

INE/CG782/2021

RESOLUCIÓN DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL RESPECTO DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO SANCIONADOR EN MATERIA DE FISCALIZACIÓN INSTAURADO EN CONTRA DEL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR, EN EL MARCO DEL PROCESO ELECTORAL FEDERAL 2020-2021, IDENTIFICADO CON EL NUMERO DE EXPEDIENTE INE/Q-COF-UTF/682/2021

Ciudad de México, 14 de julio de dos mil veintiuno.

VISTO para resolver el expediente **INE/Q-COF-UTF/682/2021**

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

I. Escrito de queja. El primero de junio de dos mil veintiuno, se recibió en la Unidad Técnica de Fiscalización el oficio identificado con el número INE/BCSJLE/VS/0867/2021 suscrito por el Mtro. Juan Pablo Figueroa García, Vocal Secretario de la Junta Local Ejecutiva del Instituto Nacional Electoral en Baja California Sur, mediante el cual hace del conocimiento el escrito de queja suscrito por el C. Luis Felipe Chávez Paez, en su carácter de Representante Propietario del Partido Acción Nacional ante la 01 Junta Distrital del Instituto Nacional Electoral, en la entidad mencionada, en contra del Presidente de la República Andrés Manuel López Obrador, denunciando hechos que considera podrían constituir infracciones a la normatividad electoral en materia de fiscalización, (Fojas 1 a 36 del expediente).

II. Hechos denunciados y elementos probatorios. A efecto de dar cumplimiento al artículo 42, numeral 1, fracción II, incisos b) y c), del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización, se transcriben los hechos denunciados y se enlistan los elementos probatorios ofrecidos y aportados por el quejoso en el escrito inicial.

“(…)

HECHOS

1. El primero de diciembre de 2018 Andrés Manuel López Obrador tomó protesta como Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos por haber ganado las elecciones celebradas en julio de ese mismo año, como candidato de MORENA (Movimiento de Regeneración Nacional); partido que él fundó.

2. En el mes de julio de 2020, Andrés Manuel López Obrador presentó ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) solicitud de registro de la marca AMLO, la cual quedó inscrita en los siguientes expedientes:

a. Expediente 2352336: registro 2111419 para los productos y servicios de educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales.

b. Expediente 2352338: registro 2111420 para los productos y servicios de publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina.

3. El siete de septiembre de dos mil veintiuno, el Consejo General del Instituto Nacional Electoral dio inicio al proceso electoral federal 2020-2021, el cual además es concurrente con los 32 procesos locales.

4. El periodo de campañas federal comprende del 4 de abril al dos de junio del año en curso¹.

5. El pasado 19 de abril de 2020, el Presidente Andrés Manuel López Obrador llevó a cabo su conferencia de prensa matutina "mañanera", lo cual es un hecho notorio y además se advierte de la publicación que se encuentra en la página de internet <https://lopezobrador.org.mx/secciones/archivo/>, así como de la transcripción que consta en la liga siguiente: <https://lopezobrador.org.mx/2021/04/19/version-estenografica-de-la-conferencia-de-prensa-matutina-del-presidente-andres-manuel-lopez-obrador-511/>

6. El 20 de abril de 2020, el Presidente Andrés Manuel López Obrador llevó a cabo su conferencia de prensa matutina "mañanera", lo cual es un hecho notorio y además se advierte de la publicación que se encuentra en la página de internet siguiente: <https://lopezobrador.org.mx/secciones/archivo/>, así como de la transcripción que consta en la liga siguiente:

¹ <https://www.ine.mx/voto-y-elecciones/elecciones-2021/eleccion-federal-2021/>

<https://lopezobrador.org.mx/2021/04/20/version-estenografica-de-la-conferencia-de-prensa-matutina-del-presidente-andres-manuel-lopez-obrador-512/>

7. El 7 de mayo de 2020, el Presidente Andrés Manuel López Obrador llevó a cabo su conferencia de prensa matutina "mañanera", lo cual es un hecho notorio y además se advierte de la publicación que se encuentra en la página de internet siguiente: <https://lopezobrador.org.mx/secciones/archivo/>, así como de la transcripción que consta en la liga siguiente: <https://lopezobrador.org.mx/2021/05/07/version-estenografica-de-la-conferencia-de-prensa-matutina-del-presidente-andres-manuel-lopez-obrador-525/>

8. El 20 de mayo de 2020, el Presidente Andrés Manuel López Obrador llevó a cabo su conferencia de prensa matutina "mañanera", lo cual es un hecho notorio y además se advierte de la publicación que se encuentra en la página de internet siguiente: <https://lopezobrador.org.mx/secciones/archivo/>, así como de la transcripción que consta en la liga siguiente: <https://lopezobrador.org.mx/2021/05/20/version-estenografica-de-la-conferencia-de-prensa-matutina-del-presidente-andres-manuel-lopez-obrador-534/>

9. El primero de diciembre de 2018 Andrés Manuel López Obrador tomó protesta como Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos por haber ganado las elecciones celebradas en julio de ese mismo año, como candidato de MORENA (Movimiento de Regeneración Nacional); partido que él fundó.

10. En el mes de julio de 2020, Andrés Manuel López Obrador presentó ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) solicitud de registro de la marca AMLO, la cual quedó inscrita en los siguientes expedientes:

c. Expediente 2352336: registro 2111419 para los productos y servicios de educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales.

d. Expediente 2352338: registro 2111420 para los productos y servicios de publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina.

11. El siete de septiembre de dos mil veintiuno, el Consejo General del Instituto Nacional Electoral dio inicio al proceso electoral federal 2020-2021, el cual además es concurrente con los 32 procesos locales.

12. El periodo de campañas federal comprende del 4 de abril al dos de junio del año en curso².

13. El pasado 19 de abril de 2020, el Presidente Andrés Manuel López Obrador llevó a cabo su conferencia de prensa matutina "mañanera", lo cual es un hecho notorio y además se advierte de la publicación que se encuentra en la página de internet <https://lopezobrador.org.mx/secciones/archivo/>, así como de la transcripción que consta en la liga siguiente: <https://lopezobrador.org.mx/2021/04/19/version-estenografica-de-la-conferencia-de-prensa-matutina-del-presidente-andres-manuel-lopez-obrador-511/>

14. El 20 de abril de 2020, el Presidente Andrés Manuel López Obrador llevó a cabo su conferencia de prensa matutina "mañanera", lo cual es un hecho notorio y además se advierte de la publicación que se encuentra en la página de internet siguiente: <https://lopezobrador.org.mx/secciones/archivo/>, así como de la transcripción que consta en la liga siguiente: <https://lopezobrador.org.mx/2021/04/20/version-estenografica-de-la-conferencia-de-prensa-matutina-del-presidente-andres-manuel-lopez-obrador-512/>

15. El 7 de mayo de 2020, el Presidente Andrés Manuel López Obrador llevó a cabo su conferencia de prensa matutina "mañanera", lo cual es un hecho notorio y además se advierte de la publicación que se encuentra en la página de internet siguiente: <https://lopezobrador.org.mx/secciones/archivo/>, así como de la transcripción que consta en la liga siguiente: <https://lopezobrador.org.mx/2021/05/07/version-estenografica-de-la-conferencia-de-prensa-matutina-del-presidente-andres-manuel-lopez-obrador-525/>

16. El 20 de mayo de 2020, el Presidente Andrés Manuel López Obrador llevó a cabo su conferencia de prensa matutina "mañanera", lo cual es un hecho notorio y además se advierte de la publicación que se encuentra en la página de internet siguiente: <https://lopezobrador.org.mx/secciones/archivo/>, así como de la transcripción que consta en la liga siguiente: <https://lopezobrador.org.mx/2021/05/20/version-estenografica-de-la-conferencia-de-prensa-matutina-del-presidente-andres-manuel-lopez-obrador-534/>

² <https://www.ine.mx/voto-y-elecciones/elecciones-2021/eleccion-federal-2021/>

II. Argumentaciones en las cuales se basa la presente denuncia.

En primer lugar, se debe tener presente que la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial establece que, cualquier persona, física o moral puede hacer uso de marcas en la industria, en el comercio o en los servicios que presten, y que su derecho, al uso exclusivo se obtiene mediante su registro en el Instituto. El registro de una marca consiste en obtener el título del signo, palabra, frase, forma, sonido etc. con los cuales se identifica un producto o servicio para distinguirlo de otro.

De conformidad con el artículo 88 de la Ley de Propiedad Industrial una marca es todo signo perceptible por los sentidos y susceptible de representarse de manera que permita determinar el objeto claro y preciso de la protección, que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado. Además, la mencionada ley también prevé que, pueden constituir marcas el nombre propio de una persona física, siempre que no se confunda con una marca registrada o un nombre comercial publicado.

De la búsqueda realizada en la página: <https://marcia.impi.gob.mx/marcas/search/quick>, se advierte la existencia de dos registros marcarios a nombre de Andrés Manuel López Obrador para el uso de la denominación "AMLO".

El primer registro, con número de expediente 2352336, número de registro 2111419 se advierte en el vínculo: <https://marcia.impi.gob.mx/marcas/search/details/RM202002352336?s=3c0dbcfb-8bab-4a3d-ac86-1e1657aa38ac&m=1>, en el cual consta a nombre de Andrés Manuel López Obrador el uso de la denominación AMLO, para los productos y servicios de educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales. La pantalla referida es del tenor siguiente:

The screenshot shows the MARCIA website interface. At the top, there are navigation links: 'Nueva Búsqueda', 'Tus Registros', 'Historial de Búsquedas', 'Marcas y Confecciones', and 'Tu cuenta IMPI'. Below this, a search bar and navigation controls are visible, including 'Regresar a resultados' and 'Resultado 8 de 16'. The main content area is divided into two columns: 'Datos generales' and 'Información del Titular'. The 'Datos generales' column lists: Denominación: AMLO; Número de expediente: 2352336; Número de registro: 2111419; Fecha de presentación: 13/07/2020; Fecha de publicación de la solicitud: 15/07/2020; Fecha de concesión: 21/08/2020; Fecha de terminación: 13/07/2020; Tipo de Solicitud: REGISTRO DE MARCA; Fecha de Inicio de uso: 01/01/1995. The 'Información del Titular' column lists: Nombre: ANDRES MANUEL LOPEZ OBRADOR; Dirección: CUITLAHUAC NUM. EXT. 90 NUM. INT. 26, TORIELLO GUERRA; País: MEXICO. Below this, there is a section for 'Productos y Servicios' with a table header: 'Clase Descripción'. The first row shows: '41 EDUCACION; FORMACION; SERVICIOS DE ENTRETENIMIENTO; ACTIVIDADES'.

El segundo con número de expediente 2352338, registro número 2111420, en el cual se le otorga a Andrés Manuel López Obrador el uso de la denominación

CONSEJO GENERAL
INE/Q-COF-UTF/682/2021

AMLO para las productos y servicios de publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina, y consta en el vínculo:

<https://marcia.impi.gob.mx/marcas/search/details/RM202002352338?s=3c0dbcfb-8bab-4a3d-ac86-1e1657aa38ac&m=1>, el cual arroja la siguiente pantalla:

The screenshot displays the IMPI MARCIA website interface. At the top, there are navigation links: 'Nueva búsqueda', 'Mis favoritos', 'Historial de búsquedas', 'Términos y Condiciones', 'Iniciando PAJE', and 'E+'. The main content area is titled 'Resultado 3 de 16' and includes a 'Regresar a resultados' button. The details are organized into two columns: 'Datos generales' and 'Información del titular'. The 'Datos generales' section includes fields for Denominación (AMLO), Número de expediente (2352338), Número de registro (2111420), Fecha de presentación (13/7/2020), Fecha de publicación de la solicitud (16/07/2020), Fecha de concesión (21/08/2020), Fecha de terminación (13/07/2030), Tipo de Solicitud (REGISTRO DE MARCA), and Fecha de inicio de uso (01/01/1995). The 'Información del titular' section includes Nombre (ANDRES MANUEL LOPEZ OBRADOR), Dirección (CUITLAHUAC NUM. EXT. 90 NUM. INT. 26, TORIELLO QUERRA), and País (MEXICO). Below this, there is a section for 'Productos y Servicios' with a table header 'Clase Descripción' and one entry: '35 PUBLICIDAD; GESTION DE NEGOCIOS COMERCIALES; ADMINISTRACION COMERCIAL;'. The bottom of the page shows a partial URL: 'https://marcia.impi.gob.mx/marcas/search/details/RM202002352338?s=3c0dbcfb-8bab-4a3d-ac86-1e1657aa38ac&m=1'.

Los anteriores registros constituyen hechos notorios, en términos de lo dispuesto en el artículo 88 del Código Federal de Procedimientos Civiles y según la jurisprudencia emitida por el Pleno de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, de la novena época, número P./J. 74/2006, publicada en el Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, tomo XXIII, Junio de 2006, página 963, de rubro y texto siguientes:

"HECHOS NOTORIOS. CONCEPTOS GENERAL Y JURÍDICO. Conforme al artículo 88 del Código Federal de Procedimientos Civiles los tribunales pueden invocar hechos notorios, aunque no hayan sido alegados ni probados por las partes. Por hechos notorios deben entenderse, en general, aquellos que por el conocimiento humano se consideran ciertos e indiscutibles, ya sea que pertenezcan a la historia, a la ciencia, a la naturaleza, a las vicisitudes de la vida pública actual o a circunstancias comúnmente conocidas en un determinado lugar, de modo que toda persona de ese medio esté en condiciones de saberla; y desde el punto de vista jurídico, hecho notorio es

cualquier acontecimiento de dominio público conocido por todos o casi todos los miembros de un círculo social en el momento en que va a pronunciarse la decisión judicial, respecto del cual no hay duda ni discusión; de manera que al ser notorio la ley exime de su prueba, por ser del conocimiento público en el medio social donde ocurrió o donde se tramita el procedimiento."

*De lo anterior se advierte claramente que, **"AMLO" es una marca registrada por Andrés Manuel López Obrador, en términos de la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial, para todos los efectos y obligaciones previstas en dicha normatividad**, lo cual, entre otras ventajas, le permite que como titular obtenga beneficios económicos por el uso de esta. Lo anterior toda vez que, una marca es un signo que permite diferenciar un producto, idea servicio o concepto del resto y por tanto, su registro le confiere al titular el derecho exclusivo de utilizarla y beneficiarse de ella.*

De ahí es dable concluir que, Andrés Manuel López Obrador realizó el trámite de registro marcario con el objeto de proteger su marca "AMLO" y de obtener el derecho de utilizar y beneficiarse de ella.

Por otro lado, el artículo 41, base 11, de la Constitución General establece como prerrogativa de los partidos políticos recibir financiamiento público para el desarrollo de sus actividades ordinarias, específicas y de campaña. El financiamiento público se otorga conforme a las reglas específicas para cada gasto etiquetado.

Por su parte, los artículos 53 y 56 de la Ley General de Partidos Políticos establecen que las leyes garantizarán que los institutos políticos nacionales cuenten con elementos para llevar a cabo sus actividades y señalará las reglas a que se sujetará el financiamiento. Los partidos políticos podrán recibir financiamiento que no provenga del erario, únicamente en los casos siguientes:

- 1. Militancia: aportaciones o cuotas individuales y obligatorias, ordinarias o en especie.*
- 2. Simpatizantes: aportaciones voluntarias y personales en efectivo o en especie.*
- 3. Autofinanciamiento.*
- 4. Financiamiento por rendimientos financieros.*

El sistema de financiamiento de partidos previstos en la constitución y en la ley ha privilegiado la utilización de recursos públicos sobre los de origen privado, lo cual no excluye que los partidos políticos puedan recibir financiamiento privado; sin embargo, este está sujeto a los límites anuales e individuales establecidos en el artículo 56 de la mencionada ley.

El sistema electoral también establece prohibiciones en materia de financiamiento privado, siendo estas:

- 1. Aportaciones en efectivo o en especie de personas no identificadas.*
- 2. Aportaciones en efectivo o en especie de entes prohibidos por la Ley.*

En ese sentido, el artículo 54 de la Ley General de Partidos Políticos establece un catálogo de entes que no podrán realizar aportaciones o donativos a los partidos políticos ni a los aspirantes, precandidatos o candidatos a cargos de elección popular, en dinero o en especie, por sí o por interpósita persona y, en ninguna circunstancia, las cuales son las siguientes:

- 1. Los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial de la Federación y de las entidades federativas, y los ayuntamientos, salvo en el caso del financiamiento público establecido en la Constitución General y la Ley.*
- 2. Las dependencias, entidades u organismos de la Administración Pública Federal, estatal o municipal, centralizada o paraestatal, y los órganos de gobierno de la Ciudad de México.*
- 3. Los organismos autónomos federales, estatales y de la Ciudad de México.*
- 4. Los partidos políticos, personas físicas o morales extranjeras.*
- 5. Los organismos internacionales de cualquier naturaleza.*
- 6. Las personas morales.*
- 7. Las personas que vivan o trabajen en el extranjero.*

Esta limitante permite a la autoridad electoral tener certeza del origen de los recursos que ingresan a los partidos políticos, evitando que el actuar de estos quede sujeto a intereses ajenos al sistema constitucional de partidos, pues el resultado sería contraproducente e incompatible con el adecuado desarrollo del Estado constitucional democrático.

*La prohibición de realizar aportaciones que beneficien económicamente a los partidos por parte de entes no permitidos, si bien atiende a los principios de legalidad, prevalencia y certeza del sistema de financiamiento a candidatos en México, **tiene como objeto evitar la injerencia de grupos de poder económicos, gubernamentales u otros en la contienda electoral y así garantizar en caso de que los contendientes resulten ganadores, el desempeño imparcial de sus funciones.***

Así, en materia de fiscalización el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación ha precisado los elementos que deben ocurrir para que se actualice una aportación en efectivo o en especie por un ente prohibido, las cuales son las siguientes:

- Objeto: existencia de un bien o cosa fungible o no fungible, tangible o no tangible que produzca un beneficio a un sujeto obligado en materia de fiscalización.

- Tercero: que el propietario del objeto sea un ente prohibido por la ley.

Sujeto: que el beneficiado por el objeto sea un sujeto obligado en materia de fiscalización.

- Tipo de conducta (acción u omisión): para la naturaleza de las aportaciones, directas o indirectas, se trata de acciones u omisiones por parte del tercero y del sujeto que permiten que el beneficio acontezca.

- Beneficio: que el objeto favorezca al sujeto obligado de forma económica, política o propagandística y representa un concepto de gasto que en condiciones ordinarias hubiera tenido que pagar de sus recursos (financiamiento) al tercero para obtenerlo. - - Deslinde: que el tercero o el sujeto obligado hayan sido omisos en rechazar la existencia del beneficio acontecido.

En este contexto, la prohibición establecida en el artículo 54 de la Ley General de Partidos, en relación con lo previsto en los artículos 25, numeral 1, inciso i) de dicha Ley, así como los artículos 380 numeral 1, incisos c) y d), 394 y 401 de la LEGIPE, **se circunscribe a que los sujetos obligados no pueden, bajo ninguna circunstancia recibir ninguna aportación o donativo en dinero o en especie, así como de cualquier clase de apoyo económico, político o propagandístico, de parte de los sujetos que cuentan con prohibición legal para realizarlo.**

Incluso, la propia LEGIPE establece la obligación de los partidos y candidatos que reciben un apoyo económico, político o propagandístico de rechazar expresamente tal beneficio.

Respecto a la propaganda, el artículo 242, inciso 3, de la LEGIPE establece que la propaganda electoral es 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.**

A partir del análisis jurídico precisado, en el caso existe una clara violación al marco Constitucional y legal apuntado pues, **un sujeto con una prohibición legal para realizar aportaciones a campañas, partidos o candidatos - Andrés Manuel López Obrador, titular del Poder Ejecutivo Federal- poseedor de un registro marcario, utilizó su marca registrada "AMLO" para hacer publicidad comercial como propaganda electoral, lo cual:**

1. Constituye una violación al marco constitucional y legal.

2. Se traduce en un beneficio económico susceptible de ser cuantificado en el tope de gastos de campaña.

El tope de gastos de campaña, como su nombre lo indica, se refiere a la cantidad de gasto que la autoridad administrativa electoral establece como límite.

De conformidad con el artículo 199 del Reglamento de Fiscalización se entienden como gastos de campaña en términos generales los realizados en:

1. Propaganda electoral.
2. Gastos operativos de campaña.
3. Producción de spots.
4. Anuncios en internet.
5. Estudios, sondeos y encuestas.
6. Gastos de la jornada electoral.

Ahora bien, el artículo 106, numeral 2, del mismo ordenamiento señala que si una **aportación en especie representa un beneficio para una precampaña o campaña, se acumulará a los gastos en los informes respectivos y computará para el tope del gasto correspondiente.**

Al respecto, existen diversas formas de documentar egresos relacionados con una candidatura. Por una parte, el pago por parte del partido político o candidato por concepto de productos y servicios y, por otra, la cuantificación de aportaciones en especie. Todos los pagos y las aportaciones se toman en cuenta tanto los reportados de forma voluntaria, como **los identificados por la autoridad fiscalizadora a través de sus facultades de investigación; además, las aportaciones, no obstante, provengan de un ente prohibido, en caso de beneficiar a la campaña debe computarse el monto del beneficio al tope.**

Cabe tener presente que, la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación al resolver el SUP-REC-887/2018 y acumulados, **reconoció que el uso especial de algún bien, servicio u objeto comercial se califica como un acto de aprovechamiento de la reputación ajena o de uso indebido de marcas comerciales y que, el aprovechamiento de una marca, por ende, se debe cuantificar** para efectos de la fiscalización a partir de los siguientes elementos:

a. Circunstancias de aparición: debe valorarse si el uso es meramente contingente derivado de un acto o evento que puede explicar su difusión, o bien, al menos en principio y directamente, no se advierte algún motivo razonable aparente de su presencia. En otras palabras, si una publicación contiene una

marca aprovechada por su valor y no solo como un elemento contingente o marginal de la publicación, es decir, debe analizarse si se presentan con motivo de un suceso o evento considerablemente causal o por el contrario las marcas aparecen sin más razón evidente que la voluntad del actor político de presentarlas.

b. Autoidentificación: *Si el candidato, partido o actor político se identifica con las marcas, a través del uso que les otorga, en cuanto elemento de identificación con una comunidad. En efecto, con independencia del primer elemento, una característica que contribuye de manera determinante a definir la naturaleza de la presencia de una marca comercial se actualiza por la forma en la que el actor político la utiliza, es decir, a partir de la voluntad de quien la destaca o el papel con el que aparece en la propaganda.*

c. Sistemática: *Resulta necesario estudiar, a partir de una perspectiva más amplia, el contexto y frecuencia específica en la que el actor ha venido usando o no determinadas marcas. Lo anterior, con el propósito de advertir la época y modalidades con las que el actor político se ha manifestado previamente a la campaña política en la que se realiza su uso o inclusive durante la misma. La sistematicidad puede analizarse desde dos consideraciones: 1) que la utilización de una marca se realice de forma frecuente o, 2) que lo recurrente sea la utilización de varias marcas como estrategia política en una campaña. En ese contexto, la sistematicidad se cumple cuando un actor político utiliza una sola marca de manera reiterada o bien, cuando existe el uso de varias marcas, aunque alguna o algunas de ellas sean utilizadas solo una vez, pero que, de un análisis integral, se desprenda un uso reiterado.*

d. Intención deliberada de aprovechamiento: *En este paso, más allá de la existencia de un evento, fecha o suceso que explique con cierta razonabilidad la existencia de la propaganda, como un elemento menor a considerar (dado que depende completamente del escenario buscado por el actor), debe considerarse la oportunidad con la que aparece una marca comercial. En otras palabras, resulta explicable que, en un discurso o presentación de un proyecto para un sector profesional de la población, el candidato se acompañe de objetos vinculados al tema y, por ende, que en las publicaciones aparezcan ciertas marcas.*

En suma, existen elementos que permiten distinguir cuándo estamos ante un comportamiento anómalo de aprovechamiento de una marca y que, por tanto, deben ser considerados como una aportación o recepción de aportación para una campaña política. Esto es, los candidatos se benefician de los productos o servicios de terceros que pueden verse reflejados en la obtención de votos o en la generación de un vínculo aparente o real entre las candidaturas y la parte aportante, que presuma la existencia de un compromiso que afecte la imparcialidad del actuar del contendiente en caso de ganar la educación.

Ahora bien, en el caso existe un uso indebido de la marca AMLO de manera intencionada, sistemática y con el objeto de generar un beneficio directo en todas las campañas de diputados federales del partido MORENA y la coalición "Juntos hacemos historia", tal y como se advierte de los siguientes fragmentos de las conferencias matutinas "mañaneras" del Titular del Ejecutivo Federal, Andrés Manuel López Obrador:

Fragmento "mañanera" 19-04-2021	Observaciones
<p><i>Es como lo del Poder Legislativo. Me dio mucho gusto que le preguntaron a la gente, al pueblo de México, si querían que en el próximo Congreso ya no tuviésemos nosotros representación, que es lo que los conservadores están planteando, se unieron para que no tengamos mayoría en el Congreso, sobre todo en la Cámara de Diputados.</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. La información difundida no tiene carácter institucional; por el contrario, aún cuando es el Presidente de los Estados Unidos Mexicanos y representa a todos los mexicanos habla en primera persona del plural refiriéndose a una unidad partidista entre el Congreso y el titular del ejecutivo federal. 2. Es indirectamente propaganda para el partido MORENA, pues se refiere a la unidad que existe entre dicho partido y la eficiencia de la Presidencia, lo cual es un elemento de propaganda para el partido. 3. Esta información se dirige a incidir en las preferencias electorales de la ciudadanía. 4. Aún cuando el pronunciamiento de referencia deriva de la respuesta a una pregunta formulada por un reportero, no tiene ningún fin informativo, por el contrario, busca exaltar y promocionar la integración del Congreso con una mayoría de integrantes afines a sus intereses "no tengamos mayoría".
<p><i>¿Por qué?, ¿por qué están unidos todos en contra? Porque en la Cámara de Diputados se aprueba el presupuesto. ¿Y qué quieren? Que el presupuesto va no se dirija a los pobres, hablando con claridad, quieren que el presupuesto siga destinándose a los de arriba, eso es lo que quieren, añoran las partidas de moches, eso es lo que está en cuestión en la próxima elección.</i></p> <p><i>Ni siquiera les importa quién va a ser gobernador, quién va a ser presidente municipal, quién va a ser diputado local, lo que les importa –me refiero a los camajanes, a los machuchones, a los jefes del partido conservador- lo que quieren es que no tengamos nosotros ninguna participación en la cámara y que ellos controlen la cámara.</i></p> <p><i>¿Para qué? Pues para lo que han hecho: no darle nada a la gente que lo necesita.</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. La información difundida no tiene carácter institucional, se utilizan frases constitutivas de propaganda política o electoral, por ejemplo: "quieren que no tengamos participación en la cámara". 2. Se difunden logros de gobierno, por ejemplo, la iniciativa para que se entreguen pensiones a adultos mayores, las pensiones para niñas y niños con discapacidad, la entrega de becas a estudiantes de familias pobres. Además, a través de la mención de dichos programas se busca incidir en las preferencias electorales de la ciudadanía, como la de valorar positivamente a la integración actual de la Cámara de Diputados. 3. En el caso se hace promoción y se justifica su actuar haciendo mención a los programas de gobierno que ha promovido. <p>Además, en el caso se están realizando manifestaciones subjetivas por parte de un servidor público que pueden ser vistas como engañosas para al electorado respecto de las capacidades, aptitudes o conductas de los</p>

**CONSEJO GENERAL
INE/Q-COF-UTF/682/2021**

<p><u>Cuando propuse una iniciativa para que se entregaran pensiones a adultos mayores y que sea un derecho constitucional; y pensiones para niñas y niños con discapacidad, y que sea un derecho constitucional; la entrega de becas a estudiantes de familias pobres y que sea un derecho constitucional el que se tenga atención médica y medicamentos gratuitos, los del partido conservador votaron en contra. No estoy inventando nada. Entonces, por eso están unidos.</u></p>	<p>partidos contendientes, lo cual vicia la voluntad del electorado en perjuicio de la libertad y autenticidad del sufragio.</p> <p>Finalmente es importante destacar que en el mensaje se habla en primera persona del plural para referirse a los candidatos de MORENA, incluyéndose él como parte de ellos, aún cuando es el Presidente y no representa a un grupo o partido políticos, sino a todos los ciudadanos mexicanos.</p>
--	---

Fragmento “mañanera” 20-04-2021”	Observaciones
<p><i>INTERLOCUTOR: Está, por ejemplo, la presentación de la encuesta el día de ayer.</i></p> <p>PRESIDENTE ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR: Sí, pero es eso. ¿Para qué REFORMA hace esa pregunta?, o sea, me refiero en, en... A ver, <u>la oposición que nosotros tenemos del partido conservador difunde que si no nos quitan la cámara nosotros les vamos a quitar el país. Es una campaña, por eso se unieron. No estoy inventando nada. Hasta los veteranos fueron convocados del partido conservador, todos, para quitarnos la mayoría, según ellos, en el Congreso, en particular en la Cámara de Diputados.</u></p> <p><i>Les voy a mostrar cuál es el eje de su campaña. Ya les dije, no se unieron los de partido conservador con sus voceros, intelectuales orgánicos, todos, para ver quién gana una gubernatura, presidencias municipales, diputaciones locales, no, no, no, el propósito es la Cámara de Diputados porque <u>les incomoda muchísimo, sobre todo la política social.</u></i></p> <p><u>Les genera mucho coraje el que se ayude a los jóvenes, el que se dé pensión a los adultos mayores, el que se den las becas a los estudiantes de familias humildes. Les molesta, aunque parezca increíble, la atención médica y los medicamentos gratuitos. Tan es así, que cuando se planteó una reforma constitucional, sus representantes en la Cámara de Diputados votaron en contra, en contra de la pensión de los adultos mayores. No estoy inventando nada. En contra de la pensión a niñas, a niños con</u></p>	<p>1. La información difundida no tiene carácter institucional, se utilizan frases constitutivas de propaganda política o electoral, por ejemplo: “<i>la oposición que nosotros tenemos del partido conservador difunde que si no nos quitan la cámara nosotros les vamos a quitar el país</i>”.</p> <p>2. Se difunden logros de gobierno, por ejemplo, jóvenes, la pensión a los adultos mayores, las becas a los estudiantes de familias humildes, la atención médica y los medicamentos gratuitos. Además, a través de la mención de dichos programas se busca incidir en las preferencias electorales de la ciudadanía, como la de valorar positivamente a la integración actual de la Cámara de Diputados.</p> <p>3. En el caso se hace promoción y se justifica su actuar haciendo mención a los programas de gobierno que ha promovido.</p> <p>Además, en el caso se están realizando manifestaciones subjetivas por parte de un servidor público que pueden ser vistas como engañosas para al electorado respecto de las capacidades, aptitudes o conductas de los partidos contendientes, lo cual vicia la voluntad del electorado en perjuicio de la libertad y autenticidad del sufragio.</p> <p>También es importante destacar que en el mensaje se habla en primera persona del plural para referirse a los candidatos de MORENA, incluyéndose él como parte de ellos, aún cuando es el Presidente y no representa a un grupo o partido políticos, sino a todos los ciudadanos mexicanos.</p>

<p><i>discapacidad, en contra de las becas, en contra de la salud pública y gratuita.</i></p> <p><i>Entonces, ellos quisieran manejar el presupuesto. La gente tiene que saber -y ya cada vez hay más información- de que la función principal de la Cámara de Diputados, la facultad exclusiva de la Cámara de Diputados -no tiene que ver con el Senado, nada más con la Cámara de Diputados- es aprobar el presupuesto. Entonces, la disputa está en el manejo del presupuesto.</i></p> <p><i>Entonces, <u>si ellos tienen mayoría, los del partido conservador, pues ellos van a manejar el presupuesto.</u></i></p> <p><i>¿Cómo lo van a manejar?</i></p> <p><i>Como lo manejaban antes, <u>con partidas de moches, a todos. Había partidas de moches a los mismos legisladores, a gobernadores, a presidentes municipales, ah, pero también había moche para las organizaciones no gubernamentales.</u> Entonces, al pueblo no le llegaba nada, sólo repartían migajas cuando había elecciones, como en esta temporada.</i></p> <p><i>Esto es lo que está en cuestión, eso fue lo que los unió. <u>Además, en la cámara es donde ellos mantuvieron por años los privilegios, la impunidad.</u> ¿Ustedes creen que les gustó que se reformara al artículo 28 de la Constitución para que ya no haya condonaciones de impuestos, cuando ellos condonaban miles de millones de pesos a sus jefes? Me refiero a los legisladores que aprobaron todo eso de condonar impuestos. Entonces, ese es el fondo.</i></p> <p><i>Entonces, desde antes de que empezara la campaña se empezaron a agrupar los del partido conservador con ese propósito, ellos mismos lo han confesado.</i></p> <p><i>(...)</i></p> <p><i>¿Por qué hablo sobre todo esto?</i></p> <p><i>Porque me llamó mucho la atención que en las preguntas que hace en su encuesta el periódico REFORMA hay esa pregunta sobre la cámara, que eso fue lo que dimos a conocer ayer, no dimos a conocer quién va arriba en las encuestas o en esa encuesta</i></p>	<p>Finalmente, en diversas ocasiones el Presidente ha dejado claro que el partido conservador está integrado por el PAN, PRI y otros, por lo tanto, en el imaginario colectivo existe una relación entre estos, lo que hace claro que existen pronunciamiento relacionados con el proceso electoral que buscan incidir en las campañas.</p>
---	---

<p>del REFORMA, qué partido va a arriba, porque eso no nos corresponde, ni siquiera de qué opina la gente del presidente. No. Dimos a conocer esta encuesta, esta pregunta, porque me llamó la atención, porque todo va enfocado a la cámara.</p> <p>Entonces, ojalá y lo del instituto electoral pues comprendan toda esta circunstancia. Y, de todas maneras, nosotros en lo partidista nada de los partidos. <u>Hablo del partido conservador porque pues ese no tiene registro, nada más que es el mero mero.</u></p>	
<p>INTERLOCUTOR: ¿Pero no es como darle la vuelta a la ley electoral hablando de un partido conservador?</p> <p>PRESIDENTE ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR: Pues el que se considere conservador que levante la mano. Miren, pero ¿no está el Twitter? 'Si lo dejamos sin la Cámara...' A ver, ponlo. 'O lo dejamos sin la Cámara -a ya sabes quién- o nos deja sin país.' Pero a ver si está el tuit.</p> <p>Por eso les comento, ayuden, que todos actuemos con imparcialidad. Bueno ya, porque... Nada más a ver si está el... Para que... No es nada más una foto ¿no?</p> <p>Ahí está, pero es la esencia, o sea, todos los escritores conservadores, intelectuales orgánicos traen lo mismo: <u>'Vamos a unirnos porque, si tiene la cámara, pues entonces va a poder continuar con los programas sociales, va a continuar la transformación' y lo que quieren es pararnos, detenernos.</u> Entonces, la gente, cuando le pregunta el REFORMA sí... <u>A ver, pon la pregunta otra vez, o sea, de la encuesta que hizo el periódico REFORMA.</u></p> <p>Entre otras preguntas, que no voy a poner las preferencias electorales, porque ahí sí les va a dar un patatús, si las pongo se... Pero fíjense esta pregunta. ¿A qué viene?, ¿por qué la pregunta?</p> <p><u>'¿Qué cree que es mejor para el país, que ese partido conserve el control de la Cámara de Diputados para apoyar las políticas del presidente o que la oposición</u></p>	

**CONSEJO GENERAL
INE/Q-COF-UTF/682/2021**

<p><u>la controle para limitar el poder del presidente?’</u></p> <p>¿Qué contesta la gente?</p> <p><u>Que ese partido conserve el control de la cámara, 49 por ciento.</u> Que la oposición controle la cámara, 38 por ciento.</p> <p>Aquí está todo, esta es la esencia. Por eso la pregunta del REFORMA porque, con todo respeto, el REFORMA es vocero del partido conservador; pero no de ahora, de siempre.</p>	
---	--

7 de mayo de 2021

Fragmento “mañanera” 7-05-2021	Observaciones
<p>PRESIDENTE ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR: <i>¿No tienes la nota? Sí, ahorita la vemos en los términos.</i></p> <p><i>Pues es solicitándoles información y dándoles a conocer que se trata de un grupo político contrario al gobierno.</i></p> <p><i>(...) todos, porque se propusieron hacer un frente -esto es público, es notorio- para que no alcanzara un partido o varios partidos afines al gobierno que están apoyando la transformación, <u>que no alcanzaran mayoría en la cámara para que no pudiésemos nosotros utilizar el presupuesto en beneficio de los pobres. ese es todo el plan, nos quieren quitar el presupuesto y por eso se agruparon. ¿No tienes la tacita?</u></i></p> <p><i>Eso es lo que está en el fondo, entonces evidentemente es un asunto político.</i></p> <p><i>(...)”</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. La información difundida no tiene carácter institucional; por el contrario, aún cuando es el Presidente de los Estados Unidos Mexicanos y representa a todos los mexicanos habla en primera persona del plural refiriéndose a una unidad partidista entre el Congreso y él titular del ejecutivo federal. 2. Es indirectamente propaganda para el partido MORENA, pues se refiere a la unidad que existe entre dicho partido y la eficiencia de la Presidencia, lo cual es un elemento de propaganda para el partido. 3. Esta información se dirige a incidir en las preferencias electorales de la ciudadanía.

20 de mayo de 2021

Fragmento “mañanera” 20-05-2021	Observaciones
<p>PRESIDENTE ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR: <i>Aquí lo hemos dicho, parte del agrupamiento tiene como propósito el que ellos tengan mayoría en la Cámara de Diputados porque la Cámara de Diputados tiene como facultad exclusiva la aprobación</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. La información difundida no tiene carácter institucional; por el contrario, aún cuando es el Presidente de los Estados Unidos Mexicanos y representa a todos los mexicanos habla en primera persona del plural refiriéndose a una unidad partidista entre el Congreso y él titular del ejecutivo federal.

<p><i>del presupuesto y no quieren que el presupuesto se destine a apoyar a los pobres.</i></p> <p><i>Y no estoy inventando nada, cuando se hizo una reforma al artículo 4º constitucional, que enviamos una iniciativa para que la pensión a los adultos mayores, la pensión a niñas, a niños con discapacidad, las becas para estudiantes de familias humildes y la atención médica y los medicamentos fuesen gratuitos, votaron en contra en la Cámara de Diputados los que forman parte de este bloque.</i></p> <p><i>Están en contra de las pensiones a los adultos mayores, están en contra de las becas, están en contra del Sembrando Vida, están en contra del Jóvenes Construyendo el Futuro, dicen que para qué se les está apoyando a los 'ninis', porque esa es su concepción de ellos. Por eso hablo de que son conservadores, porque ese es el pensamiento que viene desde el porfiriato, de no ayudar con el presupuesto público a los pobres, ellos son partidarios del libre mercado.</i></p> <p><i>(...).</i></p> <p><i>Entonces, nosotros llegamos aquí defendiendo un proyecto nuevo, distinto, en favor del pueblo, no engañamos a nadie, lo que estamos haciendo es lo que hemos pensado durante años, lo que hemos predicado durante años. Entonces, ellos están inconformes porque quieren manejar el presupuesto.</i></p> <p><i>(...)"</i></p>	<p>2. Es indirectamente propaganda para el partido MORENA, pues se refiere a la unidad que existe entre dicho partido y la eficiencia de la Presidencia, lo cual es un elemento de propaganda para el partido.</p> <p>3. Esta información se dirige a incidir en las preferencias electorales de la ciudadanía.</p>
--	---

Ahora bien, la información transcrita en los cuadros precedentes se encuentra en la página <https://lopezobrador.org.mx/transcripciones/>, que constituye un hecho notorio, en el cual se advierte en la parte superior izquierda el uso de la marca comercial AMLO, para identificar y promocionar el contenido de toda la información ahí establecida.



También se puede advertir del contenido integral de las grabaciones que se encuentran en la página <https://lopezobrador.org.mx/temas/amlo-mananera/>, que constituye un hecho notorio, y en la cual también se advierte el uso de la marca comercial AMLO, para identificar y promocionar el contenido de toda información ahí establecida.



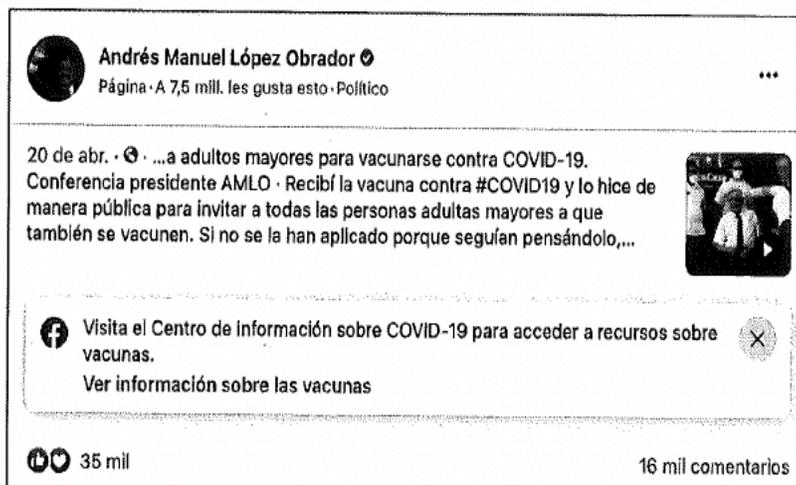
Cabe destacar que dichas conferencias mañaneras fueron además replicadas en youtube, Facebook, Twitter y transmitidas en medios de información de radio y televisión y de las cuales se advierte la relación y uso de la marca AMLO junto

con pronunciamientos direccionados a influir en la contienda para diputados federales.

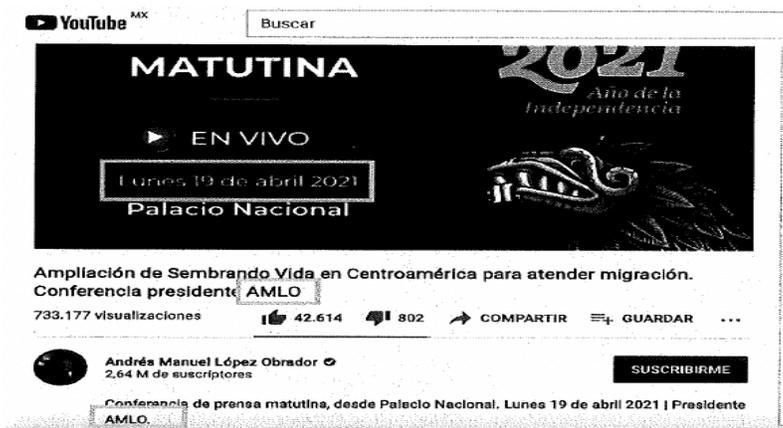
En esa línea de manera enunciativa más no limitativa destacan los siguientes ejemplos:

- <https://www.facebook.com/lopezobrador.org.mx>
- <https://youtube.com/c/lopezobrador>
- <https://twitter.com/lopezobrador>

- Facebook



- Youtube



YouTube ^{MX}

Martes 20 de abril 2021
Palacio Nacional

COVID-19
Obtén la información más reciente de la Secretaría de Salud sobre el COVID-19 [MÁS INFORMACIÓN](#)

Mira más recursos en Google

Invitación a adultos mayores para vacunarse contra COVID-19. Conferencia presidente AMLO

811.535 visualizaciones 47.223 844 COMPARTIR GUARDAR ...

Andrés Manuel López Obrador
2,64 M de suscriptores [SUSCRIBIRME](#)

Conferencia de prensa matutina, desde Palacio Nacional. Martes 20 de abril 2021 | Presidente AMLO.

YouTube ^{MX}

MATUTINA **2021**
Año de la Independencia

EN VIVO

Viernes 7 de mayo 2021
Palacio Nacional

Gobiernos extranjeros no deben financiar organizaciones políticas. Conferencia presidente AMLO

1.037.942 visualizaciones 47.994 1147 COMPARTIR GUARDAR ...

Andrés Manuel López Obrador
2,64 M de suscriptores [SUSCRIBIRME](#)

Conferencia de prensa matutina, desde Palacio Nacional. Viernes 7 de mayo 2021 | Presidente AMLO.

De manera específica, en las conferencias matutinas citadas se advierten mensajes como: “se unieron para que no tengamos mayoría en el Congreso, sobre todo en la Cámara de Diputados”; “quieren que no tengamos nosotros ninguna participación en la cámara”; “nos quieren quitar el presupuesto y por eso se agruparon”; lo cual, si se analiza a partir del contenido total de la página en la cual se advierten menciones específicas a las marcas comerciales “AMLO”, se advierte una asociación entre el contexto electoral y las marcas comerciales.

Esto es, se usa la marca comercial para posicionar en el electorado ideas y opiniones que tienen a beneficiar un proyecto específico –a los candidatos a diputados federales de Morena y la coalición “Juntos hacemos historia”-.

De manera específica, el uso de la marca comercial AMLO en beneficio de los candidatos a diputados federales por el partido Morena y la Coalición Juntos hacemos historia, se acredita de la siguiente forma:

- 1. Las publicaciones mencionadas constituyen propaganda electoral pues son **publicaciones, imágenes, grabaciones y expresiones que durante la campaña electoral se difundieron, con el propósito de presentar ante la ciudadanía un proyecto ideológico y una postura a favor de los candidatos a Diputados Federales por el partido Morena y la Coalición “Juntos hacemos historia”**, elementos referidos en el párrafo 3, del artículo 242 de la LEGIPE.*
- 2. Las publicaciones a estudio **cuentan con publicidad integrada, lo cual hace que sea imposible que el público haga una disociación de la publicidad comercial**, de tal forma que es susceptible de ser percibida como una unidad por parte del electorado. Esto es, de la propaganda se desprende una autoidentificación con las marcas, como aspecto central de su posicionamiento político –relación entre la marca AMLO y el mensaje electoral-. Basta ver los comentarios emitidos por la ciudadanía, vinculados con las publicaciones para advertir y tener por demostrada la integración entre la marca comercial y el mensaje electoral.*
- 3. **Existe voluntad expresa del titular de la marca – Andrés Manuel López Obrador-, para la integración de la propaganda comercial con la electoral**, así se actualiza un patrocinio expreso a los candidatos a diputados federales del partido Morena y de la Coalición “Juntos hacemos historia” y, por consiguiente, un beneficio, susceptible de una valoración económica, que tuvo como efecto incrementar su presencia ante el electorado.*
- 4. **En el contexto de las publicaciones se advierte una intención objetiva, manifiesta y sistemática del titular de las marcas, de identificarlas con las candidaturas a diputados federales de Morena y de la Coalición, mediante su difusión o cobertura en radio, televisión y redes sociales o diversos medios de comunicación**, pues el mismo es exacto y preciso en el posicionamiento electoral y en darle difusión junto con la marca AMLO. Esto es, se advierten elementos objetivos que permiten concluir que la aparición de las marcas se hizo como parte de una estrategia de propaganda electoral y con intención deliberada, con la finalidad de impactar en el electorado.*
- 5. No existió ningún pronunciamiento por parte de Morena o de alguno de los partidos integrantes de la coalición “Juntos hacemos historia” que se deslindara de dichos pronunciamientos o que manifestaran su inconformidad por la violación al marco Constitucional o legal; por el contrario, mostraron*

conformidad y aceptación, por lo cual es posible establecer que el partido no fue garante de la conducta (culpa in vigilando).

Así, en el caso, es claro que se utilizaron elementos que identificaban la frase protegida por el IMPI “AMLO” con posturas ideológicas y políticas, directamente vinculadas con Morena y los partidos aliados, por lo cual, su uso puede calificarse válidamente como propaganda electoral, ya que sí representa una forma de comunicación persuasiva tendente a promover actitudes en beneficio de su postulación.

Sirve de apoyo a lo anterior la tesis jurisprudencia 37/2010 de rubro y texto siguientes:

“PROPAGANDA ELECTORAL. COMPENDE LA DIFUSIÓN COMERCIAL QUE SE REALIZA EN EL CONTEXTO DE UNA CAMPAÑA COMICIAL CUANDO CONTIENE ELEMENTOS QUE SE REVELAN LA INTENCIÓN DE PROMOVER UNA CANDIDATURA O UN PARTIDO POLÍTICO ANTE LA CIUDADANÍA.- En términos del artículo 228, párrafos 3 y 4, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos electorales, la propaganda electoral es el conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que durante la campaña electoral se difunden con el propósito de presentar ante la ciudadanía, las candidaturas registradas; esto es, se trata de una forma de comunicación persuasiva para obtener el voto del electorado o desalentar la preferencia hacia un candidato, coalición o partido político. En este sentido, se debe considerar como propaganda electoral, todo acto de que se realice en el marco de una campaña comicial, con independencia de que se desenvuelva en el ámbito de la actividad comercial, publicitaria o de promoción empresarial, cuando en su difusión se muestre objetivamente que se efectúa también con la intención de promover una candidatura o un partido político ante la ciudadanía, por incluir signos, emblemas y expresiones que los identifican, aun cuando tales elementos se introduzcan en el mensaje de manera marginal o circunstancial.”

Ahora bien, derivado de lo anterior se puede concluir que en el caso se actualiza una aportación en especie en beneficio de los candidatos a diputados federales por el partido Morena y la Coalición Juntos hacemos historia, toda vez que:

- 1. Se difundió propaganda electoral a través del uso de la marca “AMLO”**
(propaganda integrada con fines electorales).
- 2. La propaganda fue realizada por Andrés Manuel López Obrador, poseedor del registro marcario y en su calidad de titular del Poder Ejecutivo Federal (sujeto con prohibición legal para realizar aportaciones a partidos, candidatos o campañas).*

3. **Son sujetos beneficiados de dicha publicidad los candidatos a diputados federales de Morena y los candidatos de la coalición “Juntos hacemos historia”, pues en la propaganda emitida se mencionó su proyecto y su labor.**
4. En el caso concreto **existe una acción deliberada y sistemática por parte de Andrés Manuel López Obrador, titular del Ejecutivo Federal, pues formuló diversos pronunciamientos vinculando la marca AMLO con los mensajes de índole electoral.**
5. **Existió un claro beneficio para todos los candidatos a diputados federales del partido Morena y de la Coalición “Juntos hacemos historia”, al apropiarse y aprovecharse de la reputación de la marca AMLO, lo cual representa un beneficio económico susceptible de cuantificarse.**
6. En atención a las características particulares del asunto **no se advierte un deslinde jurídico, oportuno, idóneo y eficaz por parte de beneficiados**³

Además, a partir de un ejercicio interpretativo de los actos del Presidente de la República, no cabe **sostener un uso ordinario de la marca ni la difusión aislada de propaganda electoral, sino que, por el contrario, los diferentes pronunciamientos incluyen expresiones que de forma clara y directa identifican al partido Morena y a la coalición “Juntos hacemos historia” con la marca AMLO,** lo cual, se vincula con la marca que está sujeta a las regulaciones en materia de propiedad industrial.

En efecto, con base en las reglas de la sana crítica y de la experiencia, así como de la lógica y del recto raciocinio, **es válido determinar que la intención del Presidente fue la introducción de varios mensajes en beneficio de Morena de la coalición juntos hacemos historia,** con el propósito de ejercer influencia en la percepción ciudadana y en su esfera emotiva y así, cambiarán, mantuvieran o reforzaran su preferencia electoral hacia ese partido y la

³ Artículo 212.

Deslinde de gastos

1. Para el caso de un partido, coalición, candidato, precandidato, aspirante o candidato independiente, se deslinde respecto a la existencia de algún tipo de gasto de campaña no reconocido como propio, deberá realizar el siguiente procedimiento:

2. El deslinde deberá ser a través de las juntas distritales o juntas locales quienes a la brevedad posible deberán enviarlas a la Unidad Técnica.

3. Será jurídico si se presenta por escrito ante la Unidad Técnica.

4. Puede presentarse ante la Unidad Técnica en cualquier momento y hasta el desahogo del oficio de errores y omisiones.

5. Será idóneo si la notificación describe con precisión el concepto, su ubicación, su temporalidad, sus características y todos aquellos elementos o datos que permitan a la autoridad generar convicción.

6. Será eficaz sólo si realiza actos tendentes al cese de la conducta y genere la posibilidad cierta que la Unidad Técnica conozca el hecho.

6. Si lo presentaron antes de la emisión del oficio de errores y omisiones, la Unidad Técnica deberá valorarlo en este documento.

Si lo presentaron al dar respuesta al oficio de errores y omisiones, la Unidad Técnica lo valorará en el proyecto de dictamen consolidado.”

coalición. **Lo anterior se puede comprobar con los mensajes y reacciones emitidos por la ciudadanía en redes sociales, en torno a las publicaciones analizadas, pues se desprende cómo existe una relación e identidad entre el uso de la marca comercial y el mensaje electoral y a partir de ello la afectación o interacción ciudadana.**

Luego, la conjunción entre el uso de la marca AMLO y los mensajes difundidos en tiempos oficiales, sí constituye un acto de aprovechamiento de la reputación ajena (de la marca) y, por tanto, debe ser valuado y contabilizado para efectos del tope de campaña.

Así, en atención a las características de los mensajes y del contexto de la campaña electoral, es posible establecer la existencia de un aprovechamiento indebido de los candidatos de Morena a diputados federales respecto del aparato publicitario de las marcas reguladas por las leyes de propiedad industrial, a fin de generar un mayor alcance a su acción publicitaria personal y posicionamiento frente al electorado, en particular a aquel sector poblacional con algún tipo de relación o simpatía con AMLO, lo que se traduce en una especie de apropiación de su reputación.

Se insiste, **el mensaje transmitido en su integridad a la población puede concebirse como una especie de propaganda integrada con fines electorales, generando un mensaje sobre la identidad entre la publicidad comercial y la propaganda electoral, esto es, como si fuesen una sola.**

En ese aspecto, es posible concluir que los candidatos a Diputados Federales del partido Morena y de la Coalición “Juntos hacemos historia” **de forma deliberada utilizaron la marca comercial AMLO, vulnerando el principio de equidad, al no deslindare expresamente de dicha propaganda y beneficiare de ella.**

En suma, de los elementos presentados se advierte que, la finalidad de posicionar a los candidatos a diputados federales de Morena y de la coalición Juntos hacemos historia en la campaña electoral, como una opción política que se identifica con un espectro social es claro. Esto es, con tales publicaciones los candidatos se identificaron y aprovecharon. Precisamente, porque los candidatos asumen el prestigio de la marca –AMLO- para presentar sus propuestas políticas en la contienda electoral con el propósito potencial o real de que el aprovechamiento indebido de la imagen, **el crédito, la fama, el prestigio y la reputación que corresponde a la marca, se proyectara sobre sus candidaturas, para alcanzar la finalidad última de atraer, al amparo de esa reputación, más electores a su favor.**

Por lo tanto, las conductas reprochadas deben interpretarse como propaganda electoral susceptible de cuantificarse al tope de gastos de campaña de todos los candidatos a diputados por el principio de mayoría relativa del partido político Morena y de la Coalición Juntos hacemos historia.

Ahora bien, partiendo de la base de que efectivamente se utilizó una marca comercial en la promoción de los candidatos a diputados federales relacionados con el partido Morena y la mencionada coalición, se solicita la cuantificación del uso de dos marcas comerciales en beneficio de los candidatos mencionados.

Al respecto la jurisprudencia LIII/2015, de rubro “Gastos de campaña. elementos mínimos para considerar para su identificación”⁴, identifica para la cuantificación, se tomen en cuenta los siguientes elementos:

- Finalidad: **el fin de la propaganda a estudio fue beneficiar a los candidatos de la fama y prestigio de la marca “AMLO”.**
- Temporalidad: **la publicación de la propaganda integrada fue realizada durante el periodo de campañas, comprendido entre el 4 de abril al 2 de junio del año en curso.**
- Territorialidad: **medios informáticos al que se tiene acceso en toda la República mexicana.**

Por lo tanto, resulta que la naturaleza de los gastos que se hubiesen realizado por adquirir dichos beneficios económicos corresponde al periodo de campaña,

⁴ GASTOS DE CAMPAÑA. ELEMENTOS MÍNIMOS A CONSIDERAR PARA SU IDENTIFICACIÓN.- Del contenido de los artículos 41, Base II, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 20, 242, párrafos primero, segundo, tercero y cuarto, y 243, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales; así como 76 de la Ley General de Partidos Políticos, se desprende que la ley debe garantizar que los partidos políticos cuenten, de manera equitativa, con elementos para llevar a cabo sus actividades y establecer las reglas para el financiamiento y límite a las erogaciones en las campañas electorales; asimismo, se prevé que las campañas electorales son el conjunto de actividades llevadas a cabo para la obtención del voto; que los actos de campaña son aquellos en los que los candidatos se dirigen al electorado para promover sus candidaturas, como es el caso de las reuniones públicas, asambleas y marchas; que la propaganda electoral se compone de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que producen y difunden los partidos políticos, y que su distribución y colocación debe respetar los tiempos legales y los topes que se establezcan en cada caso; y que todo acto de difusión que se realice en el marco de una campaña comicial, con la intención de promover una candidatura o a un partido político, debe considerarse como propaganda electoral, con independencia de que se desarrolle en el ámbito de la actividad comercial, publicitaria o de promoción empresarial. En ese tenor, a efecto de determinar la existencia de un gasto de campaña, la autoridad fiscalizadora debe verificar que se presenten, en forma simultánea, los siguientes elementos mínimos: a) finalidad, esto es, que genere un beneficio a un partido político, coalición o candidato para obtener el voto ciudadano; b) temporalidad, se refiere a que la entrega, distribución, colocación, transmisión o difusión de la propaganda se realice en periodo de campañas electorales, así como la que se haga en el periodo de intercampaña siempre que tenga como finalidad, generar beneficio a un partido político, coalición o candidato, al difundir el nombre o imagen del candidato, o se promueva el voto en favor de él y, c) territorialidad, la cual consiste en verificar el área geográfica donde se lleve a cabo. Además, se deben considerar aquellos gastos relacionados con actos anticipados de campaña y otros de similar naturaleza jurídica.

por lo que deben cuantificarse y sumarse a la campaña de los candidatos a las diputaciones federales.

Así, toda vez que hubo difusión de propaganda integrada con fines electorales emitida de forma deliberada, y no existió un deslinde expreso por parte de los candidatos a diputados federales de Morena y la coalición Junto hacemos historia y, además hubo un uso y beneficio directo de dicha propaganda, **es claro que se beneficiaron económicamente de uso de las marcas, que en general están sujetos a propiedad industrial y que son propiedad de una persona física que está impedida para realizar aportaciones con fines electorales al ser titular de un poder federal.**

Se reitera, en materia electoral los servidores públicos – en este caso Andrés Manuel López Obrador, Presidente de la República- se encuentran expresamente impedidos para realizar aportaciones en dinero o en especie, por sí o por interpósita persona a los aspirantes, candidatos y partidos políticos, a fin de garantizar la equidad en la contienda y la no injerencia de poderes económicos y públicos en el desempeño imparcial de las funciones públicas. Además de que las mañaneras se realizan con recursos públicos, que también deben ser cuantificables para efectos de gastos de campaña.

Finalmente, se debe tomar en cuenta que, para determinar el valor del beneficio que recibieron los candidatos a diputados federales de Morena y de la coalición “Juntos hacemos historia” se debe tener presente que el valor o costo a determinar es la ventaja que otorga el aprovechamiento de la reputación de las marcas en cuestión. Así, el uso de la marca AMLO debe ser cuantificada para ser sumada como costo de campaña, tomado en cuenta los siguientes elementos:

1. La naturaleza de los medios en los cuales se difusión – radio, televisión, redes sociales-, considerando, especialmente, el espectro de edad de los destinatarios, dado que los votantes son ciudadanos mayores de 18 años.
2. La trascendencia que tiene el mensaje en redes, radio y televisión.
3. La difusión que se dio en radio y televisión a los mensajes vinculados con las marcas.
4. El número de interacciones que se tiene con la publicación en las redes sociales, a través de los retuit que general publicación, “me gusta”, “like”, o comentarios que genera la propaganda que se beneficia indebidamente de la marca.
5. Cualquier variante, vínculo o derivación que haya generado la publicación, como puede ser una “publicación viral”, “Trending topic”, o su transformación a “Hashtag”.

Para realizar lo anterior, es importante tener presente que, si bien con la presente denuncia se aportan elementos que demuestran y acreditan la pretensión, lo cierto es que existen diversos recursos que sirven para la cuantificación correspondiente y que la autoridad electoral puede encontrar a partir del ejercicio de su facultad para ejercer monitoreo de radio, televisión y redes sociales y para de oficio investigar las posibles violaciones a la normatividad electoral.

Aportación de ente Prohibido

Aunado a lo anterior, respecto a las consideraciones que deberá realizar la autoridad en razón de las aportaciones que de manera ilegal le han producido un beneficio a los candidatos del Partido MORENA, debemos de añadir, el que le ha producido por las acciones que el Titular del Poder Ejecutivo Federal, realiza de forma constante en las conferencias matutinas, conocidas como "MAÑANERAS", pues tal y como se ha venido relatando en diversos procedimientos sancionadores, el Presidente de la Republica,

Es el caso que las acciones antes descritas son claramente violatorias al artículo 134 párrafo octavo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, puesto que las expresiones realizadas en las conferencias de prensa matutinas, que se consideran como un espacio destinado para la difusión de propaganda gubernamental, resulta evidente que se trata de una estrategia fraudulenta para que se ponga en conocimiento de la ciudadanía expresiones de carácter político electoral, logrando un posicionamiento de un Partido Político como lo es MORENA y de la imagen de un servidor público, en este caso la del Presidente de la Republica, no obstante que nos encontramos en proceso electoral en diversos Estados de la República y en periodo de campañas, por lo que, es evidente la utilización de los recursos del Estado, tal y como a la letra señala:

"Artículo 134. Los recursos económicos de que dispongan la Federación, los estados, los municipios, el Distrito Federal y los órganos político-administrativos de sus demarcaciones territoriales, se administrarán con eficiencia, eficacia, economía, transparencia y honradez para satisfacer los objetivos a los que estén destinados.

[...]

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

La propaganda, bajo cualquier modalidad de comunicación social, que difundan como tales, los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, deberá tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social. En ningún caso esta propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público."

Por su parte, el reglamento de Radio y Televisión del INE señala lo siguiente:

Artículo 7 De las bases de acceso a la radio y la televisión en materia política o electoral.

1. Los partidos políticos, sus precandidatos/as y candidatos/as a cargos de elección popular, así como los/las candidatos/as independientes accederán a mensajes de radio y la televisión, a través del tiempo que la Constitución otorga como prerrogativa en la forma y términos establecidos en la Ley y el Reglamento.

2. El Instituto y las autoridades electorales de las entidades federativas, para la difusión de sus respectivos mensajes de comunicación social, accederán a la radio y la televisión a través del tiempo de que el primero dispone en dichos medios.

(...)

8. Durante el tiempo que comprendan las campañas electorales federales y locales y hasta la conclusión de la respectiva Jornada Comicial, deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación social de toda propaganda gubernamental, tanto de los poderes federales y estatales, como de los municipios, órganos de gobierno del Distrito Federal, sus delegaciones y cualquier otro ente público. Las únicas excepciones a lo anterior, serán las campañas de información de las autoridades electorales, las relativas a servicios educativos y de salud, o las necesarias para la protección civil en casos de emergencia.

Artículo 8. De la asignación de tiempos.

1. Durante los periodos ordinarios, el Instituto administrará hasta el 12 por ciento del tiempo total del Estado en radio y televisión, conforme a las leyes y bajo cualquier modalidad de dicho tiempo.

2. Del tiempo total de que disponga el Instituto durante los periodos ordinarios, el 50 por ciento se asignará a los Partidos Políticos Nacionales y locales, y el restante al Instituto para sus propios fines y los de otras autoridades electorales.

3. El tiempo que corresponda a los Partidos políticos Nacionales y locales se distribuirá de forma igualitaria en las emisoras. Se entenderá por un

esquema de distribución igualitaria, aquel que procure un reparto del mismo número de promocionales en los distintos horarios de programación, en las estaciones de radio y canales de televisión en el periodo.

Artículo 9.- De la distribución de tiempos de los partidos políticos y las autoridades electorales

1. El tiempo del que dispongan Los Partidos Políticos Nacionales y locales en las estaciones de radio y canales de televisión se distribuirá en forma igualitaria en mensajes con duración de 30 segundos cada uno.

2. En caso de existir fracciones sobrantes del tiempo distribuido de todo el periodo que corresponda, entre los partidos políticos, éstas quedarán a disposición del instituto para sus fines propios o los de otras autoridades electorales.

3. La Junta aprobará la duración de los promocionales de las autoridades electorales, la cual podrá comprender unidades de medida de 20 6 30 segundos, en el entendido de que todos los promocionales se ajustarán a una sola unidad de medida.

4. El horario de transmisión de los promocionales a que se refiere este Título será el comprendido entre las 6:00 y las 24:00 horas.

Artículo 28.- De la asignación durante el periodo de campañas

1. Durante las campañas políticas, el Instituto asignará a los partidos políticos y, en su caso, a las coaliciones y candidatos/as independientes, por medio de los OPLES, a 41 minutos diarios en cada estación de radio y canal de televisión que cubran la elección; tos 7 minutos restantes quedaran a disposición del Instituto para sus propios fines o de otras autoridades electorales.

Artículo 15.- De la distribución de promocionales entre partidos políticos, coaliciones y candidatos/as independientes.

1. El tiempo en radio y televisión que corresponda a los partidos políticos y, en su caso, coaliciones y candidatos/as independientes en su conjunto, convertido a número de promocionales, se distribuirá conforme al siguiente criterio: a) 30 por ciento del total en forma igualitaria, y b) El 70 por ciento restante en proporción al porcentaje de votos obtenido por cada partido político en la elección federal o local de diputados/as de mayoría relativa, según sea el caso, inmediata anterior.

2. Los partidos políticos de nuevo registro no participarán en la asignación del 70 por ciento de tiempo a que se refiere el inciso b) del párrafo anterior.

3. Los/las candidatos/as independientes podrán tener acceso a los tiempos de radio y televisión, de manera conjunta, como si se tratara de un partido político de nuevo registro, pero en forma proporcional al tipo de

elección de que se trate, únicamente en la etapa de campañas electorales federales o locales.

4. En periodo de Campaña para la elección de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, Senadores/as y Diputados/as al Congreso de la Unión, el tiempo asignado a los/as candidatos/as independientes, en los términos del párrafo anterior, se distribuirá de la siguiente manera en cada una de las entidades federativas:

a) 33.33 por ciento del tiempo se distribuirá, por partes iguales, entre Estados Unidos Mexicanos;

b) 33.33 por ciento del tiempo se distribuirá, por partes iguales, entre todos/as los/las candidatos/as independientes al cargo de Senador/a; y c)

33.33 por ciento del tiempo se distribuirá, por partes iguales, entre todos/as los/las candidatos/as independientes al cargo de Diputado/a.

5. En periodo de campaña para la elección de Diputados/as al Congreso de la Unión, la totalidad del tiempo que corresponda a los/las candidatos/as independientes, les será distribuido de forma igualitaria en cada una de las entidades federativas en que contiendan.

Artículo 56 De la transmisión especial durante programación sin cortes.

1.-. Durante la transmisión de las coberturas informativas especiales, aplicarán las reglas siguientes para la transmisión de los mensajes de los partidos políticos o coaliciones, candidatos/as Independientes y autoridades electorales:

a) Este criterio se aplica a concesionarios cuya señal sea interrumpida para la transmisión de boletines de cualquier autoridad relacionados con la seguridad o defensa del territorio nacional, la conservación del orden público o la difusión de medidas para prevenir o remediar calamidades públicas, o de mensajes o avisos relacionados con embarcaciones o aeronaves en peligro; b) Si el boletín o aviso tiene una duración mayor a una hora, los promocionales de partidos políticos o coaliciones, candidatos/as Independientes y autoridades electorales que no hayan sido transmitidos durante estas transmisiones especiales, no tendrán que reemplazarse en atención a que se trata de situaciones de emergencia en las que pudiera afectarse la seguridad nacional, el orden público o la salud pública, lo cual justifica la interrupción de la transmisión de los mensajes electorales;

c) Si el boletín o aviso tiene una duración menor a una hora, las emisoras deberán transmitir los promocionales de partidos políticos o coaliciones, candidatos/as independientes y autoridades electorales respetando el orden de la pauta, en la misma hora o en la siguiente, una vez concluida la transmisión especial;

d) En todo caso, la emisora deberá informar dicha circunstancia al/la Vocal de la entidad correspondiente o a la Dirección Ejecutiva, dentro de las 48

horas siguientes a la transmisión del boletín o aviso, detallando la duración de la cobertura y su contenido.

2. Durante la emisión radiofónica denominada "La Hora Nacional en radio; los promocionales de partidos políticos o coaliciones, así como de candidatos/as independientes y autoridades electorales que no sean transmitidos conforme a la pauta durante dicha emisión, serán difundidos conforme a lo siguiente: la mitad de los promocionales se transmitirán en la hora previa al programa, y la otra mitad en la hora posterior a la emisión, respetando el orden de la pauta, e incluyendo cortes de estación como los que utilizan para la difusión de eventos, para la promoción de su propia programación o para la identificación de la señal.

3. Durante la transmisión de los debates, conciertos, eventos especiales, eventos deportivos y los oficios religiosos, la difusión de los mensajes de partidos políticos o coaliciones, candidatos/as independientes y autoridades electorales se llevará a cabo conforme a lo siguiente:

a) Se aplica a programas especiales que transmiten debates entre candidatos/as a un puesto de elección popular, conciertos, eventos especiales, eventos deportivos, oficios religiosos y otros que tengan por objeto eventos de duración ininterrumpida y mayor a una hora,

b) Las emisoras deberán enviar un escrito allá la Vocal de la entidad de que se trate o a la Dirección Ejecutiva, con al menos 72 horas de anticipación a la transmisión del programa especial, en el que señalen las características de la emisión y su posible duración; precisen los promocionales de partidos políticos o coaliciones, candidatos/as independientes y autoridades electorales que no puedan difundirse conforme a la pauta, y detallen la propuesta de transmisión de los mensajes omitidos;

c) Los promocionales de los partidos políticos o coaliciones y candidatos/as independientes que conforme a la pauta deban ser transmitidos durante el programa de que se trate, serán distribuidos en los siguientes lapsos temporales durante el mismo día conforme a lo siguiente: la mitad de los promocionales se transmitirá dentro de los cortes incluidos en la hora previa al programa, y la otra mitad en los cortes que se inserten en la hora posterior a la emisión;

d) Si el esquema referido en el inciso anterior no fuere suficiente, durante precampañas, intercampañas y campañas, la transmisión de los promocionales restantes deberá ser reemplazada ese mismo día, adicionando 1 minuto de transmisión por cada hora durante el horario comprendido entre las 12:00 y las 18:00 horas, en el entendido de que durante dicha franja horaria habitualmente se transmitirían 2 minutos por cada hora;

e) En todo caso, se respetará el orden de la pauta;

f) En los casos en que el debate, concierto, evento especial, evento deportivo u oficio religioso tenga una duración mayor a dos horas, sin

cortes de cualquier especie, la transmisión se llevará a cabo conforme a los incisos precedentes, procurando la proporcionalidad entre la transmisión y la duración del evento; y

g) En caso de que el escrito de la transmisión especial, el concesionario no ofrezca la reprogramación en los términos previstos en los incisos que anteceden, resultará no procedente.

4. En el caso de los concesionarios que emiten su señal desde el Distrito Federal, las comunicaciones descritas podrán ser recibidas y emitidas indistintamente por el Vocal y la Dirección Ejecutiva.

5. Para efectos de lo dispuesto en el artículo 218, numeral 3 de la Ley, los debates obligatorios de los/las candidatos/as al cargo de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, serán transmitidos por las estaciones de radio y televisión de las concesionarias de uso público, mientras que los concesionarios de uso comercial deberán transmitirlos en por lo menos una de sus señales radiodifundidas cuando tengan una cobertura de 50 por ciento o más del territorio nacional, para lo cual, el Comité propondrá al Consejo, el listado de concesionarios de uso comercial que se encuentren obligados a la transmisión de los debates a que se refiere el presente precepto, con base en la información proporcionada por el IFT. (...)"

Utilización de espacios de difusión de propaganda gubernamental, como foros de promoción político electoral.

*Así pues, estamos frente a un hecho grave, claro y notorio que vulnera un precepto constitucional de forma contundente al aprovecharse de su posición y de los recursos públicos con los que dispone el Gobierno Federal el Titular del Poder Ejecutivo para posicionar frente al actual proceso electoral, ante la ciudadanía una postura político electoral, aunado a que al difundirse la propaganda gubernamental, en las condiciones en las que el titular del Ejecutivo Federal lo hace trastoca y vulnera de forma clara el principio de equidad, pues aprovechando el espacio y difusión que los medios de comunicación hacen de las llamadas conferencias de prensa "**Mañaneras**", aprovecha para posicionar y difundir las acciones y logros de su administración en tonos en los que se pudiera considerar propaganda político electoral, ya que constantemente pretende destacar las acciones de la actual administración en comparación con las de administraciones federales anteriores.*

Tal y como se ha expresado en el presente escrito, es claro que el artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, establece que los recursos públicos deben ser aplicados para los fines específicamente destinados, es decir que se establece con claridad que los recursos públicos deben ser ejercidos, entre otras formas con responsabilidad, neutralidad y honestidad.

*Es así que resulta dable recordar que en diversos criterios del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, ha sostenido que las Conferencias que realiza el titular del Ejecutivo constituyen un ejercicio de información y de difusión de propaganda gubernamental y que esta debe de ceñirse a tener fines informativos y educativos o de orientación social, tal y como se sostiene en la resolución recaída en el expediente SRE/PSC/070/2019, emitida por la Sala Regional Especializada, este ejercicio se considera como una **"nueva acción comunicativa que utiliza el gobierno, en relación con los medios de comunicación, en principio, es válida y razonable;** porque las y los servidores públicos pueden hacer del conocimiento de la sociedad logros, programas, acciones, medidas de gobierno u opiniones; y los medios de comunicación son la vía y/o instrumento para que la ciudadanía acceda a información plural, quien decidirá, si la toma en cuenta, al ser un derecho fundamental hacer uso de esa propaganda gubernamental o no".*

Es decir, la propia autoridad Jurisdiccional considero que la realización, contenido y difusión de las conferencias que realiza el Titular del Poder Ejecutivo conocidas como "Las mañaneras, se trata de la difusión de propaganda gubernamental, cuya vía, es un ejercicio inédito de transparencia y rendición de cuentas, en voz del Presidente de México y de personas titulares de dependencias gubernamentales, por lo que también es dable analizar lo que se menciona de manera general, por todos los que en esta intervienen.

Lo anterior en ocasiones contrario al fin principal que es el informar, pues es aprovechado este tiempo por el Presidente de la Republica para emitir expresiones político electorales, así también se realizan constantemente referencias a adversarios políticos, o de forma sistemática se realizan expresiones para denostar a partidos políticos, diciendo que existe una estrategia política (complot), para que Morena no tenga la mayoría en la Cámara de Diputados, lo que en el discurso inicial no mantiene congruencia con la información proporcionada.

Es así que las conferencias de prensa matutinas deben ser, esencialmente, espacios donde el Titular del Ejecutivo Federal -y otros servidores públicos- realizan un ejercicio de rendición de cuentas, manifestaciones y proveer de información a la ciudadanía, sobre las acciones de gobierno llevadas a cabo durante su administración, así como para responder preguntas y cuestionamientos de reporteros y del personal de la prensa que acude a las mismas.

Aunado a lo anterior es un hecho público que en México, se dio inicio al proceso electoral federal, en el cual se renovarán la Cámara de Diputados y diversos cargos en los 32 estados del país, de tal suerte que los espacios informativos

que utiliza el gobierno de la república para presentar la información en materia de salud, economía y educación, resulta de suma importancia, y de una mayor atención, es decir que las conferencias del presidente de la República son espacios de impacto nacional, por lo que no debe estar realizando expresiones con contenido político electoral.

Violación a la Suspensión de Propaganda Gubernamental, dentro del periodo de campañas electorales y federales.

El artículo 41, párrafo segundo, base III, apartado C, párrafo segundo de la Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos y el artículo 209 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, establecen que, durante el tiempo que comprendan las campañas electorales federales y locales y hasta la conclusión de la respectiva jornada electoral, deberá suspenderse la difusión, en los medios de comunicación social, de toda propaganda gubernamental de los tres órdenes de gobierno.

Es así que, tal y como se ha señalado solo se establece que únicamente existirán tres excepciones a tal prohibición, que son las campañas de información de las autoridades electorales, las relativas a servicios educativos y de salud, o las necesarias para la protección civil en casos de emergencia, esta prohibición se incluyó a partir de las reformas constitucionales y legales de dos mil siete y dos mil ocho, las cuales se basaron en la necesidad de prever un marco normativo en materia de medios de comunicación social, con el objeto de salvaguardar los principios de imparcialidad y de equidad, rectores en materia electoral.

*Por lo anterior es dable reiterar que ha sido un criterio recurrente pues, al resolver diversos recursos de apelación o **SUP-RAP-57/2010, SUP-RAP-123/2011, SUP-RAP-124/2011, SUP-RAP-474/2012, SUP-JRC-563/2015, SUP-REP-63/2016 y SUP-REP-176/2018**, la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación estableció que los componentes reconocidos de la propaganda gubernamental se delimitan a partir del contenido y temporalidad de dicha propaganda*

Sosteniendo que, en ningún caso podrá tener carácter electoral, esto es, la propaganda de los tres órdenes de gobierno y de los demás sujetos regulados como son los órganos autónomos, dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, no debe estar 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, situación que es claramente ignorada por el titular del ejecutivo, federal pues resulta ser un hecho público y notorio que estos espacios son aprovechados para pretender influir de forma directa en los procesos

electorales, tal y como se ha dado cuenta en los antecedentes del presente curso.

*Asimismo, en cuanto al aspecto de **temporalidad**, no puede difundirse en el entorno de un proceso electoral, durante los periodos que comprenden las etapas de campaña electoral, periodo de reflexión o veda y hasta el final de la jornada electoral, por ello en los precedentes, la Sala Superior expuso que la razón de ser de las limitantes de contenido, permite colegir que no toda propaganda gubernamental está proscrita, sino sólo aquella que exceda esas directrices.*

Con base en lo anterior, la interpretación funcional de los artículos 41, base III, Apartado C, segundo párrafo y 134, penúltimo párrafo, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que ha planteado el máximo tribunal en la materia, se centra en que debe darse significado a la propaganda gubernamental, atendiendo a dos aspectos objetivos: su contenido y la temporalidad de su difusión, y no entenderse la redacción del primer precepto, en su apartado C, segundo párrafo, como una proscripción o prohibición general, a la cual pudiera llevar a priori a una interpretación restrictiva y literal, tal y como la propia Comisión de Quejas y Denuncias del Instituto Nacional Electoral ha planteado.

*Es así que, en cuanto a su contenido advertimos que dichos ejercicios deberían de ser un mecanismo por el que la Presidencia de la República comunica los temas relevantes y permitidos en la etapa en la que actualmente se encuentra el desarrollo de los procesos electorales federales y locales concurrentes, no para emitir **expresiones político electorales**, pues sistemáticamente realiza menciones y expresiones como que existe una estrategia política (**complot**), para que Morena no tenga la mayoría en la Cámara de Diputados en las próximas elecciones, o (**Conservadores, Neoliberales, opositores etc...**), lo que constituye una clara relación con el ideario de un partido político posicionando de manera frecuente a dicho instituto político, situación a todas luces ilegal.*

PROBIDAD U HONRADEZ, FALTA DE CONCEPTO.

Por falta de probidad u honradez se entiende el no proceder rectamente en las funciones encomendadas, con mengua de rectitud de ánimo, o sea, apartarse de las obligaciones que se tienen a cargo procediendo en contra de las mismas, dejando de hacer lo que se tiene encomendado, o haciéndolo en contra; debe estimarse que no es necesario para que se integre la falta de probidad u honradez que exista un daño patrimonial o un lucro indebido, sino sólo que se observe una conducta ajena a un recto proceder.

....

Es dable señalar que estamos frente a una simulación, pues como servidor público y autoridad, el Titular de Poder Ejecutivo, es el principal obligado a vigilar el principio de legalidad en las actividades y funciones, y es así que contrario a esto pretenden presentar a la ciudadanía, como un hecho no propio, la existencia de un documento que contiene una estrategia electoral, y con ello realizar diversas expresiones de carácter político electoral, violando el principio de neutralidad, imparcialidad y evidentemente el de certeza y legalidad, confundiendo a la ciudadanía.

Aunado a lo anterior debemos señalar que a través del sitio <https://www.gob.mx/presidencia>, se realiza una difusión y replica de las conferencias, con lo que se reproducen las violaciones señaladas.

Por otra parte, los concesionarios tanto privados como públicos de Radio y Televisión, particularmente los Canales 11.1, 14.1 y 22.1, realizan un difusión continua, bajo la aparente realización de un ejercicio periodístico, que a todas luces resulta en una clara simulación, dejando en ocasiones, cumplir con el pauta de propaganda partidista durante las multimencionadas conferencias matutinas denominadas "Las Mañaneras" en detrimento de todos los participantes en las contiendas electorales de los estados con proceso electoral, realizando una promoción indebida, teñida de propaganda gubernamental, como figura central la del Presidente de la República, Andrés Manuel López Obrador, quien, en especie, utiliza los tiempos de los canales públicos y/o concesionados a efecto de promover las acciones de gobierno, políticas públicas o cualidades de su administración, adquiriendo con ello una ventaja de forma indebida, en favor de lo que el mismo ha denominado movimiento de la Cuarta Transformación, frase o slogan que el partido MORENA a acuñado como frase de campaña, lo que sin duda se traduce en una violación al marco normativo así como a los principios democráticos, plasmados en la Constitución.

Es decir, el Presidente de la República se encuentra en una franca violación diaria, y por tanto reiterada y sistemática, al modelo de comunicación política consagrado en el artículo 134 Constitucional, ello en la medida en que:

1) En un primer término, adquiere de los concesionarios o canales de televisión privados y públicos, al menos en forma indirecta como donación en especie, la transmisión de su imagen, nombre, posicionamiento, ideología, figura, slogan y persona; sucediendo lo mismo con aquellos canales privados y medios de comunicación que ofrecen cobertura de dichas conferencias de prensa; lo que se traduce en un beneficio a una fuerza política.

2) Segundo. En los hechos impide el desarrollo armónico de los principios constitucionales como la equidad y la imparcialidad, convirtiéndose en claro promotor de un partido político, lo representa con toda claridad una ventaja clara para que por conducto de la figura presidencial, se favorezca la difusión de la plataforma e ideario político sostenido por el partido MORENA, para lo que además habría que cuantificarse como donación en especie a sus candidatos en el proceso electoral federal así como los postulados en las diversas entidades con proceso electoral.

Por lo anterior se debe concluir que, de conformidad con los principios anteriormente señalados, que es dable para la autoridad que la información que se divulga en las conferencias "Las Mañaneras", constituyen un espacio de difusión de propaganda gubernamental, difundida en periodo prohibido que afecta directamente el desarrollo del proceso electoral, en prácticamente en todo el país en éstos momentos se encuentran en periodo de campaña; por lo cual, en consecuencia de que en dichas "Conferencias Mañaneras" se busca por parte del Ejecutivo posicionar los temas que él considera importantes al abordarlos en dicho espacio informativo, y a la vez dentro del mismo se realiza la difusión de programas y acciones del Gobierno Federal en un periodo restringido, hecho éste último que en la especie vulnera la equidad que debe imperar en toda contienda electoral, particularmente, durante el desarrollo de las campañas electorales; siendo por ello que ocurriremos a solicitar las mismas sean suspendidas en forma definitiva, o se ordene a los concesionarios de radio y televisión se seleccione el contenido y se ajuste a lo marcado en la normatividad en la materia.

Por lo que, al analizar lo antes señalado, podemos arribar a la conclusión de que las manifestaciones que sistemáticamente se vierten por parte del Presidente de la Republica, se traducen en manifestaciones en favor del llamado "Movimiento de Regeneración

Nacional" MORENA, lo que se convierte en una aportación pues las conferencias de prensa matutinas se realizan al amparo de la utilización de recursos públicos del estado, y es así que a través de las mismas se violenta de igual modo el señalado artículo 41 y 134, párrafo octavo de nuestra Carta Magna, al hacer a través de las multi-mencionadas conferencias una promoción de propaganda no permitida, así como la realización de expresiones que atentan contra la equidad que como principio fundamental debe privilegiarse en nuestro sistema democrático.

Es así que, se debe de considerar una aportación de ente prohibido como lo es la Presidencia de la Republica, a través de su Titular el C. Andrés Manuel López Obrador, tal y como lo prohíbe el artículo 121, del Reglamento de Fiscalización, que a la letra señala:

Artículo 121.

Entes impedidos para realizar aportaciones

1. Los sujetos obligados deben rechazar aportaciones o donativos, en dinero o en especie, préstamos, donaciones, condonaciones de deuda, bonificaciones, descuentos, prestación de servicios o entrega de bienes a título gratuito o en comodato de los siguientes: a) Los Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial de la Federación y de las entidades, así como los ayuntamientos.

b) Las dependencias, entidades u organismos de la Administración Pública Federal, estatal o municipal, así como los del Distrito Federal.

...

*De lo anterior se advierte que las expresiones que se realizan en la llamada conferencia de prensa mañanera del C. Andrés Manuel López Obrador, Presidente de la República, así como los concesionarios de radio y televisión, violentan los principios de imparcialidad, legalidad y certeza, pues pretenden confundir a la ciudadanía, con la difusión de propaganda gubernamental prohibida, con características y contenido político electoral, colocando en un espacio de información, diversos mensajes con la **intención de vincular estas expresiones con el proceso electoral que está en curso**, por lo que consideramos urgente y necesaria la atención de la autoridad electoral.*

Para realizar lo anterior, es importante tener presente que, si bien con la presente denuncia se aportan elementos que demuestran y acreditan la pretensión, lo cierto es que existen diversos recursos que sirven para la cuantificación correspondiente y que la autoridad electoral puede encontrar a partir del ejercicio de su facultad para ejercer monitoreo de radio, televisión y redes sociales y para de oficio investigar las posibles violaciones a la normatividad electoral.

(...)"

Elementos probatorios ofrecidos por la parte quejosa⁵.

Los elementos ofrecidos en el escrito de queja para sustentar los hechos denunciados son los siguientes:

⁵ En adición a la reproducción textual de las pruebas indicadas en el escrito de queja, la descripción de estas se puede observar de la transcripción de los hechos que van de la foja dos a la treinta y nueve de la presente resolución.

“III. Pruebas

a) Documental Pública: Consistentes en la certificación que haga la Secretaría Ejecutiva del Instituto Nacional Electoral, en funciones de Oficiala Electoral, que se haga de los sitios de internet que dan cuenta de la realización de las conductas denunciadas en el presente documento.

b) Documental Pública: los reportes y monitoreos que realiza el Instituto Nacional Electoral a los medios de comunicación, respecto a los pronunciamientos emitidos en las conferencias matutinas, vinculados con el manejo de la marca comercial "AMLO".

c) Técnica: Consistente en las ligas electrónicas que contienen los registros marcarios ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

- El registro marcario con número de expediente 2352338, el cual obra en la página:

<https://marcia.impi.gob.mx/marcas/search/details/RM202002352338?s=3c0dbcfb-8bab--4a3d-ac86-1e1657aa38ac&m=1>

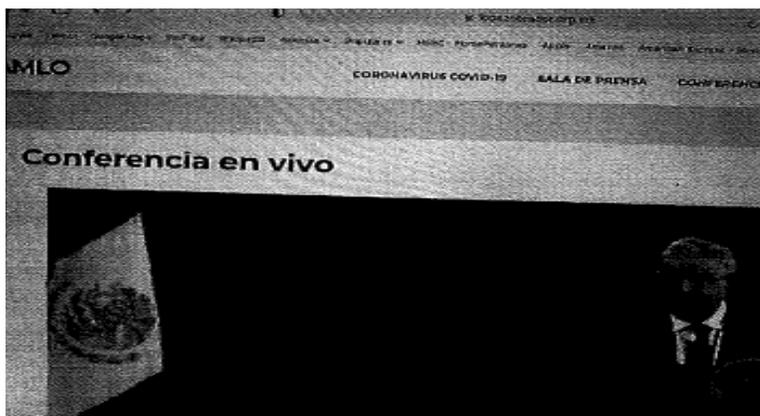
- El registro marcario con número de expediente 2352336, el cual obra en la página:

<https://marcia.impi.gob.mx/marcas/search/details/RM202002352336?s=3c0dbcfb-8bab-4a3d-ac86-1e1657aa38ac&m=1>

d) Técnica: Consistente en las ligas electrónicas que contienen los videos y las transcripciones de las conferencias mañaneras.



- <https://lopezobrador.org.mx/transcripciones/>



- <https://lopezobrador.org.mx/conferencia-en-vivo/>
- <https://lopezobrador.org.mx/2021/04/19/version-estenografica-de-la-conferencia-de-prensa-matutina-del-presidente-andres-manuel-lopez-obrador-511/>
- <https://lopezobrador.org.mx/2021/04/20/version-estenografica-de-la-conferencia-de-prensa-matutina-del-presidente-andres-manuel-lopez-obrador-512/>
- <https://lopezobrador.org.mx/2021/05/07/version-estenografica-de-la-conferencia-de-prensa-matutina-del-presidente-andres-manuel-lopez-obrador-525/>

e) Técnica: Consistente en llas páginas de facebook, twiter, youtube, en las cuales se da difusión al contenido de manera oficial.

- <https://www.facebook.com/lopezobrador.org.mx>
- <https://www.youtube.com/c/lopezobrador>
- https://twitter.com/lopezobrador_

f) La presuncional legal y humana en todo lo que favorezca al suscrito.

g) La instrumental de actuaciones.

Todos los referidos medios de prueba se relacionan con todos y cada uno de los hechos denunciados y consideraciones de derecho que se hacen valer.

(...)"

III. Acuerdo de recepción. El quince de junio de dos mil veintiuno, la Unidad Técnica de Fiscalización acordó tener por recibido el escrito de queja, formar e integrar el expediente identificado con número **INE/Q-COF-UTF/682/2021**, registrarlo en el libro de gobierno, y notificar la recepción del escrito de queja al Secretario del Consejo General del Instituto Nacional Electoral y dar vista a la

Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral del Instituto Nacional Electoral (Foja 37 a 39 del expediente).

IV. Notificación de la recepción del escrito de queja al Secretario del Consejo General del Instituto Nacional Electoral. El dieciocho de junio de dos mil veintiuno, mediante oficio número INE/UTF/DRN/30681/2021, la Unidad Técnica de Fiscalización hizo del conocimiento del Secretario del Consejo General del Instituto Nacional Electoral, la recepción del escrito de queja, radicado bajo el número de expediente de mérito. (Foja 40 y 41 del expediente).

V. Vista a la Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral del Instituto Nacional Electoral. El veintitrés de junio de dos mil veintiuno, mediante oficio número INE/UTF/DRN/32113/2021, la Unidad Técnica de Fiscalización dio Vista a la Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral del Instituto Nacional Electoral, para efecto de que en el ámbito de su competencia determine lo conducente, en virtud de que la queja contiene infracciones en normatividad electoral y utilización de recursos públicos en favor de candidaturas federales. (Foja 42 a 44 del expediente)

VI. Sesión de la Comisión de Fiscalización del Consejo General del Instituto Nacional Electoral. En virtud de lo anterior, se procedió a formular el Proyecto de Resolución, el cual fue aprobado por la Comisión de Fiscalización del Consejo General del Instituto Nacional Electoral, en la Novena Sesión Extraordinaria Urgente por el voto unánime de los Consejeros Electorales, integrantes de la Comisión: la Consejera Electoral, Dra. Carla Astrid Humphrey Jordan, los Consejeros Electorales, Dr. Ciro Murayama Rendón, Dr. Uuc-Kib Espadas Ancona y el Mtro. Jaime Rivera Velázquez y la Consejera Dra. Adriana Margarita Favela Herrera, Presidenta de la Comisión.

Una vez analizada la naturaleza de las constancias que obran en el expediente de cuenta, se procede a determinar lo conducente.

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

1. Competencia. Con base en los artículos 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 196, numeral 1; 199, numeral 1, incisos c), k); de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales; y 5, numeral 2 del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en materia de Fiscalización, la

Unidad Técnica de Fiscalización es **competente** para tramitar, sustanciar y formular el presente proyecto de resolución.

Precisado lo anterior, y con base en el artículo 192, numeral 1, inciso b) de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, así como el 5, numeral 1 del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización, la Comisión de Fiscalización es competente para conocer el presente proyecto de resolución y someterlo a consideración del Consejo General.

En este sentido, de acuerdo a lo previsto en los artículos 41, Base V, apartado B, penúltimo párrafo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 35, numeral 1; 44, numeral 1, inciso j) y 191, numeral 1, incisos d) y g) de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, este Consejo General es competente para emitir la presente Resolución y, en su caso, imponer las sanciones que procedan.

2. Cuestiones de previo y especial pronunciamiento. Por tratarse de una cuestión de orden público, y en virtud que el artículo 30, numeral 2^o del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización, establece que las causales de improcedencia deben ser examinadas de oficio, por lo que se procede a entrar a su estudio en el presente caso, para determinar si se actualiza una de ellas, pues de ser así deberá decretarse el desechamiento del escrito de queja que nos ocupa, al existir una imposibilidad para conocer y formular un pronunciamiento sobre la controversia planteada.

Conviene precisar que, cuando se analiza una denuncia por la presunta comisión de irregularidades en materia de origen y aplicación de los recursos derivados del financiamiento de los partidos políticos, la autoridad debe estudiar de manera integral y cuidadosa el escrito de queja respectivo, junto con el material probatorio que se aporte para determinar si se acredita en un primer momento los elementos de procedencia de la queja, a efecto de proveer conforme a derecho sobre su admisión o desechamiento y, en este último caso, justificar que se está ante un supuesto evidente que autorice rechazar la queja o denuncia.

Visto lo anterior, este Consejo General advierte que, de la lectura al escrito de queja, se actualiza la causal de improcedencia prevista en el artículo 30, numeral 1, fracción VI, en relación con el artículo 31, numeral 1, fracción I del Reglamento de

⁶ “**Artículo 30. Improcedencia.** (...) 2. La Unidad Técnica realizará de oficio el estudio de las causas de improcedencia del procedimiento; en caso de advertir que se actualiza una de ellas elaborará el Proyecto de Resolución respectivo.”

Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización, los cuales establecen lo siguiente:

**“Artículo 30.
Improcedencia**

1. El procedimiento será improcedente cuando:

(...)

VI. **La Unidad Técnica resulte incompetente para conocer los hechos denunciados.** En estos casos, sin mayor trámite y a la brevedad se resolverá de plano sobre la incompetencia, y el expediente se remitirá a la autoridad u órgano que resulte competente para conocer del asunto.
(...)”

**“Artículo 31.
Desechamiento**

1. La Unidad Técnica elaborará y someterá a la aprobación de la Comisión el Proyecto de Resolución que determine el desechamiento correspondiente, atendiendo a los casos siguientes:

I. **Se desechará de plano el escrito de queja, sin que anteceda prevención a la parte denunciante, cuando no se cumplan los requisitos del artículo 29, numeral 1, fracciones I, o III, o bien, se actualice alguno de los supuestos señalados en las fracciones II, IV, V, VI o VII del numeral 1 del artículo 30 del reglamento.** (...)” (Lo resaltado y subrayado es nuestro)

En este orden de ideas, del precepto legal señalado se desprende lo siguiente:

- Que la autoridad electoral fiscalizadora debe ser competente para conocer de los hechos narrados en el escrito de queja.
- En caso de no cumplirse el supuesto mencionado en el punto anterior, la Unidad Técnica de Fiscalización elaborará y someterá a la aprobación de la Comisión de Fiscalización, el Proyecto de Resolución que deseche de plano el procedimiento y lo remita a la autoridad u órgano que resulte competente.

En el caso que nos ocupa, se desprende que la queja presentada por el C. Luis Felipe Chávez Paez, en su carácter de representante del Partido Acción Nacional acreditado ante la 01 Junta Distrital del Instituto Electoral en Baja California Sur, por el que denuncia al Presidente de la República, Andrés Manuel López Obrador en el marco del Proceso Electoral Federal 2020-2021, se encuentra denunciando hechos

**CONSEJO GENERAL
INE/Q-COF-UTF/682/2021**

que, a dicho del quejoso, podrían constituir posibles comisiones de irregularidades a la normatividad electoral por difusión de propaganda gubernamental y la indebida utilización de recursos públicos.

En ese sentido, de una lectura integral al escrito de queja, se desprende que el quejoso denuncia la **indebida utilización de recursos públicos por parte del Titular del Poder Ejecutivo Federal**, por la difusión de propaganda gubernamental a través de su cargo y de las conferencias matutinas que lleva a cabo, en las que favoreció en periodo de campaña al partido Morena y sus candidatos a Diputados Federales, así como a la Coalición Juntos Haremos Historia, lo que constituyó propaganda electoral y fueron difundidas en las redes sociales de YouTube, Facebook, Twitter y medios de información de radio y televisión, así como la relación que guardan con la marca “AMLO” que se encuentra registrada ante el IMPI, favoreciendo la contienda electoral al partido MORENA y la Coalición que integró, lo cual a dicho del quejoso, son aportaciones de entes prohibidos por la ley y debe ser considerado como gastos de campaña cuantificables al tope de gastos de todos los candidatos a diputados por el principio de mayoría relativa del partido Morena y la Coalición que lo integró.

Con el fin de acreditar su dicho, el quejoso ofrece diversas imágenes y videos publicados el **diecinueve y veinte de abril de dos mil veintiuno, siete y veinte de mayo de dos mil veintiuno**, tal como se advierte a continuación:

No	Fecha	Título	Red social	Liga electrónica
1	19 de abril de 2021	Versión estenográfica de la conferencia de prensa matutina del presidente Andrés Manuel López Obrador	Página de internet	https://lopezobrador.org.mx/2021/04/19/version-estenografica-de-la-conferencia-de-prensa-matutina-del-presidente-andres-manuel-lopez-obrador-511/
2	20 de abril de 2021	Versión estenográfica de la conferencia de prensa matutina del presidente Andrés Manuel López Obrador”	Página de internet	https://lopezobrador.org.mx/2021/04/20/version-estenografica-de-la-conferencia-de-prensa-matutina-del-presidente-andres-manuel-lopez-obrador-512/
3	07 de mayo de 2021	Versión estenográfica de la conferencia de prensa matutina del presidente Andrés Manuel López Obrador	Página de internet	https://lopezobrador.org.mx/2021/05/07/version-estenografica-de-la-conferencia-de-prensa-matutina-del-presidente-andres-manuel-lopez-obrador-525/
4	20 de mayo de 2021	Versión estenográfica de la conferencia de prensa matutina del presidente Andrés Manuel López Obrador	Página de internet	https://lopezobrador.org.mx/2021/05/20/version-estenografica-de-la-conferencia-de-prensa-matutina-del-presidente-andres-manuel-lopez-obrador-534/
5	20 de abril	“...a adultos mayores para vacunarse contra COVID-19. Conferencia presidente AMLO...”	Facebook	https://www.facebook.com/lopezobrador.org.mx
6	19 de abril 20 de abril 07 de mayo 2021	Conferencia de prensa matutina, desde Palacio Nacional. Presidente AMLO	YouTube	https://www.youtube.com/c/lopezobrador

**CONSEJO GENERAL
INE/Q-COF-UTF/682/2021**

No	Fecha	Título	Red social	Liga electrónica
		Andrés Manuel	Twitter	https://twitter.com/lopezobrador_
		registro marca AMLO		https://marcia.impi.gob.mx/marcas/search/details/RM202002352336?s=3c0dbcfb-8bab-4a3d-ac86-1e1657aa38ac&m=l

Ahora bien, es importante señalar que mediante Decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación el diez de febrero de dos mil catorce, se reformó el artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el cual dispone, en su Base V, Apartado B, penúltimo y últimos párrafos que corresponde al Consejo General del Instituto Nacional Electoral, a través de la Comisión de Fiscalización y de la Unidad Técnica de Fiscalización, tiene a su cargo la fiscalización de los ingresos y egresos de los partidos políticos; personas precandidatas, coaliciones; candidatos y candidatas a cargos de elección popular federal y local; aspirantes y candidatos independientes federales y locales; agrupaciones políticas nacionales; organizaciones de ciudadanos que pretendan constituir un partido político nacional y organizaciones de observadores electorales a nivel federal.

Asimismo, el veintitrés de mayo de dos mil catorce, se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Decreto por el que se expide la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, en cuyo Libro Cuarto, Título Segundo, Capítulos Cuarto y Quinto, se establecen las facultades y atribuciones de la Comisión de Fiscalización y de la Unidad Técnica de Fiscalización respectivamente, así como las reglas para su desempeño y los límites respecto de su competencia.

En virtud de lo anterior, claramente salta a la vista que los hechos y la conducta que fueron denunciados no versan ni guarda relación alguna con posibles infracciones sobre el origen, monto, destino y manejo de los recursos de los partidos políticos y demás entes y personas obligadas, lo cual sí se encuentra dentro de la esfera competencial de la Unidad Técnica de Fiscalización, tal como se estipula en los artículos 190 a 200 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, de los cuales se colige que, una de las atribuciones del Instituto Nacional Electoral es la fiscalización de los ingresos y egresos de los partidos políticos, personas aspirantes a candidaturas independientes, precandidatos y precandidatas, candidatos y candidatas, organizaciones de observadores y agrupaciones políticas, a través de su Consejo General –como ya se dijo- que a su vez, cuenta con una Comisión especializada -de Fiscalización- cuya encomienda es la supervisión, seguimiento, control técnico y, en general, todos aquellos actos preparatorios de la fiscalización.

Para ello, adicionalmente se encuentra y designa como autoridad sustanciadora de los procesos fiscalizadores, a la Unidad Técnica de Fiscalización, dependiente de la Comisión de Fiscalización del Consejo General del Instituto, como órgano que tiene a su cargo la recepción y revisión integral de los informes que presenten los partidos políticos respecto del origen, monto, destino y aplicación de los recursos que reciban por cualquier tipo de financiamiento, así como investigar lo relacionado con las quejas y procedimientos oficiosos en materia de rendición de cuentas de los partidos políticos, ya sea como parte de sus actividades ordinarias o derivado de un Proceso Electoral, tal como se lee en virtud de lo dispuesto por el artículo 196 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.

A mayor abundamiento, la función del órgano fiscalizador es verificar el origen, monto, destino y aplicación de los recursos empleados por los entes y personas obligadas para la consecución de sus actividades, en este orden de ideas el cumplimiento de sus obligaciones permite al órgano fiscalizador contar con toda la documentación comprobatoria necesaria para verificar el adecuado manejo de los recursos, garantizando de esta forma un régimen de transparencia y rendición de cuentas, principios esenciales que deben regir en un Estado democrático.

En este sentido, la competencia es un concepto que refiere la titularidad de una potestad que un órgano de autoridad posee sobre una determinada materia y ámbito de jurisdicción; es decir, se trata de una circunstancia subjetiva o inherente del órgano, de manera que cuando éste sea titular de los intereses y potestades públicas que le confiera la ley, éste será competente.

Esa competencia le otorga la facultad para realizar determinados actos acorde al orden jurídico establecido por el legislador, éstos le son atribuibles a determinada autoridad; en virtud de lo anterior, es dable señalar que ésta siempre debe ser otorgada por un acto legislativo material, o en su caso, por medio de leyes secundarias, acuerdos o decretos; a fin de que los órganos puedan cumplir las atribuciones que el estado les tiene encomendadas.

En un Estado de Derecho no se concibe la existencia de un órgano de autoridad sin competencia; como efecto de que esta es constitutiva del órgano, la misma no se puede renunciar ni declinar, sino que, por el contrario, su ejercicio debe limitarse a los términos establecidos por la ley y el interés público.

Así las cosas, los hechos denunciados están encaminados a la solicitud de investigar el presunto uso de recursos públicos provenientes del erario a cargo de la presidencia de la República en favor de las candidaturas a Diputados Federales por el principio de mayoría relativa del partido Morena y la Coalición que integró, actos que no recaen en la competencia de la Unidad Técnica de Fiscalización.

Al tenor del presente caso, se considera que los hechos denunciados encuentran correspondencia con la competencia de la autoridad contenciosa, ya que la denuncia presentada se encuentra vinculada con la presunta vulneración de normatividad electoral en el ámbito federal, y cuya vía de resolución se encuentra establecida en el artículo 470, numeral 1 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, así como el 5, numeral 2, inciso b) del Reglamento de Quejas y Denuncias, que determinan:

“Artículo 470.

1. Dentro de los procesos electorales, la Secretaría Ejecutiva del Instituto, por conducto de la Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral, instruirá el procedimiento especial establecido por el presente Capítulo, cuando se denuncie la comisión de conductas que:

a) Violan lo establecido en la Base III del artículo 41 o en el octavo párrafo del artículo 134 de la Constitución;

b) Contravengan las normas sobre propaganda política o electoral, o

c) Constituyan actos anticipados de precampaña o campaña.

(...)”

“Artículo 5

Órganos competentes

(...)

2. Los órganos del Instituto conocerán:

1. A nivel Central:

...

b) Del procedimiento especial sancionador, sustanciado y tramitado por la Unidad Técnica, cuando se denuncie las hipótesis previstas en el artículo 470 de la Ley General, así como cuando la conducta esté relacionada con

*propaganda política, electoral o gubernamental en materia de radio y televisión en las entidades federativas.
(...)*”

De esta manera, para establecer la competencia de dicha autoridad debe analizarse que las conductas denunciadas se refieran a la difusión de propaganda por los poderes públicos en cualquier modalidad de comunicación social y que no haya sido de carácter institucional, ni fines informativos o educativos, por la que se pueda señalar que se incluyeron nombres, imágenes, voces o símbolos que hayan implicado promoción personalizada de cualquier servidor público.

Asimismo, es posible determinar que esas conductas que infrinjan la propaganda para que la autoridad contenciosa conozca, se debe a la advertencia de conductas que generalicen sus efectos sobre la mayoría de la población o en distintos lugares y en la temporalidad en que incidan los procesos electorales, o bien, de su gravedad se considere una conducta ilícita cuya denuncia corresponda conocer a la autoridad nacional electoral y a la Sala Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.

En ese sentido, la normatividad electoral en materia de quejas y denuncias, propaganda que afecte la contienda electoral y en específico que contravenga el artículo 134 constitucional párrafos séptimo y octavo, es decir, el incumplimiento del principio de imparcialidad cuando tal conducta afecte la equidad de la competencia entre los partidos políticos, entre las personas aspirantes, precandidatas o candidatas durante los procesos electorales, será la vía contenciosa de la autoridad nacional la que conozca y, en su caso, se tramite conforme a derecho.

De este modo, la **Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos** en su **artículo 134**, párrafos séptimo y octavo, establece la **obligación de aplicar los recursos públicos** que se encuentren bajo responsabilidad de los servidores públicos de la Federación, Estados y municipios, **sin influir en la equidad de la competencia entre los partidos**, asimismo, con la precisión de que la propaganda bajo cualquier modalidad de comunicación social que difundan los poderes públicos, órganos autónomos, dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de gobierno, deberá tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social, pues **en ningún caso, dicha**

propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público.

Es preciso señalar que el artículo 59 numeral 1 y 2 del Reglamento de Quejas y Denuncias, establece la procedencia en dicha materia que le corresponde a la Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral instruir el procedimiento especial sancionador cuando se denuncie la transgresión a lo establecido en el artículo 134, párrafo octavo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, cuyo medio comisivo sea radio o televisión, así como las mismas se cometan en un proceso electoral.

Por lo tanto, es preciso señalar que de las disposiciones expuestas se advierte que, será la Secretaría Ejecutiva del Instituto Nacional Electoral la que instruirá a la Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral los procedimientos especiales sancionadores dentro de los procesos electorales, cuando se denuncie la comisión de conductas que contravengan las normas sobre propaganda política o electoral y que estas sean violatorias a lo establecido en el octavo párrafo del artículo 134 de la Constitución.

De conformidad con lo expuesto, se reitera por criterio emitido por el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación con número de Jurisprudencia 25/2010, Cuarta Época, publicada en la Gaceta de Jurisprudencia y Tesis en materia electoral, Año 3, Número 7, año 2010, páginas 32 y 34, la cual se transcribe a continuación:

Partido Acción Nacional

vs

***Comisión de Quejas y Denuncias del Instituto Federal Electoral
Jurisprudencia 25/2010***

“PROPAGANDA ELECTORAL EN RADIO Y TELEVISIÓN. COMPETENCIA DE LAS AUTORIDADES ELECTORALES PARA CONOCER DE LOS PROCEDIMIENTOS SANCIONADORES RESPECTIVOS.- De la interpretación sistemática y funcional de los artículos 41, base III, apartados A y C, y 116 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y 368, párrafo 1, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, se obtiene que el Instituto Federal Electoral es la autoridad competente para

conocer y resolver los procedimientos especiales sancionadores, tanto en procesos federales como locales y fuera de ellos, en las siguientes hipótesis:

1. Contratación y adquisición de tiempos en radio y televisión por los partidos políticos, por sí o por terceras personas, físicas o morales; 2. Infracción a las pautas y tiempos de acceso a radio y televisión; 3. Difusión de propaganda política o electoral que contenga expresiones que denigren a las instituciones, a los partidos políticos o que calumnien a las personas, y 4. **Difusión en radio y televisión de propaganda gubernamental de los poderes federales**, estatales, de los municipios, órganos de gobierno del Distrito Federal, sus delegaciones y cualquier otro ente público. En cambio, en el supuesto de violaciones a leyes locales durante los procesos electorales respectivos, por el contenido de la propaganda difundida en cualquier medio, distintas a las anteriores, la autoridad administrativa electoral local es competente para conocer del procedimiento sancionador y, en su caso, imponer la sanción correspondiente; en estos casos, el Instituto Federal Electoral, en ejercicio de sus atribuciones, a través de la Comisión de Quejas y Denuncias, se coordina con la autoridad local exclusivamente para conocer y resolver sobre la petición de medidas cautelares, en cuanto a la transmisión de propaganda en radio y televisión.”

En este sentido, le corresponde a la autoridad contenciosa a nivel nacional, conocer y llevar a cabo las diligencias necesarias para estar en posibilidad de remitir a la Sala Regional Especializada del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación la integración del expediente que se haya admitido.

No se omite mencionar que, por lo que respecta a la materia de radio y televisión en materia político o electoral en su difusión, el artículo 7, numeral 3 del Reglamento de Radio y Televisión en materia Electoral, establece la competencia al Instituto Nacional Electoral como autoridad única competente para ordenar la transmisión de propaganda política o electoral en radio y televisión, para el cumplimiento de sus propios fines, de otras autoridades electorales federales o locales, de los partidos políticos o candidatos de cualquier ámbito.

En las relatadas condiciones, y tomando en consideración las pretensiones del quejoso, esta autoridad advierte la actualización del presupuesto jurídico previsto en el artículo 30, numeral 1, fracción VI del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización, al deducirse que la queja es

notoriamente improcedente con base en las facultades legales atribuidas a la Unidad Técnica de Fiscalización, resultando dicha autoridad incompetente para conocer y pronunciarse respecto de los hechos denunciados.

Derivado de ello, se determina que no es competencia de la Unidad Técnica de Fiscalización realizar un pronunciamiento respecto de los hechos denunciados. De ahí que, es contundente la configuración de la causal prevista en la fracción I, numeral 1, del artículo 31 del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización. Es decir, que la Unidad Técnica de Fiscalización no es competente para conocer de los hechos que constriñen el presente procedimiento.

En consecuencia, este Consejo General considera procedente determinar el desechamiento del escrito de queja en razón de la notoria incompetencia derivada de los hechos denunciados. Lo anterior, al advertirse la causal de improcedencia prevista en el artículo 30, numeral 1, fracción VI, en relación al artículo 31, numeral 1, fracción I, ambos del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización.

En consecuencia, este Consejo General concluye que, atendiendo a las razones y consideraciones de derecho antes vertidas, la queja que originó el expediente en que se actúa, debe ser **desechada**.

3. Vista a la Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral del Instituto Nacional Electoral. Tal y como fue expuesto en el apartado de antecedentes de la presente Resolución, de manera previa, se hizo del conocimiento de la Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral, los hechos denunciados en términos de la pretensión del denunciante. Lo anterior a fin de salvaguardar el derecho fundamental de acceso a la justicia.

De este modo, en el caso de que la determinación de la autoridad competente resultara vinculante en relación a las atribuciones que en materia de fiscalización ejerce esta autoridad nacional; este Consejo General considera procedente requerir a la **Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral** de este Instituto, informe la determinación que haya recaído a la causa hecha de su conocimiento, a fin de poder conocer la calificación de los hechos denunciados y así, esta autoridad esté en aptitud de emitir la determinación que conforme a derecho corresponda.

4. Notificación electrónica. Que con fecha treinta de septiembre de dos mil veinte, en sesión ordinaria, el Consejo General de este Instituto **aprobó el Acuerdo INE/CG302/2020**, por el que determinó la **notificación electrónica** de las actuaciones relativas a los procedimientos administrativos sancionadores en materia de fiscalización.

En este entendido esta autoridad considera apegado a derecho que en el presente asunto se haga uso de la notificación electrónica en razón de lo siguiente:

1. La notificación consiste en hacer saber un acto jurídico a la persona a la que se reconoce como interesado en su conocimiento o se le requiere para que cumpla ese acto jurídico. Así, la notificación puede llevarse a cabo de diversas formas, en forma directa como serían las notificaciones personales, por cédula o por oficio; o de forma implícita, como aquella que surge cuando el interesado ha tenido conocimiento de su existencia, aunque ningún medio de comunicación haya sido empleado.

Derivado del contexto emergente por el que atraviesa el país a causa de la pandemia por COVID-19, es que resultó necesario la implementación de herramientas sencillas, rápidas y efectivas que permitan cumplir con las actividades propias de la facultad fiscalizadora de manera expedita, remota y en estricto apego a los principios de certeza, legalidad y debido proceso, como lo es, la notificación vía correo electrónico.

2. Los Reglamentos de Fiscalización y de Procedimientos Administrativos Sancionadores en Materia de Fiscalización señalan como una de las formas de notificación la realizada “vía electrónica”.

3. Mediante diversos criterios emitidos por la autoridad jurisdiccional se ha confirmado como un medio idóneo y eficaz para hacer fehacientemente del conocimiento de las personas obligadas la determinación de la autoridad electoral.

En consecuencia, se considera que, cumpliendo con los principios de legalidad, certeza, y debido proceso que debe cumplir cualquier acto de autoridad electoral y privilegiando las circunstancias sociales que atraviesa el país, a causa de la contingencia derivada de la pandemia conocida como COVID-19, este Consejo

General aprueba que las notificaciones a las personas obligadas en materia de fiscalización sean realizadas de manera electrónica.

En ese entendido, a fin de dar cabal cumplimiento a los principios rectores que deben imperar las actividades relativas a la notificación de las actuaciones instrumentadas durante la sustanciación de los Procedimientos Administrativos Sancionadores en Materia de Fiscalización, este Instituto, considera necesario que las notificaciones se realicen a las personas obligadas de forma electrónica a través del Sistema Integral de Fiscalización, respecto de aquellas personas obligadas que cuenten con acceso al módulo de notificaciones electrónicas, de conformidad con lo establecido en el Acuerdo CF/018/2017, para que en su caso, y por su conducto realicen la notificación a los interesados de su instituto político.

En atención a los Antecedentes y Considerandos vertidos en el cuerpo del presente curso, y en ejercicio de las atribuciones conferidas a este Consejo General en los artículos 35, numeral 1; 44, numeral 1, incisos j), y aa) de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, se

R E S U E L V E

PRIMERO. Se **desecha de plano** la queja interpuesta por el C. Luis Felipe Chávez Paez, representante del Partido Acción Nacional acreditado ante 01 Junta Distrital del Instituto Nacional Electoral en Baja California Sur, en los términos de lo expuesto en el **Considerando 2** de la presente Resolución.

SEGUNDO. En términos del considerando **3**, hágase del conocimiento de la Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral del Instituto Nacional Electoral, la determinación emitida por esta autoridad electoral.

TERCERO. Notifíquese electrónicamente al Partido Acción Nacional a través del Sistema Integral de Fiscalización, en términos de lo expuesto en el Considerando **4** de la presente Resolución.

**CONSEJO GENERAL
INE/Q-COF-UTF/682/2021**

CUARTO. En términos de lo dispuesto en el artículo 40 de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia de Fiscalización el recurso que procede en contra de la presente determinación es el denominado “recurso de apelación”, el cual según lo previsto en el artículo 8 y 9 del mismo ordenamiento legal se debe interponer dentro de los cuatro días contados a partir del día siguiente a aquél en que se tenga conocimiento del acto o resolución impugnado, o se hubiese notificado de conformidad con la ley aplicable, ante la autoridad señalada como responsable del acto o resolución impugnada.

QUINTO. 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 14 de julio de 2021, por nueve votos a favor de los Consejeros Electorales, Maestra Norma Irene De La Cruz Magaña, Doctor Uuc-kib Espadas Ancona, Doctora Adriana Margarita Favela Herrera, Maestro José Martín Fernando Faz Mora, Carla Astrid Humphrey Jordán, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas, Maestro Jaime Rivera Velázquez, Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez y del Consejero Presidente, Doctor Lorenzo Córdova Vianello, y un voto en contra del Consejero Electoral, Doctor José Roberto Ruiz Saldaña; no estando presente durante el desarrollo de la sesión el Consejero Electoral, Doctor Ciro Murayama Rendón.

**EL CONSEJERO PRESIDENTE DEL
CONSEJO GENERAL**

**EL SECRETARIO DEL
CONSEJO GENERAL**

**DR. LORENZO CÓRDOVA
VIANELLO**

**LIC. EDMUNDO JACOBO
MOLINA**