profesional y con el fin de promover a la venta en forma directa su producto

informativo, se valió de comunicación comercial o propaganda con la finalidad de promoverlo ante los consumidores finales.

Esto es, la naturaleza comercial de la publicidad empleada para ofrecer en venta la revista en cuestión, se deduce de la vinculación entre la actividad de la empresa editorial, con su finalidad periodística y comercial, lo que requirió el empleo de un mensaje compuesto, objetivo y subjetivo, para pretender influir en el público receptor a fin de que tuviera un comportamiento específico, adquirir el medio impreso señalado.

Lo anterior se advierte así, porque la publicidad, como mensaje informativo y persuasivo, que se difunde de acuerdo a técnicas de mercadotecnia específicas, requiere básicamente de un objeto de comunicación, en el caso una revista de circulación mensual, sobre el que incidió la actividad de quienes participaron en el proceso comunicativo (publicistas, anunciantes y medio de difusión), también se apoyó en elementos subjetivos o de naturaleza convincente, mediante el empleo, entre otras, de técnicas lingüísticas, para poder influir en la decisión final del receptor del mensaje, en el caso particular, la adquisición de ese producto.

Es decir, del análisis de los promocionales objeto de controversia, en principio, se advierte que formaron parte de la estrategia publicitaria del medio de comunicación impreso

denominado “**PODER Y NEGOCIOS**” cuya línea editorial esencialmente atiende a temas políticos de actualidad, elemento preponderante que debió ser considerado al momento de analizarse los spots objeto de debate.

Ahora, es importante señalar también, dado el contexto de análisis planteado, que en la portada de la revista se incluyó la fotografía de César Nava, habida cuenta que en páginas interiores se publicó una entrevista con él, sin que de tal carátula se desprenda una expresión manifiesta que revele la razón para calificarla como propaganda electoral; esto es, enunciados o locuciones con el fin de invitar a la ciudadanía a votar a favor de la opción que representaba.

Al analizar los promocionales denunciados, en efecto se advierte que los mismos contienen un audio musical; pero carecen de sonido que incluya determinado texto producido mediante alguna voz o de información o mensaje definido audible, con expresiones que sugieran la obtención del voto o posicionarse de alguna manera en el público televidente, con la opción electoral que el personaje retratado en la portada ofrecía, además, analizados en su contexto, destacan aspectos que tienen relación con la propia revista, más que con la imagen de portada, si se tiene en cuenta que se enfatizan frases en movimiento: “LA INFORMACIÓN ES PODER” (en el promocional de cinco segundos); “EL PODER ESTÁ EN LA MENTE DE MUCHOS”, “PERO EN MANOS DE POCOS” y de

nuevo, la primera frase citada (ésta en el spot de diez segundos), que válidamente puede decirse, identifican la línea editorial de corte esencialmente político, con temas de actualidad, de la revista en cuestión.

Con el propósito de evidenciar lo anterior, resulta útil reproducir gráficamente los recuadros de cada una de las imágenes que aparecen en los spots controvertidos:

A. SPOT - 1 (cinco segundos):



05-25-2009 23:06:08.12

ES PODER

05-25-2009 23:06:09.27



Revista
PODER Y NEGOCIOS
INTELLIGENCE FOR THE
BUSINESS ELITE

B. SPOT – 2 (diez segundos):

05-25-2009 23:16:30.23

EL PODER

05-25-2009 23:16:31.15

ESTÁ

05-25-2009 23:16:32.07



EN LA MENTE

05-25-2009 23:16:32.03

DE MUCHOS

05-25-2009 23:16:34.16

**PERO
EN MANOS**

05-25-2009 23:16:35.10

**RO
EN MANOS
DE POCOS.**

05-25-2009 23:16:36.20



LA INFORMACIÓN

05-25-2009 23:16:37.17

ES PODER

05-25-2009 23:16:38.28



Revista
PODER Y NEGOCIOS

INTELLIGENCE FOR THE
BUSINESS ELITE

Por su breve exposición (cinco y diez segundos), resulta complejo dar lectura certera a la frase ubicada al margen izquierdo del retrato incluido en la portada; es decir, apreciar en su integridad el contenido general de la carátula de la publicación ofrecida en venta.

Sobre estas consideraciones, el apelante señala que controvertió el contenido de los promocionales y no el de la revista, sin embargo, en concepto de quienes emitimos este voto particular, la autoridad responsable en este aspecto procedió correctamente, porque para establecer el contexto en que se produjeron los hechos denunciados, era indispensable que analizara de manera indisoluble, tanto el contenido de los anuncios que incluyeron la portada de la publicación ofrecida en venta y como referencia el temario de la revista, que incluyó la entrevista a César Nava Vázquez.

Aunado a lo anterior, debió considerarse en el proyecto de mayoría, que la Sala Superior ha sostenido que la publicidad en general contiene mensajes explícitos e implícitos o connotativos, orientados a plantear ideas, conceptos o incluso patrones de conducta al destinatario que se ve envuelto en esa comunicación, además que normalmente van enlazados con imágenes, datos o conceptos con la finalidad de persuadirlo a asumir determinada conducta o actitud.

Ahora bien, en el caso de la publicidad comercial, cuya finalidad es persuadir al público consumidor a adquirir productos o servicios, difundida en medios de comunicación audiovisuales, deben emplearse imágenes que muestren lo que se trata de vender o promocionar.

Lo anterior, porque la intención de quien promociona es que el receptor del anuncio enfoque su atención en el objeto o servicio en oferta y en la información que le dé contenido a ésta, para lo que se deben emplear signos, sonidos, letras, colores, etcétera, sin embargo, en el caso, por los elementos utilizados en el diseño de los spots en controversia, no se advierte, como se dijo, un propósito distinto al de la difusión comercial de una revista, como también lo estimó la responsable.

La publicidad comercial, puede entonces inculcar en los receptores del mensaje, modos de actuar o de pensar y de esa forma inducirlos o conducirlos a un fin o resultado concreto, que en materia electoral, para constituir una infracción, debe contener de manera expresa o inclusive velada, los elementos previstos por la norma, lo que no acontece en el caso particular, puesto que la imagen y frase utilizadas, no estuvieron vinculadas de manera expresa, clara o implícita con elementos objetivos distintos a los de promover la venta de la citada publicación.

Además, lo que es posible vincular con la imagen de César Nava es el propósito del Partido Acción Nacional de fortalecer su posición legislativa luego del proceso selectivo de julio de dos mil nueve, sin que pueda llegarse en forma concluyente a afirmar que con la inclusión de dicha expresión

en la publicidad controvertida, se pretenda difundir propaganda de la índole señalada y, por tanto, prohibida por la legislación aplicable.

En este orden de ideas, asumimos en el caso no se debió relativizar el empleo de la imagen de César Nava en la portada de la revista **“PODER Y NEGOCIOS”** que se cuestiona, para concluir por ese solo hecho que la difusión de los spots controvertidos configuró propaganda electoral, sino que se debe ponderar el uso de la fotografía, relacionado con el contenido editorial del medio de información en la época de su publicación, para difundirlo entre el público lector interesado en temas como una entrevista con un político, si bien candidato, pero en cuanto se le identifica con “la nueva generación” del partido en el que es militante, es decir, por la difusión de contenidos de su interés, lo que no necesariamente implica el propósito de posicionamiento electoral del personaje en cuestión, al no haber referentes claros de esa postura.

De ahí que, contrario a lo alegado por el promovente, consideramos que no existieron elementos probatorios para concluir que en el caso se actualizó un “fraude a la ley”, por el aparente acatamiento que hicieron los indiciados de la norma legal aplicable, al contratar indebidamente propaganda política o electoral, con la intención de eludir la verdadera prohibición del ordenamiento legal en beneficio propio, mediante el acto

simulado de promover para su venta una publicación, cuando su real propósito era antijurídico al perseguir realmente posicionar ante el electorado una candidatura, sino que en el caso no se desvirtuó, la difusión de promocionales con el propósito de venta de una revista, en los términos aceptados por las empresas editoriales y televisiva mencionadas, en los informes rendidos a la autoridad electoral dentro del procedimiento sancionador .

Por las razones anteriores, consideramos que efectivamente, la publicidad analizada carece de elementos esenciales para considerarla de naturaleza política o electoral, razón por la que los hechos denunciados no encuadran en las prohibiciones previstas en el artículo 41, párrafo segundo, base III, Apartado A, párrafos segundo y tercero de nuestra Carta Magna, en relación con el 350, párrafo 1, inciso b), del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

Así también, la responsable estableció que los hechos denunciados se ajustaron a la normatividad señalada, porque los promocionales difundidos estuvieron protegidos por la libertad de expresión, información, trabajo y contratación, reconocidos en los artículos 5, 6 y 7 constitucionales, ya que con ese tipo de propaganda en dicho medio de publicación, se

pretendía como estrategia de mercadotecnia, posicionar una revista en el interés del público lector para adquirirla.

Las conclusiones de la responsable, como se advierte, se centraron en el argumento de que las pruebas aportadas por el denunciante, evidenciaron que la publicidad difundida en televisión de la Revista “**PODER Y NEGOCIOS**”, tuvo por objeto proponer la venta de dicho medio de difusión y en esa tesitura, estimó que tal hecho debía ser considerado promoción comercial y no propaganda política.

De esta manera, el actuar de la autoridad electoral federal no es contrario a derecho, al ser indiscutible que si la denuncia presentada versó sobre la difusión de propaganda política o electoral en medios televisivos, de la que se adujo que por la frase e imagen que la conformaban inducía el voto ciudadano, esa circunstancia obligó a la responsable, como lo hizo, a examinarla en su integridad, mediante la concatenación de todos los elementos en ella contenidos.

Para tal efecto, tomó en consideración que en la norma constitucional, se estatuye una prohibición general a todo ciudadano para contratar propaganda política en radio y televisión, particularmente, aquella que esté dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, con lo que se pretendió proscribir la posibilidad de que cualquier persona,

contrate dicha difusión en los medios electrónicos señalados con el objetivo concreto de incidir en el voto ciudadano, para lo que como ejercicio en el fallo controvertido revisó el significado gramatical y legal de tal concepto.

En este sentido estableció, que el legislador ordinario ha fijado normativamente el concepto propaganda como el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que durante el período establecido legalmente difunden los precandidatos a candidaturas a cargos de elección popular con “el propósito” de dar a conocer sus propuestas.

Ahora bien, debió ponderarse en el proyecto, que la Sala Superior ha establecido que tal acotamiento legislativo deriva de un sinnúmero de acontecimientos que ordinariamente se presentan con la intención de influenciar el voto de los ciudadanos, ya que para la opinión pública, muchos actos pueden traslucir una intención de promocionar a un candidato o partido político para las preferencias en el sufragio.

Así, se explica que el legislador haya optado por delimitar normativamente la propaganda con base en diversos elementos de carácter objetivo y sólo introdujo un elemento subjetivo específico, atinente a que los mensajes tengan como propósito influir en las preferencias electorales de los ciudadanos.

De tal forma, insertó en la definición normativa, elementos subjetivos específicos para delinear tal prohibición y que conductas desarrolladas sin la señalada intención, no configuren la infracción y sólo al demostrarse la dirección de la voluntad del autor, sea posible la imposición de una sanción, para ello se consideraron aspectos anímicos de la conducta para asegurar que queden fuera del ámbito de prohibición aquellos que no revelen con claridad la pretensión de desatender el valor tutelado por la norma jurídica de que se trate.

Por ello, en el orden jurisdiccional, la definición de la propaganda política o electoral reclama un ejercicio interpretativo razonable y objetivo, en el cual, el análisis de los mensajes o acciones a las que se atribuya un componente de tal naturaleza, no se confronten únicamente con la literalidad de la norma, sino que permitan arribar con certeza a las intenciones o motivaciones de quienes lo realizan, basada en la sana lógica y el justo juicio del raciocinio.

De esa manera, es incuestionable que en la apreciación relativa para determinar si un mensaje es realmente propaganda política, se puedan incorporar o examinar normas jurídicas de diversa índole, en tanto que, la vulneración a la normatividad electoral puede generarse desde cualquier ámbito de la vida social y puede ser desplegada por agentes diversos para determinar objetivamente qué acciones, en efecto, están

dirigidas a fomentar una intención de voto, y en cuáles otras no es posible afirmar con certeza que tienen reconocida esa intención.

De todo lo expuesto, el fallo controvertido lo apreciamos legal, porque para tener por demostrada la exigencia prevista en la normatividad electoral, consistente en la configuración del elemento subjetivo específico, propósito o intención de contratar indebidamente propaganda electoral, habría sido menester que de la integridad de los promocionales se advirtiera fehacientemente que subyació en los denunciados, fomentar el sufragio a favor del candidato cuya imagen se insertó en la portada de la publicación tantas veces aludida, ya que como se dijo, el particular motivo de promocionar el voto se erige como aspecto fundamental de la configuración normativa que se ha comentado, en virtud de lo que el componente de intencionalidad debe desprenderse fehacientemente, o al menos, ser apreciable razonablemente del contenido de la divulgación política que se tilde de ilegal, lo que no ocurrió en el caso en análisis.

Conforme a las consideraciones expuestas y contrario a lo que se alega en agravios, la resolución reclamada cumplió con los requisitos de motivación y fundamentación exigidos para todo acto de autoridad por la Constitución Federal.

Cierto, por motivación se ha entendido la exigencia de que la autoridad conducente examine y valore los elementos de convicción presentados por los interesados, mientras que la fundamentación es la expresión de los argumentos jurídicos en los cuales se apoye la aplicación de los preceptos normativos invocados al resolver.

Al respecto, es pertinente señalar que ha sido criterio de la Sala Superior, que las resoluciones de las autoridades deben ser consideradas como una unidad y, en ese tenor, para que las mismas cumplan con las exigencias constitucionales señaladas, basta con que a lo largo de la mismas se expresen las razones y motivos que conducen a la autoridad emisora a adoptar determinada solución jurídica, en un caso sometido a su competencia o jurisdicción y que señale con precisión los preceptos constitucionales y legales que sustenten la determinación que adopta.

Esto es, el contenido formal de la garantía de legalidad relativa a la fundamentación y motivación tiene como propósito primordial y ratio, que el gobernado conozca el "para qué" de la conducta de la autoridad, lo que se traduce en darle a conocer en detalle y de manera completa la esencia de todas las circunstancias y condiciones que determinaron el acto de autoridad, de manera que sea evidente y muy claro para el afectado poder cuestionar y controvertir el mérito de la decisión, permitiéndole una real y auténtica defensa.

Tratándose de la debida motivación basta que como en el caso, la autoridad exprese los razonamientos sustanciales al respecto sin que pueda exigirse que se abunde más allá de lo estrictamente necesario para que se comprenda el razonamiento expresado, por lo que solamente podría estimarse que se transgrede la garantía de motivación cuando dichos razonamientos sean tan imprecisos que no proporcionen elementos al gobernado para defender sus derechos, o bien, impugnar aquéllos.

Finalmente, consideramos que devino **infundado** lo alegado por el apelante, en el sentido de que el fallo controvertido se aparta de la legalidad, porque se consideró que no se demostró que los promocionales de la revista en cuestión, difundidos en televisión abierta, fueron contratados o adquiridos en contravención al artículo 41 constitucional, ya que el Partido Acción Nacional, mediante terceros, obtuvo la ocupación de espacios televisivos en los que consiguió publicitar la imagen de un candidato y las propuestas del propio instituto de cara a procesos electorales venideros, no obstante estar prohibido a dichas instituciones contratar por sí o por terceras personas, tiempo en radio y televisión en cualquier modalidad para esos efectos, inclusive en la modalidad de “integración de producto” que fue el tipo de mercadeo que se empleó en el caso para la difusión de la propaganda denunciada.

De esta forma agregó, la autoridad responsable no debió centrar el estudio del caso a la falta de comprobación de un contrato, pacto o acuerdo entre el partido político o el candidato denunciado, con la empresa televisora que difundió los promocionales, para considerar acreditados los hechos motivo de la denuncia, ya que se comprobó contravención a la prohibición atinente de que ninguna persona, a título propio o por cuenta de terceros, puede contratar o adquirir propaganda en radio y televisión dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor o en contra de un candidato a un cargo de elección popular.

Además, adujo inconforme, que sin razonamientos adecuados la responsable concluyó que no está acreditado que la propaganda cuestionada haya sido contratada, ante la falta de elementos de tipo objetivo que permitieran estimar que existió un pacto o convenio previo entre las partes interesadas de difundir la revista de mérito, en el estricto sentido de una contratación jurídicamente hablando.

De ahí que debió tomar en cuenta, que la prohibición de contratar propaganda en radio y televisión, dirigida a inclinar las preferencias electorales, se sustenta en la pretensión de eliminar la concertación de acuerdos de voluntades entre terceros y permisionarios y/o concesionarios de los señalados medios de comunicación, que admitan la posibilidad de difundir propaganda electoral a cambio de algún tipo de beneficio

particular o mutuo, pudiendo ser de índole diversa al pago de una contraprestación en dinero o en especie, esto es, no tener necesariamente como pretensión aludir a la celebración de contratos, en los términos formales y materiales concebidos en la legislación ordinaria.

Tales argumentos del apelante como se dijo los estimamos **infundados**, porque si bien coincidimos con sus planteamientos, en el sentido de que ninguna persona física o moral, a título propio o por cuenta de terceros, puede contratar o adquirir propaganda en radio y televisión dirigida a influir en la preferencias electorales de los ciudadanos, ni a favor ni en contra de un candidato a un cargo de elección popular, al determinarse que la publicidad denunciada no configuró propaganda política o electoral, que el candidato incurrió en la irregularidad que se le imputa, o bien, que el Partido Acción Nacional cometiera infracción alguna aún por culpa *in vigilando*, resultó intrascendente analizar quien hubiera convenido la difusión de la propaganda cuestionada, porque lo esencial estribó en que dicha publicidad, que se dice se difundió de manera ilegal, no adquirió las características de propaganda electoral y, por tanto, no pudo contravenir las normas que regulan ese tópico.

Por las razones expuestas emitimos este voto particular, por considerar que se debió confirmar la resolución impugnada.

MAGISTRADO

CONTANCIO CARRASCO DAZA.

MAGISTRADO

MAGISTRADO

**JOSÉ ALEJANDRO LUNA
RAMOS**

**PEDRO ESTEBAN PENAGOS
LÓPEZ**