

INE/CG1408/2024

RESOLUCIÓN DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL RESPECTO DEL PROCEDIMIENTO OFICIOSO EN MATERIA DE FISCALIZACIÓN, INSTAURADO EN CONTRA DE LAS OTRORA COALICIONES “SIGAMOS HACIENDO HISTORIA” Y “SIGAMOS HACIENDO HISTORIA EN LA CIUDAD DE MÉXICO”, INTEGRADA POR LOS PARTIDOS MORENA, DEL TRABAJO Y VERDE ECOLOGISTA DE MÉXICO, ASÍ COMO DE CLAUDIA SHEINBAUM PARDO, ENTONCES CANDIDATA A LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA; ERNESTINA GODOY RAMOS Y OMAR HAMID GARCÍA HARFUCH, ENTONCES PERSONAS CANDIDATAS AL SENADO DE LA REPÚBLICA POR EL PRINCIPIO DE MAYORÍA RELATIVA Y CLARA MARINA BRUGADA MOLINA, ENTONCES CANDIDATA A LA JEFATURA DE GOBIERNO DE LA CIUDAD DE MÉXICO, IDENTIFICADO CON EL NÚMERO DE EXPEDIENTE INE/P-COF-UTF/582/2024

Ciudad de México, 22 de julio de dos mil veinticuatro.

VISTO para resolver el expediente **INE/P-COF-UTF/582/2024**, integrado por hechos que se considera constituyen infracciones a la normatividad electoral en materia de origen, monto, destino y aplicación de los recursos derivados del financiamiento de los sujetos obligados.

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

I. Acuerdo que dio origen al inicio del procedimiento oficioso. El veinticuatro de abril de dos mil veinticuatro se recibió a través del Sistema de Archivos Institucional (SAI), el acuerdo de veintidós de abril del presente año, dictado en el expediente UT/SCG/PE/PAN/CG/618/PEF/1009/2024, en cumplimiento a lo ordenado en su punto TERCERO en el que se ordenó dar vista a la Unidad Técnica de Fiscalización con copia certificada de la denuncia presentada por Víctor Hugo Sondón Saavedra, Representante Propietario del Partido Acción Nacional ante el Consejo General del Instituto Nacional Electoral, en contra de Claudia Sheinbaum Pardo, entonces candidata a la Presidencia de la República; Ernestina Godoy Ramos y Omar Hamid García Harfuch, entonces personas candidatas al Senado de la República por el

principio de mayoría relativa y Clara Marina Brugada Molina, entonces candidata a la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México, por las otrora coaliciones “Sigamos Haciendo Historia” y “Sigamos Haciendo Historia en la Ciudad de México”, respectivamente, ambas integradas por los partidos Morena, del Trabajo y Verde Ecologista de México; denunciando hechos consistentes en la presunta omisión de reportar ingresos y gastos por concepto de propaganda electoral, derivada de una grabación en la que habría un uso indebido de la marca registrada como “FRIENDS”, así como la presunta omisión de rechazar aportaciones de ente impedido por la normatividad electoral por el uso de marcas comerciales registradas, que en su caso, tendrían que ser sumados al tope de gastos de campaña y que podrían constituir un rebase al tope de gastos de campaña, por lo que se actualizarían infracciones a la normatividad electoral en materia de origen, monto, destino y aplicación de los recursos en el marco del Proceso Electoral Concurrente 2023-2024 (Fojas 1 a 50 del expediente):

“(…)

TERCERO. VISTA A LA UNIDAD TÉCNICA DE FISCALIZACIÓN. *Tomando en consideración que la competencia es un presupuesto procesal necesario para la válida actuación y constitución del proceso, y toda vez que del análisis al escrito de queja, se advierte que el quejoso denuncia, entre otras cuestiones, la presunta aportación de un ente prohibido a favor de las candidaturas de Claudia Sheinbaum Pardo, Clara Brugada, Omar Hamid García Harfuch y Ernestina Godoy, así como de los partidos políticos del Trabajo, Verde Ecologista de México y MORENA, lo que, representa un gasto que debe ser contabilizado para efectos del tope de gastos de campaña, derivado una publicación en redes sociales, en la cual se difunde un video en el que aparecen los ahora denunciados y se hace uso de la marca registrada FRIENDS, con fines electorales.*

*En consecuencia, al denunciarse una conducta relacionada con el presunto tope de gastos de campaña, y en atención a lo señalado en el artículo 196 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, se ordena remitir a la **Unidad Técnica de Fiscalización de este Instituto**, copia certificada de la denuncia que dio origen al expediente en que se actúa, para que en el ámbito de su competencia determine lo que en derecho corresponda respecto de dicha conducta.*

CUARTO. COMPETENCIA Y VÍA PROCESAL. *Como ha quedado precisado, los motivos de inconformidad hechos valer por el quejoso, respecto de los cuales esta Unidad Técnica es competente, versan sobre conductas atribuibles a **Claudia Sheinbaum Pardo, Clara Brugada, Omar Hamid García Harfuch***

y Ernestina Godoy, así como a los partidos políticos del Trabajo, Verde Ecologista de México y MORENA, por un presunto uso indebido de marcas comerciales en beneficio de las candidaturas antes referidas en el marco del proceso electoral 2023-2024.

Por lo cual, y toda vez que las conductas denunciadas se encuentran vinculadas con el Proceso Electoral Federal, se asume competencia para conocer de las conductas denunciadas, con fundamento en los artículos 459, párrafo 1, inciso c), y 470, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, así como el artículo 59, del Reglamento de Quejas y Denuncias del Instituto Nacional Electoral.

QUINTO. DESECHAMIENTO DE PLANO DE LA DENUNCIA. *De conformidad con lo manifestado por el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en el recurso de revisión del procedimiento especial sancionador SUP-REP-23/2014, es un principio general de derecho que se invoca en términos de lo dispuesto en el artículo 5, párrafo 2, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, en relación con el último párrafo del artículo 14 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y 2, párrafo 1, de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral, que en la decisión de los asuntos debe examinarse, prioritariamente, si los presupuestos de las acciones intentadas se encuentran colmados, ya que, de no ser así, existiría impedimento para continuar con su tramitación y más aún, para dictar una resolución de fondo.*

Concatenado con lo anterior, dicho tribunal manifestó que las cuestiones de improcedencia que se adviertan durante una fase de un procedimiento o juicio son de orden público por lo que deben ser examinadas de oficio y abordarse en cualquier instancia en que el juicio se encuentre; de tal manera que, si la autoridad revisora del acto lo advierte así, ello habrá de analizarse.

Lo anterior, a juicio del referido tribunal constitucional, es aplicable al procedimiento especial sancionador previsto en los artículos del 470 al 477 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, pues este procedimiento se sigue en forma de juicio y tiene dos fases propiamente, la de admisión, instrucción y desahogo de pruebas y la de resolución, de manera que para emitir ésta, primero tienen que estar satisfechos los presupuestos procesales, pues si éstos no se superan, el órgano respectivo está impedido para resolver en el fondo la controversia.

Ahora bien, como se precisó previamente, el quejoso denuncia el presunto uso indebido de marcas comerciales para beneficiar las candidaturas de Claudia Sheinbaum Pardo, Clara Brugada, Omar Hamid García Harfuch y Ernestina Godoy, candidatos de los partidos políticos MORENA, Verde Ecologista de México y del Trabajo, en el marco del proceso electoral en curso, derivado de una

publicación en redes sociales, en la cual se difunde un material de video en el que aparecen los ahora denunciados, en la cual a consideración del quejoso, se hace uso de la marca registrada FRIENDS, ya que, utilizaron el logo e imagen de dicho programa de televisión con fines electorales, a efecto de ejercer influencia en las personas que simpatizan con dicha serie y así mantuvieran, cambiaran o reforzaran su preferencia electoral hacia sus candidaturas.

Al respecto, esta autoridad electoral nacional considera que, del análisis preliminar y contextual a los hechos denunciados, se actualiza la causal de desechamiento prevista en los artículos 471, párrafo 3, inciso c) y párrafo 5, inciso a) de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, en relación con los artículos 10, párrafo 1, fracción III y 60, párrafo 1, fracción I del Reglamento de Quejas y Denuncias del Instituto Nacional Electoral, en atención a lo siguiente:

El artículo 471, párrafos 1 y 5, inciso a), de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales establece, en lo que interesa, que la Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral de la Secretaría Ejecutiva desechará de plano la denuncia sin prevención alguna, cuando entre otros supuestos, no reúna los requisitos indicados en el párrafo 3 de dicho dispositivo, los cuales son:

(...)

Ahora bien, la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en el recurso de revisión del procedimiento especial sancionador SUP- REP-284/2024, sostuvo en esencia lo siguiente:

Del análisis integral a las constancias del expediente se advierte que el problema jurídico a resolver está directamente relacionado con la inclusión o identificación de marcas, emblemas, referencias o imagen de empresas de noticias, medios informativos o persona moral que ejerce el periodismo, en la propaganda de los partidos políticos.

(...)

*De lo anterior, se advierte que la Sala Superior señaló que **únicamente las personas morales que pueden sufrir una afectación con la inclusión de sus “marcas” en propaganda de un partido político pueden presentar una denuncia, ya que son las únicas que podrían tener una afectación.***

En ese sentido, si bien el Partido Acción Nacional, aporta diversos vínculos electrónicos para acreditar la existencia del material denunciado y notas periodísticas vinculadas con la existencia de la marca Friends, dicho instituto político, no aporta documento alguno que permita acreditar que ostenta la

representación de dicha marca, en ese sentido, tomando en consideración lo señalado por la Sala Superior en la sentencia identificada como SUP-REP-284/2024, se considera que se actualiza la causal de desechamiento prevista en los artículos 471, párrafo 3, inciso c) y párrafo 5, inciso a) de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, en relación con los artículos 10, párrafo 1, fracción III y 60, párrafo 1, fracción I del Reglamento de Quejas y Denuncias del Instituto Nacional Electoral.

Como consecuencia de lo anterior, respecto a la solicitud de medidas cautelares solicitada por el partido denunciante, no ha lugar a proveer lo conducente.

(...)"

Derivado de lo anterior es necesario señalar que, el escrito de queja remitido por la Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral, señala lo siguiente:

"(...)

HECHOS DENUNCIADOS

- ***Uso indebido de marcas comerciales en beneficio de la candidatura de Claudia Sheinbaum Pardo, Clara Brugada, Omar Hamid García Harfuch y Ernestina Godoy, todos en su calidad de candidatos, en el marco del proceso electoral en curso.***
- ***Y, en consecuencia, la aportación de un ente prohibido a favor de las candidaturas señalados y los partidos políticos que las postularon.***

MEDIOS PROBATORIOS

- a. Propaganda electoral en la que se utiliza una marca comercial con fines electorales.***

(...)

**CONSEJO GENERAL
INE/P-COF-UTF/582/2024**



URL: <https://twitter.com/PrimoOlvera/status/1774156066575581527>

a. Publicación del video en las redes sociales de Claudia Sheinbaum Pardo.



URL:
<https://www.tiktok.com/@claudiasheinbaum/video/7351984370174971142?lanq=es>

Contenido de la publicación:

Hoy les presento con la épica intro de **#Friends** al equipo que ganará en la CDMX. 🤝❤️ #friendship #amigos #goals #friendshipgoals #sheinbaum #ganadores #tiktoklatam

c. Registro de la marca Friends en México.



(...)

URL:

<https://acervomarcas.impi.gob.mx:8181/marcanet/vistas/common/datos/bsqDeNominacionCompleto.pgj>

Desahogo de la prueba: De acuerdo con lo anterior, es posible observar que en México existen más de 910 registros de la marca FRIENDS.

d. Notas periodísticas y pruebas que acreditan el prestigio y valor de la marca aprovechada con fines electorales

Virat

"Friends": La cifra millonaria que cobran los actores por regalías

La sitcom que marcó la década del 90 sigue al aire en diferentes países del mundo y sus seis protagonistas reciben un monto anual por ellos. Cuánto cobran al día de hoy.

01/09/2020 - 15:54

Contenido:

Según el portal USA Today, cada uno de ellos recibe 200 millones de dólares anuales por las regalías de las repeticiones.

URL: <https://www.tiemposur.com.ar/internacionales/friends-la-cifra-millonaria-que-cobran-los-actores-por-regalias>

Netflix

Cuánto dinero ha pagado WarnerMedia para quedarse con 'Friends' en exclusiva

HBO Max, el nuevo servicio en streaming de WarnerMedia, **ha arrebatado definitivamente 'Friends' a Netflix**, y han pagado una barbaridad por ella.

Contenido:

Si tenemos en cuenta que a Netflix 'Friends' le cuesta 100 millones de dólares al año (y suele despuntar como la más vista del catálogo mes tras mes), podemos

ir haciéndonos una idea de cuán elevada será la suma que WarnerMedia ha tenido que pagar para recuperarla.

*La cifra asciende a 425 millones de dólares. Con esta firma, HBO Max disfrutará de 'Friends' durante cinco años. En otras palabras, les ha salido a **85 millones por año**, un poco más barato de lo que paga Netflix actualmente.*

URL: <https://www.revistagq.com/noticias/articulo/cuanto-ha-pagado-warnermedia-para-quitarse-a-netflix>

DÉCADA DEL '90

Los extras de Friends TODAVÍA obtienen regalías: lo que ganan te sacará una sonrisa



POE: ESTEBAN LUJÁN



PUBLICADO 7 FEB 2019 - 04:38 PM EST | ACTUALIZADO 7 FEB 2019 - 04:38 PM EST



Si, *Friends* casi cumple 15 años desde su última fecha de transmisión, pero nunca desapareció en realidad gracias a las repeticiones y, ahora, a Netflix que permiten ver a los seis amigos cuando quieras. La serie es tan popular que hasta un grupo de científicos hizo un estudio para revelar quién es el verdadero protagonista de la serie.

Contenido:

De acuerdo con **el diario británico The Daily Mirror**, *Friends* sigue siendo una mina inagotable para Warner, pues la franquicia trae a sus arcas cerca de 100 millones de dólares anuales.

De esa millonada, cada actor recibe 2 % de las regalías totales anuales, es decir, 2 millones. Quedan 88 millones, de ahí también se paga a los actores secundarios, quienes también reciben regalías.

Esto significa que James Michael Tyler, el actor que dio vida a Gunther, barista del Central Perk, recibe un cheque de 148 mil dólares anuales.

Maggie Wheeler quien interpretó a Janice, la ex novia de Chandler y Ross, además de Christina Pickles, la madre de Mónica, obtienen cheques por 19 mil dólares. Elliott Gould, Jack Geller con 20 mil y Jon Favreau, quien interpretó a Pete, el ex novio millonario de Mónica, con 6 mil.

Jane Sibbith que interpretó a Carol Willick, ex esposa de Ross; y Paul Rudd como Mike Hannigan aparecieron en 17 episodios. Aisha Tyler apareció en nueve episodios como Charlie Wheeler, el interés romántico de Joey.

URL: <https://www.univision.com/entretenimiento/cultura-pop/los-extras-de-friends-todavia-obtienen-regalias-lo-que-ganan-te-sacara-una-sonrisa>

The Rembrandts made some serious cash from the Friends theme tune

Contenido:

According to Screen Rant, the two have reportedly made around \$5 million in royalties from the song — not too shabby to say they didn't even fully write it. Wilde doesn't appear to have publicly confirmed that figure but told the Los Angeles Times in 2004 of the royalties.

Traducción:

Según Screen Rant, los dos supuestamente ganaron alrededor de \$ 5 millones en regalías por la canción; no está nada mal decir que ni siquiera la escribieron en su totalidad. Wilde no parece haber confirmado públicamente esa cifra, pero le dijo a Los Angeles Times en 2004 sobre las regalías.

URL: <https://www.nickiswift.com/414279/how-much-are-the-rembrandts-worth/>

INFRACCIONES

A. Uso indebido de marcas comerciales o bienes regulados por la propiedad industrial.

Marco normativo

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.

En este orden de ideas, la Ley de Partidos garantizará que los institutos políticos nacionales cuenten con elementos para llevar a cabo sus actividades y señalará las reglas a que se sujetará el financiamiento, debiendo garantizar la aplicación del principio de prevalencia.

Los partidos políticos podrán recibir financiamiento que no provenga del erario, en las modalidades que se enuncian a continuación:

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

El marco constitucional y legal ha privilegiado la utilización de recursos públicos sobre los de origen privado, lo cual no excluye la posibilidad a los partidos políticos de recibir financiamiento privado, el cual se encuentra debidamente controlado a través de los límites anuales e individuales establecidos en el artículo 56 de la Ley de Partidos.

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: i) propaganda electoral; ii) gastos operativos de campaña; iii) producción de spots; iv) anuncios en internet; v) estudios sondeos y encuestas y, vi) 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 a 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.

Respecto a ambos mecanismos, 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, destacando en el caso de las aportaciones que, como se mencionó con anterioridad, no obstante, provengan de un ente prohibido, en caso de beneficiar a la campaña debe computarse el monto del beneficio al tope.

Concepto de marca y su uso. *La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, precisa que el derecho a la propiedad intelectual se relaciona con las creaciones de la mente: invenciones, obras literarias y artísticas, así como símbolos, nombres e imágenes utilizados en el comercio.*

En México, la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial y la Ley Federal de Derecho de Autor, son las leyes que regulan el derecho a la propiedad industrial y el derecho de autor, respectivamente.

En el Título Cuarto de la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial, se regulan las marcas, así como los avisos y nombres comerciales, definiendo en sus artículos 171 y 172, lo que debe entenderse por marca y lo que puede constituir una marca, en los términos siguientes:

(...)

En esa tesitura, una marca constituye todo signo visible que distinga productos o servicios de la misma especie o clase con otros existentes en el mercado y que puede ser de diversos tipos.

Ahora bien, el artículo 170 de la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial, dispone:

(...)

Por lo tanto, puede considerarse que una marca registrada, es aquella que se registra en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, a efecto de que el titular de ésta tenga el uso exclusivo sobre la misma.

En este sentido, el uso exclusivo es el máximo derecho que posee el titular de la marca registrada porque es el único que, tácitamente puede usar la marca en los productos o servicios indicados en el título de registro, y también es el único que puede permitir su uso por parte de un tercero, u oponerse a que un tercero obtenga el registro de una marca o aviso comercial que sean idénticos o semejantes en grado de confusión, aplicados a los mismos o similares productos o servicios, asimismo, es quien podrá gravar o transmitir los derechos que confiere una marca registrada o los que deriven de la solicitud del registro de ésta.

Por consiguiente, una marca registrada ante el Instituto de la Propiedad Industrial, además de otorgar al titular el uso exclusivo sobre los derechos, lo protege contra actos de terceros que atenten contra la propiedad industrial de marcas o que constituyan competencia desleal, dentro del territorio nacional.

¿La propaganda electoral integrada con marcas comerciales debe contabilizarse como un beneficio a las campañas?

En principio, conforme a la libertad de expresión en materia política electoral, cualquier persona que participe como candidato en una contienda electoral tiene derecho a difundir o publicar comentarios, imágenes, videos o materiales, siempre que no se rebasen los límites constitucionales.

Así, en términos generales, los actores políticos tienen libertad para vestir, portar, emplear, utilizar, manejar o presentar objetos de cualquier marca comercial, como lo hace cualquier persona, sin que ello implique, en principio, la recepción de una aportación en especie.

No obstante, en cuanto a la interrogante de si el uso especial de algún bien, servicio u objeto comercial en su propaganda electoral, bajo ciertas características, puede calificarse como un acto de aprovechamiento de la reputación ajena o de uso indebido de marcas comerciales la Sala Superior, en el SUP-REC-887/2018, estableció que el comportamiento especial y distinto de aprovechamiento de una marca puede distinguirse y, por ende, contabilizarse como cualquier aportación, a partir de los elementos siguientes:

- 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 sólo 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 autoidentifica 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 sólo 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 cuando 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.

¿En qué consisten los beneficios?

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 elección.

Caso concreto

En el caso, es evidente que existe un uso indebido de la marca registrada FRIENDS, cuyo uso reporta un beneficio indebido a las candidaturas de Morena, quienes utilizaron el logo e imagen de dicho programa de televisión con fines electorales y, por tanto, representa un gasto que debe ser contabilizado para efectos del tope de gastos de campaña.

Ello, pues de conformidad con lo señalado en el marco normativo aplicable, en el caso, se cumplen con todos y cada uno de los requisitos señalados por la Sala Superior para determinar un uso y beneficio indebido de marcas comerciales, como se observa a continuación:

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 sólo 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.

En el caso, es evidente que se trató de un uso deliberado de la marca comercial de FRIENDS y demás bienes sujetos a la propiedad industrial, pues no se trata

de un aparición contingente o marginal, sino que todo el concepto del video gira en torno al prestigio y reconocimiento de la marca, por lo tanto, es evidente que la razón del uso atiende a la voluntad de las candidaturas de relacionarse con esta.

b. Autoidentificación. *Si el candidato, partido o actor político se autoidentifica 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.

Es claro que en el caso existe una autoidentificación de las candidaturas con la marca, pues tan solo el formato del video supone una réplica del clip introductorio de la serie, aunado a que en la red social de Claudia Sheinbaum destaca claramente la finalidad de identificarse con una determinada comunidad, como se advierte de la publicación ofrecida como prueba, la cual señala expresamente lo siguiente:

*Hoy les presento con la épica intro de **#Friends** al equipo que ganará en la CDMX. 🧡❤️ **#friendship #amigos #goals #friendshipgoals #sheinbaum #ganadores #tiktoklatam***

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 sólo una vez, pero que, de un análisis integral, se desprenda un uso reiterado.

Si bien, en el caso, no existe una utilización sistemática de las marcas señaladas, ello no quiere decir que no se actualice la infracción alegada en el caso concreto, pues la actualización de los demás elementos supone un uso indebido de la marca y un beneficio directo a las candidaturas que la utilizaron, máxime si se toma en cuenta que evidentemente se trata de propaganda electoral en el marco del proceso electoral actual.

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 el caso, es claro que existió una intención deliberada de aprovechamiento por parte de los candidatos denunciados, pues se trata de la realización de un video en el que están participando directamente y supone la realización, edición y producción deliberada de este, por lo que claramente existe un aprovechamiento deliberado; máxime que Claudia Sheinbaum señala expresamente dicha intención al señalar “Hoy les presento con la épica intro de #Friends”, por lo que no cabe duda del cumplimiento de éste elemento.

En este sentido, es evidente la existencia del uso indebido de marcas comerciales, por lo que existe un beneficio económico susceptible de cuantificarse a la campaña de los candidatos señalados, de acuerdo con lo siguiente:

- *La publicación denunciada constituye propaganda electoral, pues cumple con todos los elementos referidos en el párrafo 3, del artículo 242 de la LEGIPE, el cual señala:*

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

Es evidente que el video denunciado constituye una grabación difundida por las candidaturas de Morena con la finalidad de presentarse ante la ciudadanía.

- *La publicación que cuenta con publicidad integrada tiene como resultado 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 desprenda*

una autoidentificación con las marcas, como aspecto central de su posicionamiento político, pues es evidente que el video constituye una copia del clip introductorio de la serie de "FRIENDS".

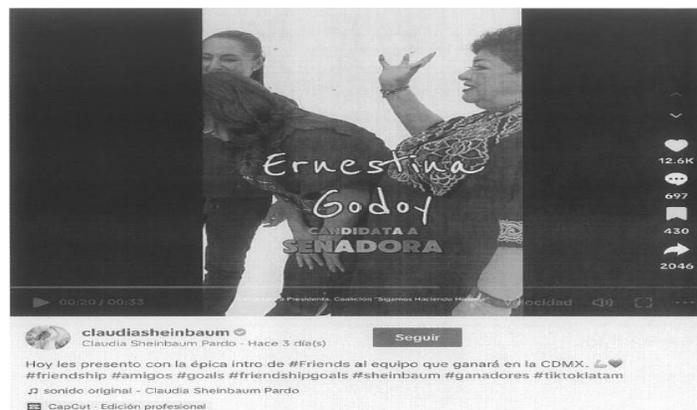
- *En las circunstancias de aparición de la propaganda integrada, es evidente la voluntad de los actores políticos de presentarlas como estrategia política a partir de su identificación con un programa de televisión de culto transgeneracional que representa un grado de identidad con quienes han visto dicha serie.*
- *En el contexto de las publicaciones es evidente que existe una intención objetiva, manifiesta y sistemática de los candidatos de identificar la marca, con las candidaturas mediante su difusión y cobertura en redes sociales. Es decir, es claro que se advierten elementos objetivos que permitan concluir que la aparición de las marcas, nombres comerciales o imágenes se hizo como parte de una estrategia de propaganda electoral y con una intención deliberada, con la finalidad de impactar en el electorado.*

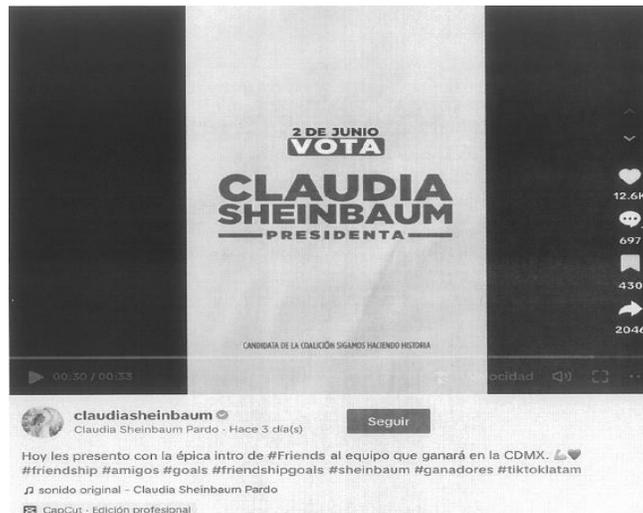
Lo anterior, máxime que del video se observa claramente un vínculo entre las candidaturas, el logo de la serie, la canción y una escena de la serie (misma que también está sujeta a derechos de autor), pues se identifica el nombre de las candidaturas y el cargo por el que contienden, como se advierte a continuación.

(...)



CONSEJO GENERAL
INE/P-COF-UTF/582/2024





(...)

En ese aspecto, es posible concluir que los candidatos utilizaron de forma deliberada el logotipo, videoclip y canción de la serie FRIENDS, bienes sujetos a propiedad intelectual e industrial, vulnerando el principio de equidad en la contienda, así como la independencia que la empresa titular de dicha marca debe guardar respecto a las contiendas electorales, al generar la imagen de su afinidad o de una autoidentificación -al ser titulares de los derechos sobre esos bienes-, con las ideas, propuestas o actos de los candidatos postulados por MORENA.

Por tales razones, los partidos políticos y sus candidatos no deben adquirir, vincular, relacionar o posicionar ante la ciudadanía, su propaganda político-electoral con algún ente económico a través de sus marcas, nombres o imágenes comerciales -máxime si éstas están ampliamente posicionadas en el ámbito geográfico-, pues afectan los principios de equidad y certeza protegidos en materia electoral.

Así, con la publicación denunciada, los candidatos se identificaron y aprovecharon de signos distintivos ajenos que es, precisamente, en lo que se funda el uso más allá de lo ordinario de una marca comercial y que actualiza un aprovechamiento de la reputación ajena de las marcas. Precisamente, porque los candidatos asumen el prestigio de éstas para presentar sus candidaturas 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 las marcas, se proyectara sobre sus candidaturas, para alcanzar la finalidad última de atraer, al amparo de esa reputación, más electores a su favor.

Ello, con independencia del resultado último, pues lo relevante a efecto de que sea necesario evaluar el costo del beneficio esperado, es que los candidatos optaron por una práctica que toma en valor prestablecido y que, por ende, ordinariamente debía ser aprobado y reportado.

Por lo tanto, las conductas reprochadas deben interpretarse como propaganda electoral susceptible de cuantificarse al tope de gastos respectivo.

*Al respecto, la Sala Superior estableció un criterio bajo el cual se deben de valorar los conceptos para determinar si actualizan el supuesto de gastos de campaña, por lo que a fin de determinar el periodo al cual el beneficio debe cuantificarse, resulta indispensable analizar las publicaciones controvertidas en términos de los parámetros previstos en la jurisprudencia LXIII/2015, de rubro **"GASTOS DE CAMPAÑA. ELEMENTOS MÍNIMOS A CONSIDERAR PARA SU IDENTIFICACIÓN"**, al respecto se identifica:*

Temporalidad: *la publicación de la propaganda integrada fue realizada durante el periodo de campañas.*

Territorialidad: *la difusión se realizó en redes sociales, por lo que se considera que tuvo un alcance a nivel nacional, al ser un medio de comunicación al que se tiene acceso en toda la República.*

Finalidad: *como se señaló, la propaganda integrada tiene como objeto la promoción de las candidaturas de Claudia Sheinbaum, Clara Brugada, Omar Harfuch y Ernestina Godoy.*

*Por lo tanto, el costo de cada uno de los elementos debe ser prorrateado y **sumado al tope de gastos de cada una de las candidaturas.***

B. Aportaciones de ente prohibido

*Por último, con base en todo lo expuesto, en el caso, se configura una **aportación de ente prohibido a favor de los candidatos denunciados y los partidos políticos que los postularon** de conformidad con lo siguiente.*

Atendiendo a la publicidad controvertida y a lo razonado previamente, es válido afirmar que los candidatos vincularon su propaganda electoral con diferentes bienes sujetos a propiedad intelectual, situación que se tradujo en su beneficio económico, conducta que para efectos del sistema de fiscalización se traduce en aportaciones prohibidas.

Objeto: *el uso de logotipo, canción y videoclip de la serie de FRIENDS en un video de campaña, es decir, convertidos en propaganda electoral (propaganda integrada con fines electorales).*

Tercero: *propietarios y titulares de los derechos de cada uno. Logotipo y videoclip la empresa Warner Bros y por cuanto hacer al tema central, I'll be there for you, fue compuesta por Michael Skolff y Alle Willis e interpretado por el grupo The Rembrandts, los primeros sostienen los derechos de autor y los segundos derechos de intérprete¹. Debe destacarse que tan solo en 2004, **el costo total de las regalías por el uso de la canción en la serie ascendió o más de 5 millones de dólares.***

Sujetos: *los beneficios de su propio actuar deliberado son los candidatos denunciados y, en consecuencia, los partidos políticos Morena, PVEM y el PT.*

Tipo de conducta (acción u omisión): *en el caso concreto se trata de una conducta de acción, pues los candidatos de forma deliberada adquirieron un beneficio por el uso de marcas comerciales las cuales se identificaron con sus respectivas campañas comerciales, en este sentido se actualiza el supuesto de aportación por adquisición.*

Beneficio: *el ingreso indebido consistente en la apropiación o aprovechamiento de la reputación del objeto, lo cual representa un beneficio económico susceptible de cuantificarse.*

Deslinde: *en el caso de los sujetos al tratarse de una conducta que fue ejecutada por ellos mismos, a ningún efecto práctico llegaría la presentación del deslinde pues sería contrario al criterio de aportación por adquisición.*

En conclusión, al haber actuado de forma deliberada en la difusión de propaganda integrada con fines electorales, los candidatos se beneficiaron económicamente del uso de marcas o bienes que en general están sujetos a propiedad intelectual y que son propiedad de personas jurídicas impedidas para realizar aportaciones con fines electorales, pues, como se ha señalado, los candidatos al personalizar las publicaciones con propaganda electoral sí generaron una identificación con su candidatura.

Así, tal y como lo ha determinado en otras ocasiones la Sala Superior, es válido concluir que los candidatos y los partidos políticos recibieron apoyo económico, político o propagandístico que se traduce en aportaciones prohibidas, al provenir de personas morales, por tanto, lo procedente es que la autoridad administrativa realice la cuantificación del gasto para efectos de un posible rebase de topes.

Con base en todo lo expuesto, es claro que se acreditan las infracciones denunciadas por lo que debe sancionarse a las candidaturas y partidos políticos denunciados, así como realizar la contabilización del beneficio obtenido por el uso de marcas comerciales y bienes sujetos a la propiedad industrial en la propaganda integrada denunciada para efectos del tope de gastos de campaña.

(...)

II. Acuerdo de inicio del procedimiento oficioso. El veintinueve de abril de dos mil veinticuatro, la Unidad Técnica de Fiscalización del Instituto Nacional Electoral, tuvo por recibido acordó integrar el expediente respectivo, registrarlo en el libro de gobierno, asignarle el número **INE/P-COF-UTF/582/2024**, dar inicio al trámite y sustanciación del procedimiento, notificar el inicio del procedimiento a la Secretaría del Consejo General del Instituto Nacional Electoral, y a la Presidencia de la Comisión de Fiscalización de dicho órgano colegiado, notificar y emplazar a los sujetos incoados (Fojas 51 a 53 del expediente).

III. Publicación en estrados del acuerdo de inicio del procedimiento.

a) El veintinueve de abril de dos mil veinticuatro, se fijó en los estrados de la Unidad Técnica de Fiscalización, durante setenta y dos horas, el acuerdo de inicio del procedimiento de mérito y la respectiva cédula de conocimiento (Fojas 54 a 57 del expediente).

b) El dos de mayo de dos mil veinticuatro, se retiraron del lugar de los estrados de la Unidad Técnica de Fiscalización, el citado acuerdo de inicio, así como la cédula

de conocimiento, mediante razón de publicación y retiro correspondiente (Fojas 58 y 59 del expediente).

IV. Aviso de inicio del procedimiento a la Secretaría del Consejo General del Instituto Nacional Electoral. El treinta de abril de dos mil veinticuatro, mediante oficio INE/UTF/DRN/16086/2024, la Unidad Técnica de Fiscalización informó a la Secretaría del Consejo General del Instituto Nacional Electoral, el inicio del procedimiento de mérito (Fojas 60 a 63 del expediente).

V. Aviso de inicio del procedimiento a la Presidencia de la Comisión de Fiscalización del Instituto Nacional Electoral. El treinta de abril de dos mil veinticuatro, mediante oficio INE/UTF/DRN/16088/2024, la Unidad Técnica de Fiscalización informó a la Presidencia de la Comisión de Fiscalización del Instituto Nacional Electoral, el inicio del procedimiento de mérito (Fojas 64 a 67 del expediente).

VI. Solicitud de certificación a la Dirección del Secretariado de la Secretaría Ejecutiva del Instituto Nacional Electoral.

a) El treinta de abril de dos mil veinticuatro, mediante oficio INE/UTF/DRN/16089/2024, se solicitó a la Dirección del Secretariado de la Secretaría Ejecutiva de este Instituto, en función de Oficialía Electoral, la certificación de la existencia de ligas electrónicas (Fojas 183 a 187 del expediente).

b) El tres de mayo de dos mil veintiuno, se recibió el oficio número INE/DS/1480/2024, mediante el cual se informa el acuerdo de admisión del expediente de oficialía electoral INE/DS/OE/462/2024, correspondiente a la solicitud de fe de hechos respecto de las direcciones electrónicas proporcionadas; asimismo se remitió el acta circunstanciada INE/DS/OE/CIRC/412/2024, mediante la cual se certificó el contenido de las direcciones electrónicas referidas. (Fojas 187.1 a 207 del expediente).

VII. Razones y Constancias

a) El primero de mayo de dos mil veinticuatro, se hizo constar la consulta realizada en el Sistema Integral de Información del Registro Federal de Electores (SIIRFE), respecto de los datos de ubicación de Clara Marina Brugada Molina y Ernestina Godoy Ramos (Foja 145 a 148 del expediente).

b) El dos de mayo de dos mil veinticuatro se procedió a integrar al expediente, constancia de la documentación soporte que obra en el Sistema de Información de Registro de Candidaturas Federales del Instituto Nacional Electoral, respecto al domicilio de Omar Hamid García Harfuch, descargando su expediente digital. (Fojas 86 a 102 del expediente).

c) El trece de junio de dos mil veinticuatro, se hizo constar la consulta realizada en el sitio web de la página MARCANET, respecto del registro de la marca “FRIENDS”, obteniendo un total de 934 registros (Foja 300 a 303 del expediente).

d) El trece de junio de dos mil veinticuatro, se hizo constar la consulta realizada en el sitio web <https://www.capcut.com/es-es/>, con el propósito de advertir en que consiste y que funcionalidad tiene dicha aplicación (Foja 304 a 307 del expediente).

e) El trece de junio de dos mil veinticuatro, se hizo constar la consulta realizada en el sitio web de la aplicación CapCut ubicado en la URL <https://www.capcut.com/es-es/discover/keyword/friends-la-serie/55786875651>, a efecto de verificar si dentro de sus plantillas para editar videos se encuentra alguna relacionada con la serie de televisión FRIENDS (Foja 308 a 311 del expediente).

VIII. Notificación de inicio del procedimiento y emplazamiento al Partido Morena.

a) El tres de mayo de dos mil veinticuatro, mediante oficio INE/UTF/DRN/16557/2024, se notificó el inicio del procedimiento de mérito y se emplazó al Representante Propietario del Partido Morena ante el Consejo General del Instituto Nacional Electoral, corriéndole traslado en medio magnético con la totalidad de las constancias y elementos de prueba que integran el expediente (Fojas 68 a 73 del expediente).

b) El nueve de mayo de dos mil veinticuatro, el Representante Propietario del Partido Morena ante el Consejo General del Instituto Nacional Electoral, dio contestación al emplazamiento de mérito, que en términos del artículo 42, numeral 1, fracción II, inciso e) del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización, en la parte conducente señala (Fojas 208 a 221 del expediente):

“(…)

CONTESTACIÓN A LOS HECHOS

- I. *Se trata de un hecho falso, ya que las candidatas y el candidato, así como los partidos políticos correspondientes en ningún momento realizaron un uso indebido de marca comercial.*
- II. *Se trata de un hecho falso, ya que las candidatas y el candidato, así como los partidos políticos correspondientes en ningún momento obtuvieron aportación alguna de un ente prohibido. Lo anterior derivado a que el uso de audios e imágenes en redes sociales como lo puede ser TikTok o Instagram no configura ninguna aportación.*

CONTESTACIÓN AL EMPLAZAMIENTO

EXCEPCIONES Y DEFENSAS

PRIMERO. INCOMPETENCIA DE LA UTF Y FALTA DE LEGITIMACIÓN DEL QUEJOSO:

Como ya fue señalado en el apartado de antecedentes del presente escrito, el presente procedimiento fue iniciado con motivo de la queja presentada por el Representante Propietario del Partido Acción Nacional, ante la Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral, con motivo del presunto uso indebido de marcas comerciales en beneficio de la candidatura de Claudia Sheinbaum Pardo, Clara Brugada, Omar Hamid García Harfuch y Ernestina Godoy, y por una presunta aportación de ente prohibido, Unidad que desechó la queja y le dio vista a esa Unidad Técnica de Fiscalización.

En ese tenor, el presente procedimiento, de acuerdo con el oficio de notificación y emplazamiento número INE/UTF/DRN/16557/2024, determinar si de los hechos narrados y de los elementos aportados por el denunciante se actualizan las infracciones consistentes en la presunta omisión de reportar ingresos y gastos por concepto de propaganda electoral derivada de una grabación en la que habría un uso indebido de marca registrada como lo es "FRIENDS", así como la presunta omisión de rechazar aportaciones de ente impedido por la normatividad electoral por el uso de marcas comerciales registradas que, en su caso, tendrían que ser sumados a sus topes de campaña.

Así las cosas, el C. Víctor Hugo Sondón Saavedra promovió el procedimiento al rubro, señalando la existencia de la marca comercial FRIENDS y alegando que esta se encuentra protegida por derechos de autor.

Al respecto, si bien, derivado de su búsqueda en el sitio web: <https://marcia.impi.gob.mx/marcas/search/quick> de Instituto Mexicano de

Propiedad Industrial, le arrojó un total de 910 resultados, lo cierto es que, el quejoso no señala cual es el registro comercial de la marca que a su decir Morena y los candidatos Claudia Sheinbaum Pardo, Clara Brugada, Omar Hamid García Harfuch y Ernestina Godoy estarían haciendo un uso indebido.

Por tanto, sorprende a mi representado el inicio del presente procedimiento, basado en una premisa -el indebido uso de una marca- respecto de la cual no se exhibe sustento probatorio alguno, incluso se basa en notas periodísticas relacionadas con las regalías que perciben los actores protagonistas y extras de la serie americana 'FRIENDS' que en nada abonan al su denuncia, es decir, no encaminan a pensar que Morena está haciendo un uso indebido de una marca y menos que derivado de ello se actualice una aportación de ente prohibido.

Aunado a lo anterior, la Unidad Técnica de Fiscalización dentro de sus atribuciones no tiene la de calificar si los sujetos obligados (partidos políticos, candidatos, precandidatos ni los proveedores), están haciendo uso indebido de una marca comercial, eso es facultad del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, y únicamente el titular de los derechos está legitimado para iniciar la acción correspondiente.

*Dicho lo anterior, se debe tomar como base la resolución de número **INE/CG177/2024** del Consejo General del Instituto Nacional Electoral, en la cual se sostuvo que:*

'[...] la titular de los derechos es la facultada para iniciar las acciones legales contra el uso ilegal de su obra musical, sin embargo, a la fecha de elaboración de la presente resolución no se tiene certeza de que la titular haya iniciado alguna acción legal al respecto [...]

*Por lo que, derivado de que, el C. Víctor Hugo Sondón Saavedra no es la persona titular de la marca se entiende que **NO ES LA PERSONA FACULTADA PARA EJERCER LA ACCIÓN Y SE DEBE DESECHAR EL PRESENTE PROCEDIMIENTO**; en otras palabras, ni el PAN, ni su representante ante el CG INE, son titulares de los derechos de autor de la canción de FRIENDS, así como de la marca, es decir, la parte actora no cuenta con legitimidad procesal para iniciar el procedimiento.*

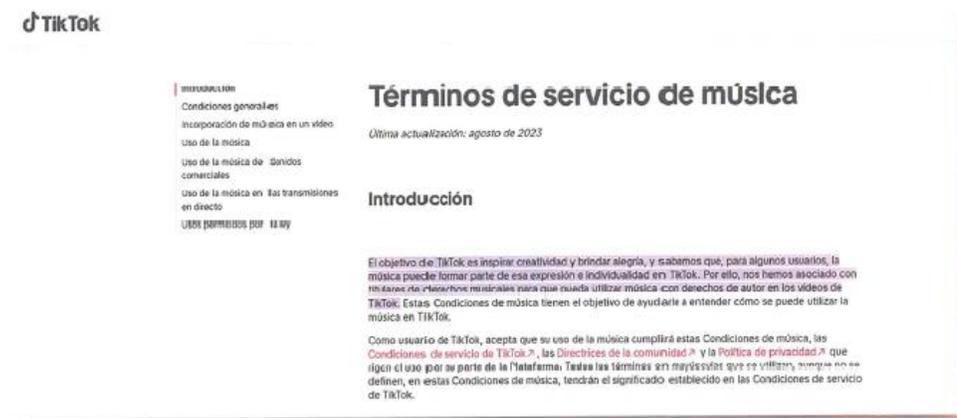
SEGUNDO. - NO SE ACTUALIZA LA OMISIÓN DE REPORTAR INGRESOS Y GASTOS POR CONCEPTO DE PROPAGANDA ELECTORAL DERIVADA DE UNA GRABACIÓN EN LA QUE HABRÍA UN USO INDEBIDO DE MARCA REGISTRADA COMO LO ES 'FRIENDS', ASÍ COMO LA PRESUNTA OMISIÓN DE RECHAZAR APORTACIONES DE ENTE IMPEDIDO POR LA NORMATIVIDAD ELECTORAL.

Como ya se mencionó, la parte actora no cuenta con la legitimidad procesal para iniciar la acción, esto en razón de que, la persona legitimada para iniciar alguna acción por reclamo de derechos de autor sería la persona que cuenta con la titularidad del registro de la marca FRIENDS, sin embargo, no debe pasar inadvertido que en resolución número INE/CG177/2024 también se sostuvo como criterio que:

'[...] Ahora, es importante aclarar la tensión entre el derecho de autor y el uso de las herramientas de internet en las campañas electorales existe precisamente porque en estos casos con el fin de movilizar un discurso político, asociado con la libertad de expresión, se hacen "usos posteriores" de contenidos, que están protegidos por el derecho de autor, como canciones, videos, textos y fotos, entre otros, y en un medio como internet es normal que se haga sin contar con la previa autorización del titular, porque se apela a la lógica de "compartir" que es propia de la red. [...]'

Por lo que, el criterio anterior da pie al entendimiento de la lógica de compartir y socialización de la información y diversos elementos gráficos sin que eso signifique una aportación de algún ente prohibido, así como tampoco configura un indebido uso de marca.

De igual forma, es necesario precisar que en las redes sociales TikTok e Instagram existen convenios y acuerdos que permiten que el contenido auditivo este presente en la red social y que este pueda ser utilizado en dichas redes sociales y que no actualicen ningún supuesto que trasgreda a la norma de protección de derechos de autor o un uso indebido de imagen. Mismo que se estipula los **términos de servicio de música de la aplicación**¹, como se muestra a continuación:



The image shows a screenshot of the TikTok Music Terms of Service page. At the top left is the TikTok logo. Below it, there is a navigation menu with the following items: 'Introducción', 'Condiciones generales', 'Incorporación de música en un video', 'Uso de la música', 'Uso de la música de artistas comerciales', 'Uso de la música en las transmisiones en directo', and 'Otros permisos por la ley'. The main heading is 'Términos de servicio de música', with a sub-heading 'Última actualización: agosto de 2023'. Below this is the 'Introducción' section, which contains the following text: 'El objetivo de TikTok es inspirar creatividad y brindar alegría, y sabemos que, para algunos usuarios, la música puede formar parte de esa expresión e individualidad en TikTok. Por eso, nos hemos asociado con titulares de derechos musicales para que pueda utilizar música con derechos de autor en los videos de TikTok. Estas Condiciones de música tienen el objetivo de ayudarte a entender cómo se puede utilizar la música en TikTok. Como usuario de TikTok, acepta que su uso de la música cumplirá estas Condiciones de música, las Condiciones de servicio de TikTok, las Directrices de la comunidad y la Política de privacidad que rigen el uso por parte de la Plataforma. Todos los términos en mayúsculas que se ven aquí, aunque no se definen, en estas Condiciones de música, tendrán el significado establecido en las Condiciones de servicio de TikTok.'

El objetivo de TikTok es inspirar creatividad y brindar alegría, y sabemos que, para algunos usuarios, la música puede formar parte de esa expresión e individualidad en TikTok. Por ello, nos hemos asociado con titulares de derechos musicales para que pueda utilizar música con derechos de autor en los videos de TikTok. Estas Condiciones de música tienen el objetivo de ayudarlo a entender cómo se puede utilizar la música en TikTok.

Como usuario de TikTok, acepta que su uso de la música cumplirá estas Condiciones de música, las Condiciones de servicio de TikTok, las Directrices de la comunidad y la Política de privacidad que rigen el uso por su parte de la Plataforma. Todos los términos en mayúsculas que se utilizan, aunque no se definen, en estas Condiciones de música, tendrán el significado establecido en las Condiciones de servicio de TikTok.

Por lo que, de lo anteriormente planteado se deja en claro que el uso de audios dentro de la aplicación no configura ninguna aportación de ente prohibido. Simplemente, dentro de la aplicación TikTok está la posibilidad de usar diversos audios sin que sea una aportación de alguien en específico; única y exclusivamente se está participando en las dinámicas virtuales que la contemporaneidad da pie, la misma lógica y funcionamiento que el internet tiene, así como las aplicaciones que lo conforman tienen la posibilidad de realizar una cantidad ilimitada de recursos videográficos y que no configuren una erogación respecto al uso de sonidos o imágenes.

Dando mayor certeza a lo anteriormente planteado, es que se puede ver con mayor claridad cuando se ve el Tiktok que es objeto de este procedimiento, de manera clara se observa la existencia del botón 'CapCut-Edición Profesional' :



*Ahora bien, es necesario hacer mención que de conformidad con su propia definición², **'CapCut es una plataforma creativa todo en uno que es gratuita y está disponible para todos los navegadores web. Puede crear videos de excelente calidad sin esfuerzo con su interfaz simple y características asombrosas o hacer folletos personalizados para promocionar su marca.***

o productos CapCut proporciona una experiencia de edición fluida tanto para principiantes como para usuarios avanzados, desde recortar fusionar y cambiar el tamaño hasta agregar filtros, efectos y música.

La existencia del botón de "Capcut — Edición Profesional" permite saber que la edición de dicho video fue usando una plantilla con las múltiples que cuentan la aplicación; misma que al ser parte de TikTok, establece que hay un convenio para el uso de imagen y sonido. Es decir, si existe una plantilla en Capcut para realizar un video como el que es objeto de este procedimiento, es porque en TikTok existe un convenio para el uso de esos elementos y para que, de esta forma, los creadores de contenido puedan utilizar la plantilla en Capcut, editar el video y posteriormente cargarlo a TikTok. **Lo cual deja en claro que en ningún momento se actualiza la aportación de algún ente prohibido**. Al contrario, en todo momento de este proceso electoral se están aprovechando las herramientas digitales que están presentes en la actualidad y que permiten los diversos usos de imágenes, sonidos, tipografías y música; lo cual permite se optimicen los procesos para la publicación del contenido multimedia en TikTok.

Para robustecer lo anterior se puede observar la **Jurisprudencia 18/2016** la cual establece que las **redes sociales son un medio que posibilita un ejercicio más democrático, abierto, plural y expansivo de la libertad de expresión**, lo que provoca que la postura que se adopte en torno a cualquier medida que pueda impactarlas, deba estar orientada, en principio, a salvaguardar la libre y genuina interacción entre los usuarios, como parte de su derecho humano a la libertad de expresión.

A su vez debe observarse la **Jurisprudencia 19/2016** misma que dispone **las redes sociales son un medio que posibilita un ejercicio más democrático, abierto, plural y expansivo de la libertad de expresión**, lo que provoca que la postura que se adopte en torno a cualquier medida que pueda impactarlas, deba estar orientada, en principio, **a salvaguardar la libre genuina interacción entre los usuarios, como parte de su derecho humano a la libertad de expresión**, para lo cual, resulta indispensable **remover potenciales limitaciones sobre el involucramiento cívico y político de la ciudadanía a través de internet**.

Por lo que, de estas dos jurisprudencias es que se afirma que las redes sociales tienen un sentido propio y una dinámica única en cuanto es la interacción de los usuarios en el metaverso, mismo que permite una comunicación diversa y heterogénea (en razón del uso de sonidos, imágenes, textos, fotografías, videos, ediciones), la cual debe de observarse con la finalidad de preservar el derecho humano a la libertad de expresión.

CONSEJO GENERAL INE/P-COF-UTF/582/2024

Es en este orden de ideas, que el avance tecnológico constituye la posibilidad de usar diversas plataformas virtuales gratuitas como lo son las redes sociales, para el caso concreto TikTok e Instagram, y que la comunicación dentro de la plataforma es gratuita, abierta, plural, democrática, es un extensor de la libertad de expresión y permite una creación variada de comunidades virtuales que se comunican de maneras concretas y peculiares en el ciberespacio.

No debe pasar inadvertido que dicho video se encuentra debidamente reportado en la póliza PN1-DR-429 de la contabilidad 9098.

REFERENCIA DE PÓLIZA:		NOMBRE DEL CANDIDATO: CLAUDIA SHEINBAUM PARDO		AMBITO: FEDERAL		SUJETO OBLIGADO: SICAMOS HACIENDO HISTORIA		CARGO: PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA		ENTIDAD: NACIONAL	
PERIODO DE OPERACION:		RFC: SEP020824ZA		CURP: SEP020824MDFHRL05		PROCESO: CAMPAÑA ORDINARIA 2023-2024		CONTABILIDAD: 9098		FECHA Y HORA DE REGISTRO: 14/04/2024 12:11 hr	
FECHA DE OPERACION: 30/03/2024		ORDEN DEL REGISTRO: CAPTURA UNA A UNA		FECHA DE OFICIO: 13/04/2024		TOTAL CARGOS: 0.00		TOTAL ABONOS: \$ 0.00		DESCRIPCIÓN DE LA PÓLIZA: RECLASIFICACION SOFTWARE Y COMPUTADORAS WAREX A NDMX TECNOLOGIA SERVICIOS Y CONSULTORIA PARA EL PROCESO CAMPAÑA EN REDES SOCIALES, PARA EL PROCESO DE CAMPAÑA DE LA CANDIDATA CLAUDIA SHEINBAUM PARDO	
PERIODO DE OPERACION	NÚMERO DE PÓLIZA	TIPO DE PÓLIZA	SUBTIPO DE PÓLIZA	FECHA DE OPERACION	FECHA DE REGISTRO	TOTAL CARGO	TOTAL ABONO				
1	57	NORMAL	ORDINARIO	06/03/2024	06/03/2024	\$ 600,000.00	\$ 600,000.00				
NOM DE CUENTA CONTABLE		NOMBRE DE CUENTA CONTABLE		CONCEPTO DEL MOVIMIENTO		CARGO	ABONO	NÚMERO DE OBSERVACION			
2101000000		PROVEEDORES		RECLASIFICACION SOFTWARE Y COMPUTADORAS WAREX A NDMX TECNOLOGIA SERVICIOS Y CONSULTORIA PARA EL PROCESO CAMPAÑA EN REDES SOCIALES, PARA EL PROCESO DE CAMPAÑA DE LA CANDIDATA CLAUDIA SHEINBAUM PARDO		0.00	\$ 600,000.00	62			
IDENTIFICADOR: 35				RFC: SCW180816A56 - SOFTWARE Y COMPUTADORAS. WAREX SA DE CV							
2101000000		PROVEEDORES		RECLASIFICACION SOFTWARE Y COMPUTADORAS WAREX A NDMX TECNOLOGIA SERVICIOS Y CONSULTORIA PARA EL PROCESO CAMPAÑA EN REDES SOCIALES, PARA EL PROCESO DE CAMPAÑA DE LA CANDIDATA CLAUDIA SHEINBAUM PARDO		0.00	\$ 600,000.00	62			
IDENTIFICADOR: 614				RFC: NTS1308166V4 - NDMX TECNOLOGIA SERVICIOS Y CONSULTORIA SC							



Por lo que, en ningún momento se está llevando a cabo ninguna obstrucción a la facultad fiscalizadora de la autoridad, todo se encuentra debidamente reportado y no se actualiza ningún supuesto de aportación a ente prohibido. Por lo que, al no existir ninguna omisión de reporte, no configurar el supuesto de aportación de ente prohibido, el presente procedimiento se queda sin materia, lo cual actualiza un supuesto de sobreseimiento. Supuesto se encuentra plasmado en el artículo 32 del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización el cual establece:

(...)

La misma normatividad establece que este procedimiento queda sobreesido en razón de no actualizarse la aportación de ente prohibido, por lo que este queda sin materia alguna; ya que todo se encuentra debidamente reportado de forma diligente y se ha explicado cómo funcionan las aplicaciones de internet que permiten el uso de imágenes y sonidos.

TERCERO: NO SE ACTUALIZA EL CRITERIO ESTABLECIDO EN LA SENTENCIA SUP-REC-0887/2018

Lo anterior en razón que en la misma sentencia se estipula que para que se acredite el uso indebido de una marca comercial debe de general una percepción de afinidad o autoidentificación de los titulares o propietarios con sus ideas, propuestas o actos.

Retomando la sentencia invocada se desprenden los criterios sostenidos en el apartado "¿En qué consisten los beneficios?", del cual destaca el siguiente, mismo que no se cumple:

"(...)

- *Que las publicaciones que cuentan con publicidad integrada tengan como resultado que sea imposible que el público haga una disociación de la publicidad comercial, de tal forma que sea susceptible de ser percibida como una unidad por parte del electorado. Esto es, que de la propaganda se desprenda una autoidentificación con las marcas, como aspecto central de su posicionamiento político.*

(...)"

- *Lo anterior es así dado que, con el video corto **denunciado no se busca realizar una asociación de la marca FRIENDS con las candidaturas, ya que la serie televisiva no tiene ningún vínculo con algún proceso electoral (ya sea mexicano o estadounidense) y no existe una asociación de la marca FRIENDS con la política.** Esta es una sitcom que no buscó en el momento de su emisión en directo, y ahora que ya culminó, involucrarse o vincularse con la política, los procesos electorales y mucho menos con las personas candidatas que están el video.*

En esa línea, no debe perderse de vista que no es posible generar una autoidentificación con la marca FRIENDS ya que no es una acción continuada o reiterada que genere un vínculo estrecho entre las personas candidatas del video y la marca; Es posible desligar la marca de las personas y del proceso electoral debido a que es completamente ajena a las personas candidatas, al

proceso electoral e inclusive al país México; se trata de una plantilla que muchas personas pueden usar para realizar publicaciones en TikTok.

Finalmente, y también en relación con el criterio sostenido con la Sala Superior en la misma sentencia, no es posible generar una autoidentificación con la marca FRIENDS ya que no es una acción continuada o reiterada que genere un vínculo estrecho entre las personas candidatas del video y la marca; Es posible desligar la marca de las personas y del proceso electoral debido a que es completamente ajena a las personas candidatas, al proceso electoral e inclusive al país México; se trata de una plantilla que muchas personas pueden usar para realizar publicaciones en TikTok.

(...)

Ahora bien, es de lo anterior que debe entenderse lo siguiente:

- 1. El uso de la imagen de Friends no genera ningún sentido de afinidad o autenticación por parte de los dueños de la marca con las personas candidatas que están en el video.*
- 2. No se genera ningún sentido de pertenencia en razón de que la serie Friends es de origen estadounidense y las personas candidatas que aparecen en el video no son de ese país ni tienen carácter de candidato en dicho país.*
- 3. Friends no genera ningún sentido de pertenencia al ser una serie y no contener elementos como una misión, visión o un sentido de identificación nacionalista como lo puede ser el futbol (al caso concreto de la sentencia).*

Por lo que, debe valorarse en todo momento lo estipulado en la sentencia y el voto particular citado, en razón que se estipulan diversos motivos por los cuales no tendría que ser configurado como una aportación de un ente prohibido. Sumando a que el video se encuentra debidamente reportado en la póliza PN1-DR-429 de la contabilidad 9098.

PRUEBAS

- 1. LAS DOCUMENTALES PÚBLICAS Y PRIVADAS:** *Consistentes en el registro contable, póliza PN1-DR-429 y su contenido, el cual se puede encontrar en la contabilidad 9098, del Sistema Integral de Fiscalización.*
- 2.**
- 3. LA PRESUNCIONAL EN SU DOBLE ASPECTO LEGAL Y HUMANA.** *Consistente en todo lo que a los intereses de mi representado beneficie.*
- 4. LA INSTRUMENTAL DE ACTUACIONES.** *Consistente en todo lo actuado y por actuar en cuanto a los intereses de mí representado beneficie. Particularmente las respuestas a los requerimientos de información.*

(...)"

IX. Notificación de inicio del procedimiento y emplazamiento al Partido del Trabajo.

a) El tres de mayo de dos mil veinticuatro, mediante oficio INE/UTF/DRN/16558/2024, se notificó el inicio del procedimiento de mérito y se emplazó al Representante Propietario del Partido del Trabajo ante el Consejo General del Instituto Nacional Electoral, corriéndole traslado en medio magnético con la totalidad de las constancias y elementos de prueba que integraban el expediente (Fojas 74 a 79 del expediente).

b) El diez de mayo de dos mil veinticuatro, el Representante Propietario del Partido del Trabajo ante el Consejo General del Instituto Nacional Electoral, dio contestación al emplazamiento de mérito, que en términos del artículo 42, numeral 1, fracción II, inciso e) del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización, en la parte conducente señala (Fojas 222 a 224 del expediente):

“(…)

*Por medio del presente escrito y con fundamento en lo dispuesto en los artículo 8, 14, 16, 17, 41 bases I y V, 116, base IV, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM); 192, 196, 199, numeral 1, inciso k), 443 y 445 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE); 25, 54, 63 y 76 de la Ley General de Partidos Políticos (LGPP); 27, 32, 37, 38, 199, 203, 224, 226 y los demás que resulten aplicables del Reglamento de Fiscalización (RF); así como 34, numeral 2, 35 y demás aplicables del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización (RPSMF), vengo a presentar **ESCRITO DE CONTESTACIÓN AL OFICIO DE EMPLAZAMIENTO NÚMERO INE/UTF/DRN/16558/2024**, girado a este Instituto Político con motivo del inicio de la instrucción y sustanciación del Procedimiento Administrativo Sancionador Oficioso en Materia de Fiscalización con número de expediente INE/P-COF-UTF/582/2024, Respecto que existen elementos que implican la probable comisión de irregularidades en materia de fiscalización, respecto de la presunta omisión de reportar ingresos y gastos por concepto de propaganda electoral, derivada de una grabación en la que habría un uso indebido de la marca registrada como "FRIENDS", así como la presunta omisión de rechazar aportaciones de ente impedido por la normatividad electoral por el uso de marcas comerciales registradas y que podrían constituir un rebase al tope de gastos de campaña, por parte del partido que represento, con fundamento en el artículo 35, numeral 1, en relación con el 41, numeral 1, inciso i) del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización, se emplaza y se me corre traslado en medio magnético de todos los elementos que integran el expediente de mérito, para que en un plazo*

improrrogable de cinco días naturales, contados a partir del momento en que se realice la notificación, conteste por escrito lo que considere pertinente, exponiendo lo que a mi derecho convenga, y ofrezca y exhiba las pruebas que respalden mis afirmaciones.

*Al respecto se manifiesta que por parte de esta Representación del Partido del Trabajo, el desconocimiento de los hechos imputados materia del presente procedimiento, siendo que, de acuerdo al convenio de coalición celebrado por los Partidos Políticos del Trabajo, Verde Ecologista de México y Morena, tanto a nivel Federal para Presidente de la Republica y Senadores y a nivel local a Jefa de Gobierno de la Ciudad de México que encabeza la coalición electoral “Sigamos Haciendo Historia”, esta siglado al Partido político Morena, además que el comité de administración de la coalición electoral referida la preside el Partido Político Morena y es quien controla los recurso públicos para campaña de las referidas coaliciones electorales, por lo que este instituto político nacional desconoce los hechos que se imputan.
(...)”*

X. Notificación de inicio del procedimiento y emplazamiento al Partido Verde Ecologista de México.

a) El seis de mayo de dos mil veinticuatro, mediante oficio INE/UTF/DRN/16559/2024, se notificó el inicio del procedimiento de mérito y se emplazó al Representante Propietario del Partido Verde Ecologista de México ante el Consejo General del Instituto Nacional Electoral, corriéndole traslado en medio magnético con la totalidad de las constancias y elementos de prueba que integraban el expediente de mérito (Fojas 80 a 85 del expediente).

b) Al momento de la elaboración de la presente resolución no obra respuesta al emplazamiento de mérito en los archivos de la autoridad.

XI. Notificación de la admisión del procedimiento y emplazamiento a Claudia Sheinbaum Pardo.

a) El cuatro de mayo de dos mil veinticuatro, mediante oficio INE/UTF/DRN/16561/2024, se notificó a Claudia Sheinbaum Pardo, el inicio del procedimiento y emplazamiento respecto a los hechos denunciados. (Fojas 131 a 144 del expediente).

b) El nueve de mayo de dos mil veinticuatro, mediante escrito sin número, la otrora candidata señalada en el párrafo que antecede contestó el emplazamiento de mérito

y proporcionó la información solicitada, por lo que de conformidad con el artículo 42, numeral 1, fracción II, inciso e) del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización, se transcribe la parte conducente en los términos siguientes: (Fojas 261 a 274 del expediente)

“(…)

CONTESTACIÓN A LOS HECHOS

- I. *Se trata de un hecho falso, ya que las candidatas y el candidato, así como los partidos políticos correspondientes en ningún momento realizaron un uso indebido de marca comercial.*
- II. *Se trata de un hecho falso, ya que las candidatas y el candidato, así como los partidos políticos correspondientes en ningún momento obtuvieron aportación alguna de un ente prohibido. Lo anterior derivado a que el uso de audios e imágenes en redes sociales como lo puede ser TikTok o Instagram no configura ninguna aportación.*

CONTESTACIÓN AL EMPLAZAMIENTO

EXCEPCIONES Y DEFENSAS

PRIMERO. INCOMPETENCIA DE LA UTF Y FALTA DE LEGITIMACIÓN DEL QUEJOSO:

Como ya fue señalado en el apartado de antecedentes del presente escrito, el presente procedimiento fue iniciado con motivo de la queja presentada por el Representante Propietario del Partido Acción Nacional, ante la Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral, con motivo del presunto uso indebido de marcas comerciales en beneficio de la candidatura de Claudia Sheinbaum Pardo, Clara Brugada, Omar Hamid García Harfuch y Ernestina Godoy, y por una presunta aportación de ente prohibido, Unidad que desechó la queja y le dio vista a esa Unidad Técnica de Fiscalización.

*En ese tenor, el presente procedimiento, de acuerdo con el oficio de notificación y emplazamiento número **INE/UTF/DRN/16557/2024**, determinar si de los hechos narrados y de los elementos aportados por el denunciante se actualizan las infracciones consistentes en la presunta omisión de reportar ingresos y gastos por concepto de propaganda electoral derivada de una grabación en la que habría un uso indebido de marca registrada como lo es ‘FRIENDS’, así como la presunta omisión de rechazar aportaciones de ente impedido por la normatividad electoral por el uso de marcas comerciales registradas que, en su caso, tendrían que ser sumados a sus topes de campaña.*

Así las cosas, el C. Víctor Hugo Sondón Saavedra promovió el procedimiento al rubro, señalando la existencia de la marca comercial FRIENDS y alegando que esta se encuentra protegida por derechos de autor.

Al respecto, si bien, derivado de su búsqueda en el sitio web: <https://marcia.impi.gob.mx/marcas/search/quick> de Instituto Mexicano de Propiedad Industrial, le arrojó un total de 910 resultados, lo cierto es que, el quejoso no señala cual es el registro comercial de la marca que a su decir Morena y los candidatos Claudia Sheinbaum Pardo, Clara Brugada, Omar Hamid García Harfuch y Ernestina Godoy estarían haciendo un uso indebido.

Por tanto, sorprende a mi representado el inicio del presente procedimiento, basado en una premisa -el indebido uso de una marca- respecto de la cual no se exhibe sustento probatorio alguno, incluso se basa en notas periodísticas relacionadas con las regalías que perciben los actores protagonistas y extras de la serie americana "FRIENDS" que en nada abonan al su denuncia, es decir, no encaminan a pensar que Morena está haciendo un uso indebido de una marca y menos que derivado de ello se actualice una aportación de ente prohibido.

Aunado a lo anterior, la Unidad Técnica de Fiscalización dentro de sus atribuciones no tiene la de calificar si los sujetos obligados (partidos políticos, candidatos, precandidatos ni los proveedores), están haciendo uso indebido de una marca comercial, eso es facultad del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, y únicamente el titular de los derechos está legitimado para iniciar la acción correspondiente.

Dicho lo anterior, se debe tomar como base la resolución de número INE/CG177/2024 del Consejo General del Instituto Nacional Electoral, en la cual se sostuvo que:

'[...] la titular de los derechos es la facultada para iniciar las acciones legales contra el uso ilegal de su obra musical, sin embargo, a la fecha de elaboración de la presente resolución no se tiene certeza de que la titular haya iniciado alguna acción legal al respecto [...]'

*Por lo que, derivado de que, el C. Víctor Hugo Sondón Saavedra no es la persona titular de la marca se entiende que **NO ES LA PERSONA FACULTADA PARA EJERCER LA ACCIÓN Y SE DEBE DESECHAR EL PRESENTE PROCEDIMIENTO**; en otras palabras, ni el PAN, ni su representante ante el CG INE, son titulares de los derechos de autor de la canción de FRIENDS, así como de la marca, es decir, la parte actora no cuenta con legitimidad procesal para iniciar el procedimiento.*

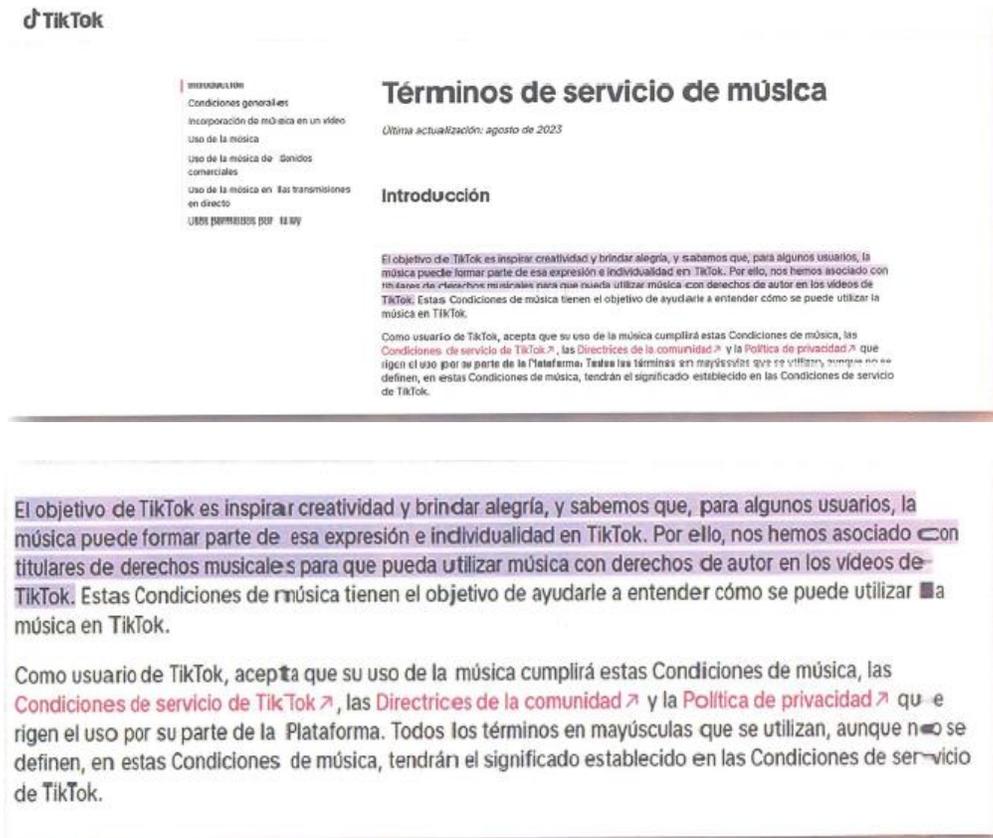
SEGUNDO. - NO SE ACTUALIZA LA OMISIÓN DE REPORTAR INGRESOS Y GASTOS POR CONCEPTO DE PROPAGANDA ELECTORAL DERIVADA DE UNA GRABACIÓN EN LA QUE HABRÍA UN USO INDEBIDO DE MARCA REGISTRADA COMO LO ES “FRIENDS”, ASÍ COMO LA PRESUNTA OMISIÓN DE RECHAZAR APORTACIONES DE ENTE IMPEDIDO POR LA NORMATIVIDAD ELECTORAL.

Como ya se mencionó, la parte actora no cuenta con la legitimidad procesal para iniciar la acción, esto en razón de que, la persona legitimada para iniciar alguna acción por reclamo de derechos de autor sería la persona que cuenta con la titularidad del registro de la marca FRIENDS, sin embargo, no debe pasar inadvertido que en resolución número **INE/CG177/2024** también se sostuvo como criterio que:

‘[...] Ahora, es importante aclarar la tensión entre el derecho de autor y el uso de las herramientas de internet en las campañas electorales existe precisamente porque en estos casos con al fin de movilizar un discurso político, asociado con la libertad de expresión, se hacen usos posteriores" de contenidos, que están protegidos par el derecho de autor. como canciones, videos, textos y fotos, entre otros, y en un medio como internet es norma. que se haga sin contar con la previa autorización del titular, porque se apela a la lógica de compartir que es propia de la red [...]’

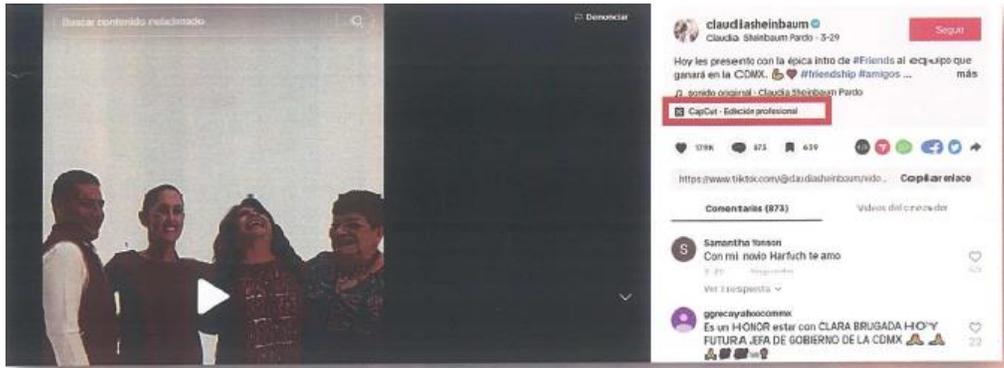
Por lo que, el criterio anterior da pie al entendimiento de la lógica de compartir y socialización de la información y diversos elementos gráficos sin que eso signifique una aportación de algún ente prohibido, así como tampoco configura un indebido uso de marca.

De igual forma, es necesario precisar que en las redes sociales TikTok e Instagram existen convenios y acuerdos que permiten que el contenido auditivo este presente en la red social y que este pueda ser utilizado en dichas redes sociales y que no actualicen ningún supuesto que trasgreda a la norma de protección de derechos de autor o un uso indebido de imagen. Mismo que se estipula **los términos de servicio de música de la aplicación**¹, como se muestra a continuación:



Por lo que, de lo anteriormente planteado se deja en claro que el uso de audios dentro de la aplicación no configura ninguna aportación de ente prohibido. Simplemente, dentro de la aplicación TikTok está la posibilidad de usar diversos audios sin que sea una aportación de alguien en específico; única y exclusivamente se está participando en las dinámicas virtuales que la contemporaneidad da pie, la misma lógica y funcionamiento que el internet tiene, así como las aplicaciones que lo conforman tienen la posibilidad de realizar una cantidad ilimitada de recursos videográficos y que no configuren una erogación respecto al uso de sonidos o imágenes.

*Dando mayor certeza a lo anteriormente planteado, es que se puede ver con mayor claridad cuando se ve el Tiktok que es objeto de este procedimiento, de manera clara se observa la existencia del botón '**Capcut-Edición Profesional**':*



Ahora bien, es necesario hacer mención que de conformidad con su propia definición², **‘CapCut es una plataforma creativa todo en uno que es gratuita y está disponible para todos los navegadores web. Puede crear videos de excelente calidad sin esfuerzo con su interfaz simple y características asombrosas o hacer folletos personalizados para promocionar su marca. o productos CapCut proporciona una experiencia de edición fluida tanto para principiantes como para usuarios avanzados, desde recortar fusionar y cambiar el tamaño hasta agregar filtros, efectos y música’.**

La existencia del botón de **‘Capcut — Edición Profesional’** permite saber que la edición de dicho video fue usando una plantilla con las múltiples que cuentan la aplicación; misma que al ser parte de TikTok, establece que hay un convenio para el uso de imagen y sonido. Es decir, si existe una plantilla en Capcut para realizar un video como el que es objeto de este procedimiento, es porque en TikTok existe un convenio para el uso de esos elementos y para que, de esta forma, los creadores de contenido puedan utilizar la plantilla en Capcut, editar el video y posteriormente cargarlo a TikTok. **Lo cual deja en claro que en ningún momento se actualiza la aportación de algún ente prohibido.** Al contrario, en todo momento de este proceso electoral se están aprovechando las herramientas digitales que están presentes en la actualidad y que permiten los diversos usos de imágenes, sonidos, tipografías y música; lo cual permite se optimicen los procesos para la publicación del contenido multimedia en TikTok.

Para robustecer lo anterior se puede observar la **Jurisprudencia 18/2016** la cual establece que las **redes sociales son un medio que posibilita un ejercicio más democrático, abierto, plural y expansivo de la libertad de expresión,** lo que provoca que la postura que se adopte en torno a cualquier medida que pueda impactarlas, deba estar orientada, en principio, a salvaguardar la libre y genuina interacción entre los usuarios, como parte de su derecho humano a la libertad de expresión.

**CONSEJO GENERAL
INE/P-COF-UTF/582/2024**

A su vez debe observarse la **Jurisprudencia 19/2016** misma que dispone **las redes sociales son un medio que posibilita un ejercicio más democrático, abierto, plural y expansivo de la libertad de expresión**, lo que provoca que la postura que se adopte en torno a cualquier medida que pueda impactarlas, deba estar orientada, en principio, **a salvaguardar la libre genuina interacción entre los usuarios, como parte de su derecho humano a la libertad de expresión**, para lo cual, resulta indispensable **remover potenciales limitaciones sobre el involucramiento cívico y político de la ciudadanía a través de internet.**

(...)

No debe pasar inadvertido que dicho video se encuentra debidamente reportado en la póliza PN1-DR-429 de la contabilidad 9098.

NOMBRE DEL CANDIDATO: CLAUDIA SHEINBAUM PARDO
 AMBITO: FEDERAL
 SUJETO OBLIGADO: SIGAMOS HACIENDO HISTORIA
 CARGO: PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA
 ENTIDAD: NACIONAL
 RFC: SEP06206244ZA
 CURP: SEP0620624MDFHRL05
 PROCESO: CAMPAÑA ORDINARIA 2023-2024
 CONTABILIDAD: 9098

INE Instituto Nacional Electoral **IF** Sistema Integral de Fiscalización

PERIODO DE OPERACIÓN: 1
 NÚMERO DE PÓLIZA: 1
 TIPO DE PÓLIZA: CORRECCION
 SUBTIPO DE PÓLIZA: RECLASIFICACION
 NÚMERO DE OFICIO DE ERRORES Y OMISSIONES: INE/UTF-DA113857/2024

FECHA Y HORA DE REGISTRO: 14/04/2024 12:11 hrs.
 FECHA DE OPERACIÓN: 30/03/2024
 ORIGEN DEL REGISTRO: CAPTURADA UNA A UNA
 FECHA DE OFICIO: 13/04/2024
 TOTAL CARGO: \$ 0.00
 TOTAL ABONO: \$ 0.00

DESCRIPCIÓN DE LA PÓLIZA: RECLASIFICACIÓN SOFTWARE Y COMPUTADORAS WAREX A NDMX TECNOLOGIA SEVICIOS Y CONSULTORIA POR ESTRATEGIA MANEJO DE REDES SOCIALES. INCLUYE CREACION Y EDICION DE MATERIAL DIGITAL (GRAFICOS Y VIDEOS) PARA REDES SOCIALES, PARA EL PROCESO DE CAMPAÑA DE LA CANDIDATA CLAUDIA SHEINBAUM PARDO

PERIODO DE OPERACION	NÚMERO DE PÓLIZA	TIPO DE PÓLIZA	SUBTIPO DE PÓLIZA	FECHA DE OPERACION	FECHA DE REGISTRO	TOTAL CARGO	TOTAL ABONO
1	1	NORMAL	DIARIO	04/03/2024	05/03/2024	\$ 600,000.00	\$ 600,000.00

NUM DE CUENTA CONTABLE	NOMBRE DE CUENTA CONTABLE	CONCEPTO DEL MOVIMIENTO	CARGO	ABONO	NÚMERO DE OBSERVACION
2101000000	PROVEEDORES	RECLASIFICACION SOFTWARE Y COMPUTADORAS WAREX A NDMX TECNOLOGIA SEVICIOS Y CONSULTORIA POR ESTRATEGIA MANEJO DE REDES SOCIALES. INCLUYE CREACION Y EDICION DE MATERIAL DIGITAL (GRAFICOS Y VIDEOS) PARA REDES SOCIALES, PARA EL PROCESO DE CAMPAÑA DE LA CANDIDATA CLAUDIA SHEINBAUM PARDO	\$ 0.00	\$ 600,000.00	62
IDENTIFICADOR: 35					
RFC: SCW180810A56 - SOFTWARE Y COMPUTADORAS, WAREX SA DE CV					
2101000000	PROVEEDORES	RECLASIFICACION SOFTWARE Y COMPUTADORAS WAREX A NDMX TECNOLOGIA SEVICIOS Y CONSULTORIA POR ESTRATEGIA MANEJO DE REDES SOCIALES. INCLUYE CREACION Y EDICION DE MATERIAL DIGITAL (GRAFICOS Y VIDEOS) PARA REDES SOCIALES, PARA EL PROCESO DE CAMPAÑA DE LA CANDIDATA CLAUDIA SHEINBAUM PARDO	\$ 0.00	\$ 600,000.00	62
IDENTIFICADOR: 614					
RFC: NTS130816DV4 - NDMX TECNOLOGIA SERVICIOS Y CONSULTORIA SC					

Nombre	Fecha	Estado	Valor
RECLASIFICACION...	02/02/2024 09:18	Alta	6
RECLASIFICACION...	02/02/2024 09:18	Alta	6
RECLASIFICACION...	02/02/2024 09:18	Alta	6
RECLASIFICACION...	02/02/2024 09:18	Alta	6
RECLASIFICACION...	02/02/2024 09:18	Alta	6
RECLASIFICACION...	02/02/2024 09:18	Alta	6



Por lo que, en ningún momento se está llevando a cabo ninguna obstrucción a la facultad fiscalizadora de la autoridad, todo se encuentra debidamente reportado y no se actualiza ningún supuesto de aportación a ente prohibido. Por lo que, al no existir ninguna omisión de reporte, no configurar el supuesto de aportación de ente prohibido, el presente procedimiento se queda sin materia, lo cual actualiza un supuesto de sobreseimiento. Supuesto se encuentra plasmado en el artículo 32 del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización el cual establece:

Artículo 32. Sobreseimiento

1. El procedimiento podrá sobreseerse cuando:

I. El procedimiento respectivo haya quedado sin materia.

II. Admitida la queja se actualice alguna causal de improcedencia.

III. El denunciado sea un partido o agrupación política que haya perdido su registro con posterioridad al inicio o admisión del procedimiento y dicha determinación haya causado estado.

IV. La persona: física, aspirante, candidata, precandidata, candidata partidista, señalada como probable responsable fallezca.

La misma normatividad establece que este procedimiento queda sobreseído en razón de no actualizarse la aportación de ente prohibido, por lo que este queda sin materia alguna; ya que todo se encuentra debidamente reportado de forma diligente y se ha explicado cómo funcionan las aplicaciones de internet que permiten el uso de imágenes y sonidos.

TERCERO: NO SE ACTUALIZA EL CRITERIO ESTABLECIDO EN LA SENTENCIA SUP-REC-0887/2018

(...)

PRUEBAS

1. LAS DOCUMENTALES PÚBLICAS Y PRIVADAS: Consistentes en el registro contable, póliza PN1-DR-429 y su contenido, el cual se puede encontrar en la contabilidad 9098, del Sistema Integral de Fiscalización.

2. LA PRESUNCIONAL EN SU DOBLE ASPECTO LEGAL Y HUMANA. Consistente en todo lo que a los intereses de mi representado beneficie.

3. LA INSTRUMENTAL DE ACTUACIONES. Consistente en todo lo actuado y por actuar en cuanto a los intereses de mí representado beneficie. Particularmente las respuestas a los requerimientos de información.

(...)"

XII. Notificación de la admisión del procedimiento y emplazamiento a Omar Hamid García Harfuch.

a) El tres de mayo de dos mil veinticuatro, la Unidad Técnica de Fiscalización levantó acta circunstanciada respecto de la imposibilidad de realizar la notificación del oficio INE/UTF/DRN/16563/2024 en el domicilio de Omar Hamid García Harfuch, por lo que el cuatro de mayo del presente año se procedió a notificar por estrados de la Unidad Técnica de Fiscalización, durante setenta y dos horas, el oficio respectivo, retirándolos el siete de mayo del presente año (Fojas 103 a 119 del expediente).

b) El once de mayo de dos mil veinticuatro, mediante oficio INE/UTF/DRN/16563/2024 se notificó a través del portal de notificaciones electrónicas del Sistema Integral de Fiscalización a Omar Hamid García Harfuch, el inicio del procedimiento y emplazamiento respecto a los hechos denunciados. (Fojas 120 a 130 del expediente).

b) Al momento de la elaboración de la presente resolución no obra respuesta al emplazamiento de mérito en los archivos de la autoridad.

XIII. Notificación de la admisión del procedimiento y emplazamiento a Ernestina Godoy Ramos.

a) El dos de mayo de dos mil veinticuatro, la Unidad Técnica de Fiscalización levantó acta circunstanciada respecto de la imposibilidad de realizar la notificación del oficio INE/UTF/DRN/16565/2024 en el domicilio de Ernestina Godoy Ramos, por lo que el seis de mayo del presente año se procedió a notificar por estrados de la Unidad Técnica de Fiscalización, durante setenta y dos horas, el oficio respectivo, retirándolos el nueve de mayo del presente año. (Fojas 149 a 168 del expediente).

b) El diez de mayo de dos mil veinticuatro, mediante escrito sin número, la otrora candidata señalada en el párrafo que antecede contestó el emplazamiento de mérito y proporcionó la información solicitada, por lo que de conformidad con el artículo 42, numeral 1, fracción II, inciso e) del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización, se transcribe la parte conducente en los términos siguientes (Fojas 241 a 260 del expediente):

“(…)

CONTESTACIÓN A LOS HECHOS

- I. *Se trata de un hecho falso, ya que las candidatas y el candidato, así como los partidos políticos correspondientes en ningún momento realizaron un uso indebido de marca comercial.*
- II. *Se trata de un hecho falso, ya que las candidatas y el candidato, así como los partidos políticos correspondientes en ningún momento obtuvieron aportación alguna de un ente prohibido. Lo anterior derivado a que el uso de audios e imágenes en redes sociales como lo puede ser TikTok o Instagram no configura ninguna aportación.*

CONTESTACIÓN AL EMPLAZAMIENTO

EXCEPCIONES Y DEFENSAS

PRIMERO. INCOMPETENCIA DE LA UTF Y FALTA DE LEGITIMACIÓN DEL QUEJOSO: *Como ya fue señalado en el apartado de antecedentes del presente escrito, el presente procedimiento fue iniciado con motivo de la queja presentada por el Representante Propietario del Partido Acción Nacional, ante la Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral, con motivo del presunto uso indebido de marcas comerciales en beneficio de la candidatura de Claudia Sheinbaum Pardo, Clara Brugada, Omar Hamid García Harfuch y Ernestina Godoy, y por una presunta aportación de ente prohibido, Unidad que desechó la queja y le dio vista a esa Unidad Técnica de Fiscalización.*

En ese tenor, el presente procedimiento, de acuerdo con el oficio de notificación y emplazamiento número INE/UTF/DRN/16557/2024, determinar si de los hechos narrados y de los elementos aportados por el denunciante se actualizan las infracciones consistentes en la presunta omisión de reportar ingresos y gastos por concepto de propaganda electoral derivada de una grabación en la que habría un uso indebido de marca registrada como lo es 'FRIENDS', así como la presunta omisión de rechazar aportaciones de ente impedido por la normatividad electoral por el uso de marcas comerciales registradas que, en su caso, tendrían que ser sumados a sus topes de campaña.

Así las cosas, el C. Víctor Hugo Sondón Saavedra promovió el procedimiento al rubro, señalando la existencia de la marca comercial FRIENDS y alegando que esta se encuentra protegida por derechos de autor.

Al respecto, si bien, derivado de su búsqueda en el sitio web: <https://marcia.impi.gob.mx/marcas/search/quick> de Instituto Mexicano de Propiedad Industrial, le arrojó un total de 910 resultados, lo cierto es que, el quejoso no señala cual es el registro comercial de la marca que a su decir

Morena y los candidatos Claudia Sheinbaum Pardo, Clara Brugada, Omar Hamid García Harfuch y Ernestina Godoy estarían haciendo un uso indebido.

Por tanto, sorprende a mi representado el inicio del presente procedimiento, basado en una premisa -el indebido uso de una marca- respecto de la cual no se exhibe sustento probatorio alguno, incluso se basa en notas periodísticas relacionadas con las regalías que perciben los actores protagonistas y extras de la serie americana "FRIENDS" que en nada abonan al su denuncia, es decir, no encaminan a pensar que Morena está haciendo un uso indebido de una marca y menos que derivado de ello se actualice una aportación de ente prohibido.

Aunado a lo anterior, la Unidad Técnica de Fiscalización dentro de sus atribuciones no tiene la de calificar si los sujetos obligados (partidos políticos, candidatos, precandidatos ni los proveedores), están haciendo uso indebido de una marca comercial, eso es facultad del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, y únicamente el titular de los derechos está legitimado para iniciar la acción correspondiente.

*Dicho lo anterior, se debe tomar como base la resolución de número **INE/CG177/2024** del Consejo General del Instituto Nacional Electoral, en la cual se sostuvo que:*

'[...] la titular de los derechos es la facultada para iniciar las acciones legales contra el uso ilegal de su obra musical, sin embargo, a la fecha de elaboración de la presente resolución no se tiene certeza de que la titular haya iniciado alguna acción legal al respecto [...]'

*Por lo que, derivado de que, el C. Víctor Hugo Sondón Saavedra no es la persona titular de la marca se entiende que **NO ES LA PERSONA FACULTADA PARA EJERCER LA ACCIÓN Y SE DEBE DESECHAR EL PRESENTE PROCEDIMIENTO**; en otras palabras, ni el PAN, ni su representante ante el CG INE, son titulares de los derechos de autor de la canción de FRIENDS, así como de la marca, es decir, la parte actora no cuenta con legitimidad procesal para iniciar el procedimiento.*

En razón de lo anterior se actualiza la causal de improcedencia por carecer de competencia esa Unidad Técnica de fiscalización para conocer de la materia planteada por la parte quejosa, por lo anterior esa Autoridad fiscalizadora debe decretar en su oportunidad la causal de improcedencia y como consecuencia el sobreseimiento del procedimiento.

A mayor abundamiento, la incompetencia se surte en razón de que el presunto uso de marcas no e materia de la autoridad en materia electoral, sino de la

relativa a la propiedad intelectual por lo tanto la presunta utilización de la marca resulta en la especie resulta frívola en tanto que es a todas luces incompatible el presunto uso de la marca con pretender hacer campaña con la referida marca FRIENDS.

Por lo tanto, resulta que se actualiza lo establecido en el artículo 30 fracción I, II, VI del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización, que a la letra se citan:

- 1. El procedimiento será improcedente cuando:
 - I. Los hechos narrados en el escrito de queja resulten notoriamente inverosímiles, o aun siendo ciertos, no configuren en abstracto algún ilícito sancionable a través de este procedimiento....*
 - II. Los hechos denunciados, se consideren frívolos en términos de lo previsto en el artículo 440, numeral 1, inciso e) de la Ley General...*
 - VI. La UTF resultó incompetente para conocer los hechos denunciados. En estos casos, sin mayor trámite y a la brevedad se determinará de p/ano la incompetencia, y e/ expediente se remitirá a la autoridad u órgano que resulte competente para conocer del asunto.**

*Aunado a lo anterior sirve de apoyo las siguientes jurisprudencias:
(...)*

SEGUNDO. - NO SE ACTUALIZA LA OMISIÓN DE REPORTAR INGRESOS Y GASTOS POR CONCEPTO DE PROPAGANDA ELECTORAL DERIVADA DE UNA GRABACIÓN EN LA QUE HABRÍA UN USO INDEBIDO DE MARCA REGISTRADA COMO LO ES 'FRIENDS', ASÍ COMO LA PRESUNTA OMISIÓN DE RECHAZAR APORTACIONES DE ENTE IMPEDIDO POR LA NORMATIVIDAD ELECTORAL.

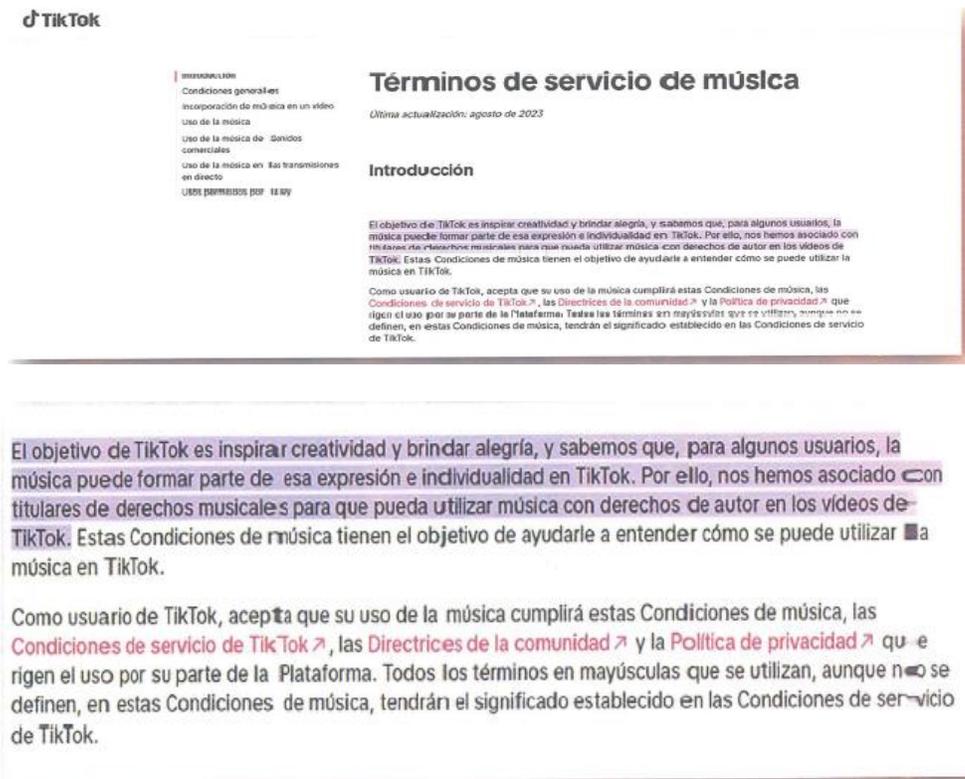
*Como ya se mencionó, la parte actora no cuenta con la legitimidad procesal para iniciar la acción, esto en razón de que, la persona legitimada para iniciar alguna acción por reclamo de derechos de autor sería la persona que cuenta con la titularidad del registro de la marca FRIENDS, sin embargo, no debe pasar inadvertido que en resolución número **INE/CG177/2024** también se sostuvo como criterio que:*

'[...] Ahora, es importante aclarar la tensión entre el derecho de autor y el uso de las herramientas de internet en las campañas electorales existe precisamente porque en estos casos con al fin de movilizar un discurso político, asociado con la libertad de expresión, se hacen usos posteriores" de contenidos, que están protegidos por el derecho de autor. como canciones, videos, textos y fotos, entre otros, y en un medio como internet es norma. que se haga sin contar

con la previa autorización del titular, porque se apela a la lógica de compartir que es propia de la red [...]

Por lo que, el criterio anterior da pie al entendimiento de la lógica de compartir y socialización de la información y diversos elementos gráficos sin que eso signifique una aportación de algún ente prohibido, así como tampoco configura un indebido uso de marca.

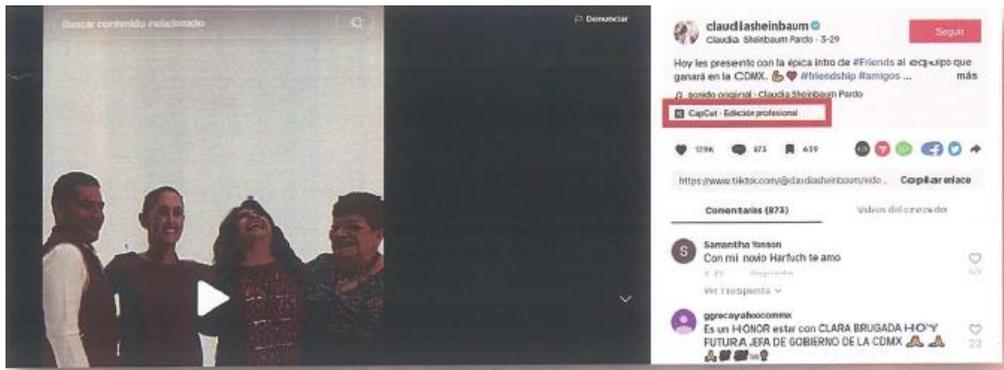
De igual forma, es necesario precisar que en las redes sociales TikTok e Instagram existen convenios y acuerdos que permiten que el contenido auditivo este presente en la red social y que este pueda ser utilizado en dichas redes sociales y que no actualicen ningún supuesto que trasgreda a la norma de protección de derechos de autor o un uso indebido de imagen. Mismo que se estipula los **términos de servicio de música de la aplicación**¹ como se muestra a continuación:



Por lo que, de lo anteriormente planteado se deja en claro que el uso de audios dentro de la aplicación no configura ninguna aportación de ente prohibido. Simplemente, dentro de la aplicación TikTok está la posibilidad de usar diversos

audios sin que sea una aportación de alguien en específico; única y exclusivamente se está participando en las dinámicas virtuales que la contemporaneidad da pie, la misma lógica y funcionamiento que el internet tiene, así como las aplicaciones que lo conforman tienen la posibilidad de realizar una cantidad ilimitada de recursos videográficos y que no configuren una erogación respecto al uso de sonidos o imágenes.

Dando mayor certeza a lo anteriormente planteado, es que se puede ver con mayor claridad cuando se ve el Tiktok que es objeto de este procedimiento, de manera clara se observa la existencia del botón ‘**Capcut-Edición Profesional**’:



Ahora bien, es necesario hacer mención que de conformidad con su propia definición², **‘CapCut es una plataforma creativa todo en uno que es gratuita y está disponible para todos los navegadores web. Puede crear videos de excelente calidad sin esfuerzo con su interfaz simple y características asombrosas o hacer folletos personalizados para promocionar su marca. o productos CapCut proporciona una experiencia de edición fluida tanto para principiantes como para usuarios avanzados, desde recortar fusionar y cambiar el tamaño hasta agregar filtros, efectos y música’**.

La existencia del botón de ‘**Capcut — Edición Profesional**’ permite saber que la edición de dicho video fue usando una plantilla con las múltiples que cuentan la aplicación; misma que al ser parte de TikTok, establece que hay un convenio para el uso de imagen y sonido. Es decir, si existe una plantilla en Capcut para realizar un video como el que es objeto de este procedimiento, es porque en TikTok existe un convenio para el uso de esos elementos y para que, de esta forma, los creadores de contenido puedan utilizar la plantilla en Capcut, editar el video y posteriormente cargarlo a TikTok. **Lo cual deja en claro que en ningún momento se actualiza la aportación de algún ente prohibido.** Al contrario, en todo momento de este proceso electoral se están aprovechando las herramientas digitales que están presentes en la actualidad y que permiten

los diversos usos de imágenes, sonidos, tipografías y música; lo cual permite se optimicen los procesos para la publicación del contenido multimedia en TikTok.

Para robustecer lo anterior se puede observar la **Jurisprudencia 18/2016** la cual establece **la libertad de expresión y la presunción de espontaneidad en la difusión de mensajes en redes sociales**, lo que provoca que la postura que se adopte en torno a cualquier medida que pueda impactarlas, deba estar orientada, en principio, a salvaguardar la libre y genuina interacción entre los usuarios, como parte de su derecho humano a la libertad de expresión, a saber: (...)

A su vez debe observarse la **Jurisprudencia 19/2016** misma que dispone **la libertad de expresión en redes sociales desde un enfoque que debe adoptarse al analizar medidas que pueden impactarlas**, lo que provoca que la postura que se adopte en torno a cualquier medida que pueda impactarlas, deba estar orientada, en principio, **a salvaguardar la libre genuina interacción entre los usuarios, como parte de su derecho humano a la libertad de expresión**, para lo cual, resulta indispensable **remover potenciales limitaciones sobre el involucramiento cívico y político de la ciudadanía a través de internet**, como a continuación se expresa:

(...)

Por lo que, al no existir ninguna omisión de reporte, no configurar el supuesto de aportación de ente prohibido, el presente procedimiento se queda sin materia, lo cual actualiza un supuesto de sobreseimiento. Supuesto que se encuentra plasmado en el artículo 32 del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización el cual establece:

Artículo 32. Sobreseimiento

2. El procedimiento podrá sobreseerse cuando:

I. El procedimiento respectivo haya quedado sin materia.

II. Admitida la queja se actualice alguna causal de improcedencia.

III. El denunciado sea un partido a agrupación política que haya perdido su Registro con posterioridad al inicio o admisión del procedimiento y dicha determinación

haya

causado estado.

IV. La persona: física, aspirante, candidata, precandidata, candidata partidista, señalada como probable responsable fallezca.

La misma normatividad establece que este procedimiento queda sobreseído en razón de no actualizarse la aportación de ente prohibido, por lo que este queda

sin materia alguna; ya que todo se encuentra debidamente reportado de forma diligente y se ha explicado cómo funcionan las aplicaciones de internet que permiten el uso de imágenes y sonidos.

TERCERO: NO SE ACTUALIZA EL CRITERIO ESTABLECIDO EN LA SENTENCIA SUP-REC-0887/2018

(...)

PRUEBAS

En términos de los artículos 14 y 15 del Reglamento que regula el procedimiento en que se actúa se presentan las siguientes probanzas.

1. LA PRESUNCIONAL EN SU DOBLE ASPECTO LEGAL Y HUMANA.

Consistente en todo lo que a los intereses de mi representado beneficie.

2. LA INSTRUMENTAL DE ACTUACIONES. *Consistente en todo lo actuado y por actuar en cuanto a los intereses de mi representado beneficie.*

Particularmente las respuestas a los requerimientos de información.

(...)"

XIV. Notificación de la admisión del procedimiento y emplazamiento a Clara Marina Brugada Molina.

a) El cuatro de mayo de dos mil veinticuatro, mediante oficio INE/UTF/DRN/16566/2024, se notificó a Clara Marina Brugada Molina, el inicio del procedimiento y emplazamiento respecto a los hechos denunciados (Fojas 169 a 182 del expediente).

b) El trece de mayo de dos mil veinticuatro, mediante escrito sin número, la otrora candidata señalada en el párrafo que antecede contestó el emplazamiento de mérito y proporcionó la información solicitada, por lo que de conformidad con el artículo 42, numeral 1, fracción II, inciso e) del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización, se transcribe la parte conducente en los términos siguientes: (Fojas 225 a 240 del expediente)

"(...)

CONTESTACIÓN A LOS HECHOS

- 1. Se trata de un hecho falso, ya que las candidatas y el candidato, así como los partidos políticos correspondientes en ningún momento realizaron un uso indebido de marca comercial.*

- II. Se trata de un hecho falso, ya que las candidatas y el candidato, así como los partidos políticos correspondientes en ningún momento obtuvieron aportación alguna de un ente prohibido. Lo anterior derivado a que el uso de audios e imágenes en redes sociales como lo puede ser TikTok o Instagram no configura ninguna aportación.

CONTESTACIÓN AL EMPLAZAMIENTO

EXCEPCIONES Y DEFENSAS

PRIMERO. INCOMPETENCIA DE LA UTF Y FALTA DE LEGITIMACIÓN DEL QUEJOSO:

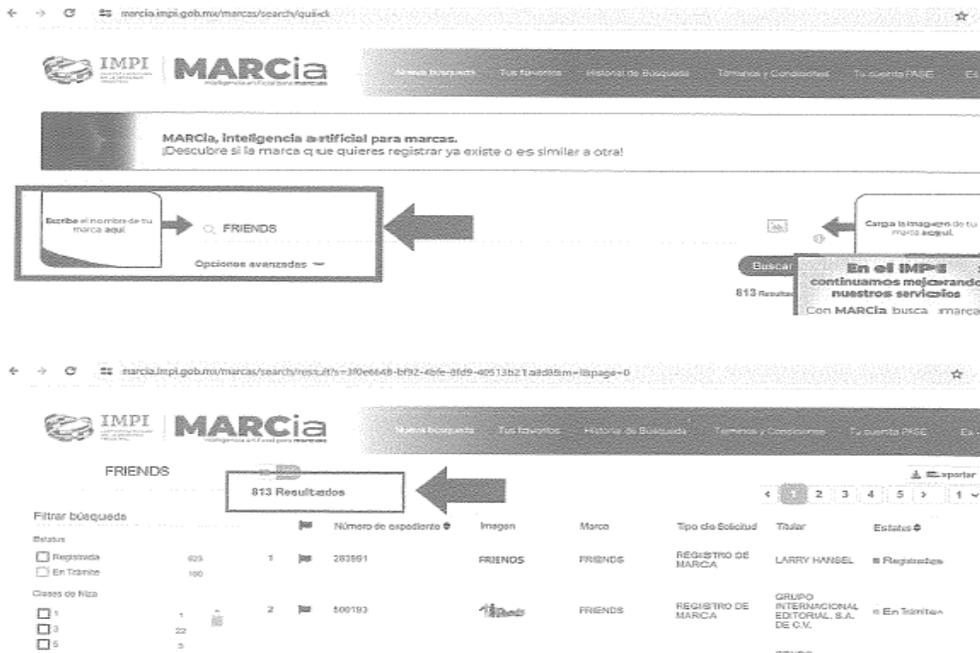
Como ya fue señalado en el apartado de antecedentes del presente escrito, el presente procedimiento fue iniciado con motivo de la queja presentada por el Representante Propietario del Partido Acción Nacional, ante la Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral, con motivo del presunto uso indebido de marcas comerciales en beneficio de la candidatura de Claudia Sheinbaum Pardo, Clara Brugada, Omar Hamid García Harfuch y Ernestina Godoy, y por una presunta aportación de ente prohibido, Unidad que desechó la queja y le dio vista a esa Unidad Técnica de Fiscalización.

En ese tenor, el presente procedimiento, de acuerdo con el oficio de notificación y emplazamiento número INE/UTF/DRN/16557/2024, determinar si de los hechos narrados y de los elementos aportados por el denunciante se actualizan las infracciones consistentes en la presunta omisión de reportar ingresos y gastos por concepto de propaganda electoral derivada de una grabación en la que habría un uso indebido de marca registrada como lo es "FRIENDS", así como la presunta omisión de rechazar aportaciones de ente impedido por la normatividad electoral por el uso de marcas comerciales registradas que, en su caso, tendrían que ser sumados a sus topes de campaña.

Así las cosas, el C. Víctor Hugo Sondón Saavedra promovió el procedimiento al rubro, señalando la existencia de la marca comercial FRIENDS y alegando que esta se encuentra protegida por derechos de autor.

En principio, se debe señalar que, al buscar supuesta marca FRIENDS en el sitio oficial web: <https://maecia.impi.gob.mx/marcas/search/quick> del Instituto Mexicano de Propiedad Industrial, arroja un total de 813 resultados, como se muestra a continuación:

**CONSEJO GENERAL
INE/P-COF-UTF/582/2024**



De los 813 resultados, no existe coincidencia con el diseño utilizado para la elaboración del video que se denuncia, además, que el quejoso no señaló cual es el registro comercial de la marca que a su decir se está utilizando de forma indebida.

Por tanto, sorprende el inicio del presente procedimiento, basado en una premisa -el indebido uso de una marca- respecto de la cual no se exhibe sustento probatorio alguno, incluso se basa en notas periodísticas relacionadas con las regalías que perciben los actores protagonistas y extras de la serie americana "FRIENDS" que en nada abonan al su denuncia, es decir, no encaminan a pensar que Morena está haciendo un uso indebido de una marca y menos que derivado de ello se actualice una aportación de ente prohibido.

Aunado a lo anterior, la Unidad Técnica de Fiscalización dentro de sus atribuciones no tiene la de calificar si los sujetos obligados (partidos políticos, candidatos, precandidatos ni los proveedores), están haciendo uso indebido de una marca comercial, eso es facultad del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, y únicamente el titular de los derechos está legitimado para iniciar la acción correspondiente.

Dicho lo anterior, se debe tomar como base la resolución de número INE/CG177/2024 del Consejo General del Instituto Nacional Electoral, en la cual se sostuvo que:

'[...] la titular de los derechos es la facultada para iniciar las acciones legales contra el uso ilegal de su obra musical, sin embargo, a la fecha de elaboración de la presente resolución no se tiene certeza de que la titular haya iniciado alguna acción legal al respecto [...]

Por lo que, derivado de que, el C. Víctor Hugo Sondón Saavedra no es la persona titular de la marca se entiende que **NO ES LA PERSONA FACULTADA PARA EJERCER LA ACCIÓN Y SE DEBE DESECHAR EL PRESENTE PROCEDIMIENTO**; en otras palabras, ni el PAN, ni su representante ante el CG INE, son titulares de los derechos de autor de la canción de FRIENDS, así como de la marca, es decir, la parte actora no cuenta con legitimidad procesal para iniciar el procedimiento.

Refuerza lo anterior, el acuerdo dictado por la Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral del INE, quien desechó la queja, por no existir de la parte promovente.

SEGUNDO. - NO SE ACTUALIZA LA OMISIÓN DE REPORTAR INGRESOS Y GASTOS POR CONCEPTO DE PROPAGANDA ELECTORAL DERIVADA DE UNA GRABACIÓN EN LA QUE HABRÍA UN USO INDEBIDO DE MARCA REGISTRADA COMO LO ES 'FRIENDS', ASÍ COMO LA PRESUNTA OMISIÓN DE RECHAZAR APORTACIONES DE ENTE IMPEDIDO POR LA NORMATIVIDAD ELECTORAL.

Como ya se mencionó, la parte actora no cuenta con la legitimidad procesal para iniciar la acción, esto en razón de que, la persona legitimada para iniciar alguna acción por reclamo de derechos de autor sería la persona que cuenta con la titularidad del registro de la marca FRIENDS, sin embargo, no debe pasar inadvertido que en resolución número **INE/CG177/2024** también se sostuvo como criterio que:

'[...] Ahora, es importante aclarar la tensión entre el derecho de autor y el uso de las herramientas de internet en las campañas electorales existe precisamente porque en estos casos con al fin de movilizar un discurso político, asociado con la libertad de expresión, se hacen usos posteriores" de contenidos, que están protegidos par el derecho de autor. como canciones, videos, textos y fotos, entre otros, y en un medio como internet es norma. que se haga sin contar con la previa autorización del titular, porque se apela a la lógica de compartir que es propia de la red [...]

Por lo que, el criterio anterior da pie al entendimiento de la lógica de compartir y socialización de la información y diversos elementos gráficos sin que eso

signifique una aportación de algún ente prohibido, así como tampoco configura un indebido uso de marca.

Inicialmente se debe señalar que *FRIENDS* es una serie de televisión estadounidense, que se transmitió en los años 90's y que se difundió por la cadena NBC; la cual versaba sobre la vida de un grupo de amigos. Es una comedia basada en la amistad, los buenos y malos momentos como: los triunfos, el amor, el pasado y el futuro.

Ahora bien, por otro lado, el Tik Tok es una plataforma de video de formato corto que ofrecen edición, efectos y sonidos dentro de la aplicación para que los usuarios desarrollen memes llenos de imaginación y contenido creativo.

De igual forma, es necesario precisar que en las redes sociales TikTok e Instagram existen convenios y acuerdos que permiten que el contenido auditivo este presente en la red social y que este pueda ser utilizado en dichas redes sociales y que no actualicen ningún supuesto que trasgreda a la norma de protección de derechos de autor o un uso indebido de imagen. Mismo que se estipula los **términos de servicio de música de la aplicación**¹, como se muestra a continuación:

TikTok

INTRODUCCIÓN

- Condiciones generales
- Incorporación de música en un video
- Uso de la música
- Uso de la música de sonidos comerciales
- Uso de la música en las transmisiones en directo
- USOS PERMITIDOS POR LA LEY

Términos de servicio de música

Última actualización: agosto de 2023

Introducción

El objetivo de TikTok es inspirar creatividad y brindar alegría, y sabemos que, para algunos usuarios, la música puede formar parte de esa expresión e individualidad en TikTok. Por ello, nos hemos asociado con artistas y creadores musicales para que puedan utilizar música con derechos de autor en los videos de TikTok. Estas Condiciones de música tienen el objetivo de ayudarle a entender cómo se puede utilizar la música en TikTok.

Como usuario de TikTok, acepta que su uso de la música cumplirá estas Condiciones de música, las Condiciones de servicio de TikTok², las Directrices de la comunidad³ y la Política de privacidad⁴ que rigen el uso por parte de la Plataforma. Todos los términos en mayúsculas que se refieren a términos de servicio de TikTok, en estas Condiciones de música, tendrán el significado establecido en las Condiciones de servicio de TikTok.

El objetivo de TikTok es inspirar creatividad y brindar alegría, y sabemos que, para algunos usuarios, la música puede formar parte de esa expresión e individualidad en TikTok. Por ello, nos hemos asociado con titulares de derechos musicales para que pueda utilizar música con derechos de autor en los videos de TikTok. Estas Condiciones de música tienen el objetivo de ayudarle a entender cómo se puede utilizar la música en TikTok.

Como usuario de TikTok, acepta que su uso de la música cumplirá estas Condiciones de música, las Condiciones de servicio de TikTok, las Directrices de la comunidad y la Política de privacidad que rigen el uso por su parte de la Plataforma. Todos los términos en mayúsculas que se utilizan, aunque no se definen, en estas Condiciones de música, tendrán el significado establecido en las Condiciones de servicio de TikTok.

Por lo que, de lo anteriormente planteado se deja en claro que el uso de audios dentro de la aplicación no configura ninguna aportación de ente prohibido. Simplemente, dentro de la aplicación TikTok está la posibilidad de usar diversos audios sin que sea una aportación de alguien en específico; única y exclusivamente se está participando en las dinámicas virtuales que la contemporaneidad da pie, la misma lógica y funcionamiento que el internet tiene, así como las aplicaciones que lo conforman tienen la posibilidad de realizar una cantidad ilimitada de recursos videográficos y que no configuren una erogación respecto al uso de sonidos o imágenes.

Asimismo, en esa misma condiciones y términos de uso de la plataforma se aprecia la posibilidad de realizar parodias con los insumos que la propia plataforma brinda a sus usuarios: 'Como parte de nuestro objetivo de inspirar creatividad y brindar alegría, es importante reconocer que la música se puede utilizar de forma transformadora. Si bien debe cumplir estas Condiciones de música, no toda la música está protegida por derechos de autor y no todos: los usos de música con derechos de autor están prohibidos o requieren la obtención de un permiso. Por ejemplo, puede utilizar obras que sean de dominio público. Así mismo, algunos usos de obras protegidas por derechos de autor se pueden acoger a una excepción o limitación al incumplimiento de los derechos de autor, como una parodia o imitación, en jurisdicciones que reconocen los derechos fundamentales del usuario.'

Dando mayor certeza a lo anteriormente planteado, es que se puede ver con mayor claridad cuando se ve el Tiktok que es objeto de este procedimiento, de manera clara se observa la existencia del botón "Capcut-Edición Profesional":



Ahora bien, es necesario hacer mención de conformidad con su propia definición², **‘CapCut es una plataforma creativa todo en uno que es gratuita y está disponible para todos los navegadores web. Puede crear videos de excelente calidad sin esfuerzo con su interfaz simple y características asombrosas o hacer folletos personalizados para promocionar su marca. o productos CapCut proporciona una experiencia de edición fluida tanto para principiantes como para usuarios avanzados, desde recortar fusionar y cambiar el tamaño hasta agregar filtros, efectos y música’.**

La existencia del botón de **‘Capcut — Edición Profesional’** permite saber que la edición de dicho video fue usando una plantilla con las múltiples que cuentan la aplicación; misma que al ser parte de TikTok, establece que hay un convenio para el uso de imagen y sonido. Es decir, si existe una plantilla en Capcut para realizar un video como el que es objeto de este procedimiento, es porque en TikTok existe un convenio para el uso de esos elementos y para que, de esta forma, los creadores de contenido puedan utilizar la plantilla en Capcut, editar el video y posteriormente cargarlo a TikTok. **Lo cual deja en claro que en ningún momento se actualiza la aportación de algún ente prohibido.** Al contrario, en todo momento de este proceso electoral se están aprovechando las herramientas digitales que están presentes en la actualidad y que permiten los diversos usos de imágenes, sonidos, tipografías y música; lo cual permite se optimicen los procesos para la publicación del contenido multimedia en TikTok.

Para robustecer lo anterior se puede observar la **Jurisprudencia 18/2016** la cual establece que las **redes sociales son un medio que posibilita un ejercicio más democrático, abierto, plural y expansivo de la libertad de expresión,** lo que provoca que la postura que se adopte en torno a cualquier medida que pueda impactarlas, deba estar orientada, en principio, a salvaguardar la libre y genuina interacción entre los usuarios, como parte de su derecho humano a la libertad de expresión.

A su vez debe observarse la **Jurisprudencia 19/2016** misma que dispone **las redes sociales son un medio que posibilita un ejercicio más democrático, abierto, plural y expansivo de la libertad de expresión**, lo que provoca que la postura que se adopte en torno a cualquier medida que pueda impactarlas, deba estar orientada, en principio, **a salvaguardar la libre genuina interacción entre los usuarios, como parte de su derecho humano a la libertad de expresión**, para lo cual, resulta indispensable **remover potenciales limitaciones sobre el involucramiento cívico y político de la ciudadanía a través de internet**.

(...)

TERCERO: NO SE ACTUALIZA EL CRITERIO ESTABLECIDO EN LA SENTENCIA SUP-REC-0887/2018

(...)

PRUEBAS

LAS DOCUMENTALES PÚBLICAS Y PRIVADAS: Consistentes en el registro contable, póliza PN1-DR-429 y su contenido, el cual se puede encontrar en la contabilidad 9098, del Sistema Integral de Fiscalización.

LA PRESUNCIONAL EN SU DOBLE ASPECTO LEGAL Y HUMANA. Consistente en todo lo que a los intereses de mi representado beneficie.

LA INSTRUMENTAL DE ACTUACIONES. Consistente en todo lo actuado y por actuar en cuanto a los intereses de mí representado beneficie. Particularmente las respuestas a los requerimientos de información.

Por lo expuesto y con fundamento en los artículos 5, numeral 2, 25, 26, 35, 36 y de más relativas y aplicables del RPSMF, respetuosamente solicito:

2.- LA PRESUNCIONAL EN SU DOBLE ASPECTO LEGAL Y HUMANA. Consistente en todo lo que a los intereses de mi representado beneficie.

3. LA INSTRUMENTAL DE ACTUACIONES. Consistente en todo lo actuado y por actuar en cuanto a los intereses de mí representado beneficie. Particularmente las respuestas a los requerimientos de información.

(...)"

XV. Solicitud de información al Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial

- a) El quince de mayo de dos mil veinticuatro, mediante oficio INE/UTF/DRN/19476/2024, se solicitó al Director General del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial que informara si en los archivos que obran en el instituto, se encuentra registrada la marca “FRIENDS” relacionada con una serie de televisión estadounidense, y si se encuentra registrada alguna licencia de uso y/o concesión de marca en favor de los partidos Morena, del Trabajo y Verde Ecologista de México, así como de los otros candidatos Claudia Sheinbaum Pardo, Omar Hamid García Harfuch, Ernestina Godoy Ramos y Clara Marina Brugada Molina (Fojas 276 a 279 del expediente).
- b) El veinticuatro de mayo de dos mil veinticuatro, mediante oficio DDAJ.2024.3536, el Subdirector Divisional de Representación Legal del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial dio contestación al requerimiento solicitado (Fojas 280 a 290 del expediente).

XVI. Solicitud de información al Instituto Nacional del Derecho de Autor.

- a) El dieciséis de mayo de dos mil veinticuatro, mediante oficio INE/UTF/DRN/19475/2024, se solicitó al Encargado de Despacho del Instituto Nacional del Derecho de Autor si en los archivos que obran en el instituto se encuentra registrada o en proceso de registro la obra cinematográfica, musical y audiovisual que comprende el video denunciado, asimismo si se encuentra registro de alguna licencia de uso de los personajes del elenco de la serie de televisión FRIENDS, así como la música y características cinematográficas y audiovisuales del video denunciado (Fojas 291 a 294 del expediente).
- b) El veintiuno de mayo de dos mil veinticuatro, mediante oficio 206/98.40/893 “2024”, la Subdirectora de Asuntos Contenciosos del Instituto Nacional del Derecho de Autor dio contestación al requerimiento solicitado (Fojas 295 a 299 del expediente).

XVII. Solicitud de información a la Dirección de Auditoría de Partidos Políticos, Agrupaciones Políticas y Otros de la Unidad Técnica de Fiscalización. (en adelante Dirección de Auditoría)

- a) El veintisiete de junio de dos mil veinticuatro, mediante oficio INE/UTF/DRN/1764/2024, se solicitó a la Dirección de Auditoría que informara si el concepto de gastos denunciados por publicidad, edición y producción de un video,

el cual fue difundido en redes sociales y en el que aparecen los otros candidatos denunciados, se encuentran reportados dentro de la contabilidad de los sujetos incoados (Fojas 312 a 317 del expediente).

b) El primero de julio de dos mil veinticuatro, mediante oficio INE/UTF/DA/2456/2024 la Dirección de Auditoría dio contestación al requerimiento, señalando (Fojas a 323 a 331 del expediente).

XVIII. Solicitud de información a TikTok Pte. Ltd.

a) El veintisiete de junio de dos mil veinticuatro, mediante oficio INE/UTF/DRN/31022/2024 se solicitó información a Tik Tok respecto del pautado de un video publicado en la cuenta de otrora candidata Claudia Sheinbaum Pardo (Fojas 318 a 322 del expediente).

b) El veintinueve de junio de dos mil veinticuatro, mediante correo electrónico, Tik Tok Pte. Ltd., informó respecto del pautado del video publicado de la cuenta oficial de otrora candidata Claudia Sheinbaum Pardo, brindando información confidencial respecto de la misma (Fojas 332 a 338 del expediente).

XIX. Constancia de consulta de expediente por parte de la otrora candidata a la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México, Clara Marina Brugada Molina.

a) El tres de julio de dos mil veinticuatro se levantó constancia de la consulta *in situ* del expediente de mérito por parte de personas autorizadas por la otrora candidata Clara Marina Brugada Molina (Fojas 339 a 341 del expediente).

XX. Acuerdo de alegatos. El tres de julio de dos mil veinticuatro, una vez realizadas las diligencias necesarias, la Unidad de Fiscalización estimó procedente abrir la etapa de alegatos correspondiente, de conformidad con el artículo 35, numeral 2 del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización, acordándose notificar a los sujetos incoados. (Fojas 342 y 343 del expediente).

XXI. Notificación del Acuerdo de alegatos a las partes

Sujeto a notificar	Oficio y fecha de notificación	Fecha de respuesta	Fojas
Partido Morena	INE/UTF/DRN/32909/2024 05 de julio de 2024	A la fecha no se ha recibido respuesta por parte del partido	344-351 412-427

CONSEJO GENERAL
INE/P-COF-UTF/582/2024

Sujeto a notificar	Oficio y fecha de notificación	Fecha de respuesta	Fojas
Partido del Trabajo	INE/UTF/DRN/32908/2024 05 de julio de 2024	A la fecha no se ha recibido respuesta por parte del partido	352-359
Partido Verde Ecologista de México	INE/UTF/DRN/32907/2024 05 de julio de 2024	A la fecha no se ha recibido respuesta por parte del partido	360-366 428-431
Claudia Sheinbaum Pardo	INE/UTF/DRN/32906/2024 05 de julio de 2024	A la fecha no se ha recibido respuesta por parte del partido	367-373 395-411
Omar Hamid García Harfuch	INE/UTF/DRN/32905/2024 05 de julio de 2024	A la fecha no se ha recibido respuesta por parte del partido	374-380
Ernestina Godoy Ramos	INE/UTF/DRN/32904/2024 05 de julio de 2024	A la fecha no se ha recibido respuesta por parte del partido	381-387
Clara Marina Brugada Molina	INE/UTF/DRN/32903/2024 05 de julio de 2024	A la fecha no se ha recibido respuesta por parte del partido	388-394

XXII. Cierre de instrucción. El diecinueve de julio de dos mil veinticuatro, la Unidad Técnica de Fiscalización acordó cerrar la instrucción del procedimiento de queja de mérito y ordenó formular el Proyecto de Resolución correspondiente. (Foja 432 y 433 del expediente)

XXIII. Sesión de la Comisión de Fiscalización del Consejo General del Instituto Nacional Electoral. El veinte de julio de dos mil veinticuatro, en la Décima Primera Sesión Extraordinaria de la Comisión de Fiscalización del Consejo General del Instituto Nacional Electoral, se listó en el orden del día el proyecto de resolución, respecto del procedimiento indicado al rubro, el cual fue aprobado en lo general por votación unánime de las Consejerías Electorales integrantes de la Comisión de Fiscalización; las Consejeras Electorales Carla Astrid Humphrey Jordán y Mtra. Dania Paola Ravel Cuevas; y los Consejeros Electorales Mtro. Jaime Rivera Velázquez y Dr. Uuc-kib Espadas Ancona, así como el Consejero Presidente de la Comisión Mtro. Jorge Montaña Ventura.

Una vez sentado lo anterior, se determina lo conducente.

CONSIDERANDO

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); todos 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 con 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. Normatividad aplicable. Respecto a la **normatividad sustantiva** tendrá que estarse a las disposiciones vigentes al momento en que se actualizaron los hechos que dieron origen al procedimiento de queja que se resuelve, esto es, a lo dispuesto en el Reglamento de Fiscalización aprobado en sesión ordinaria del Consejo General de este Instituto, celebrada el veinticinco de agosto de dos mil veintitrés, mediante Acuerdo **INE/CG522/2023**.¹

Lo anterior, en concordancia con el criterio orientador establecido en la tesis relevante **Tesis XLV/2002**, emitida por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, cuyo rubro es “**DERECHO ADMINISTRATIVO SANCIONADOR ELECTORAL. LE SON APLICABLES LOS PRINCIPIOS DEL IUS PUNIENDI DESARROLLADOS POR EL DERECHO PENAL**” y el principio *tempus regit actum*, que refiere que los delitos se juzgarán de acuerdo con las leyes vigentes en la época de su realización.

¹ Acuerdo del Consejo General del Instituto Nacional Electoral por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones al Reglamento de Fiscalización aprobado mediante Acuerdo INE/CG263/2014 y modificado mediante los Acuerdos INE/CG350/2014, INE/CG1047/2015, INE/CG320/2016, INE/CG875/2016, INE/CG68/2017, INE/CG409/2017, INE/CG04/2018 e INE/CG174/2020.

Ahora bien, por lo que hace a la **normatividad adjetiva o procesal** conviene señalar que en atención al criterio orientador titulado bajo la tesis: 2505 emitida por el Pleno de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, octava época, consultable en la página 1741 del Apéndice 2000, Tomo I, materia Constitucional, precedentes relevantes, identificada con el rubro: “**RETROACTIVIDAD DE LAS LEYES PROCESALES. NO EXISTE POR REGLA GENERAL**”, no existe retroactividad en las normas procesales toda vez que los actos de autoridad relacionados con éstas se agotan en la etapa procesal en que se van originando, provocando que se rijan por la norma vigente al momento de su ejecución. Por tanto, en la sustanciación y resolución del procedimiento de mérito, se aplicará el Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización aprobado mediante el acuerdo INE/CG264/2014, modificado a su vez mediante los diversos INE/CG1048/2015, INE/CG319/2016, INE/CG614/2017, INE/CG523/2023, este último modificado mediante acuerdo INE/CG597/2023.²

3. Cuestión de previo y especial pronunciamiento.

Que por tratarse de una cuestión de orden público, y en virtud que el artículo 31, numeral 1, fracción I en relación con el 30, numeral 2 del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización, establece que las causales de improcedencia deben ser examinadas de oficio; se procede a entrar a su estudio para determinar si se actualiza o sobreviene alguna de ellas, con respecto de alguno de los hechos denunciados, pues de ser así, se configuraría la existencia de un obstáculo que impida la válida constitución del proceso e imposibilite un pronunciamiento sobre la controversia planteada.

Cuando se realiza el estudio preliminar de los hechos denunciados en un escrito de queja donde se aduzcan hechos que probablemente constituyan violaciones a la normatividad electoral en materia de fiscalización, la autoridad electoral debe de realizar un análisis exhaustivo y completo de los hechos denunciados en

² ACUERDO DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL POR EL QUE SE MODIFICA EL REGLAMENTO DE PROCEDIMIENTOS SANCIONADORES EN MATERIA DE FISCALIZACIÓN, APROBADO EL DIECINUEVE DE NOVIEMBRE DE DOS MIL CATORCE, EN SESIÓN EXTRAORDINARIA DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL MEDIANTE EL ACUERDO INE/CG264/2014, MODIFICADO A SU VEZ A TRAVÉS DE LOS ACUERDOS INE/CG1048/2015, INE/CG319/2016 E INE/CG614/2017. Al respecto, resulta importante señalar que dicho Acuerdo fue impugnado recayéndole la sentencia dictada en el Recurso de Apelación SUP-RAP-202/2023 y su acumulado, en la cual se determinó revocar para los efectos siguientes: 1) Ajustar la fracción IX, del numeral 1, correspondiente al artículo 30 del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización, conforme con el estudio realizado en el apartado respectivo de dicha sentencia; y 2) Dejar insubsistente la reforma realizada a los párrafos 1 y 2 del artículo 31 del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización, para ajustar dicho precepto conforme a lo dispuesto en los artículos 191, párrafo 1, incisos a), c) y g); 192, párrafo 1, inciso b) y, 199, párrafo 1, inciso k), de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.

concatenación con los elementos probatorios que fueron ofrecidos en el escrito de queja correspondiente. Lo anterior, con la finalidad de determinar si con los medios aportados por el denunciante, se logra advertir algún obstáculo que impida pronunciarse respecto a hechos que salen de la esfera competencial de esta autoridad electoral.

Por consiguiente, omitir este procedimiento constituiría una violación a la metodología que rige el proceso legal, y se incumplirían las formalidades establecidas en los procedimientos administrativos de sanciones electorales relacionados con la fiscalización.

En este contexto, es importante tomar como referencia los siguientes criterios jurisprudenciales: primero, la tesis jurisprudencial emitida por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, titulada “**IMPROCEDENCIA. EL MERO HECHO DE QUEDAR SIN MATERIA EL PROCEDIMIENTO ACTUALIZA LA CAUSAL RESPECTIVA**”³; además, los criterios establecidos por el Poder Judicial de la Federación bajo los encabezados: “**IMPROCEDENCIA, CAUSALES DE. EN EL JUICIO DE AMPARO**” e “**IMPROCEDENCIA. ESTUDIO PREFERENCIAL DE LAS CAUSALES PREVISTAS EN EL ARTÍCULO 73 DE LA LEY DE AMPARO**”⁴.

Así las cosas, para efecto de mayor claridad en el estudio de las cuestiones de previo y especial pronunciamiento, esta autoridad estima procedente dividir en apartados el análisis respectivo. Esta división responde a cuestiones circunstanciales con el objeto de sistematizar su contenido para una mayor claridad. En ese tenor el orden será el siguiente:

- 3.1 Incompetencia de la UTF.
- 3..2 Causal de sobreseimiento.

3.1 Causal de incompetencia de la UTF hecha valer por los denunciados.

Esta autoridad procede a analizar los argumentos realizados por el Partido Morena, Claudia Sheinbaum Pardo, Clara Marina Brugada Molina y Ernestina Godoy Ramos, en contestación al emplazamiento, donde hicieron valer la causal de improcedencia, prevista en el artículo 30 numeral 1, fracción VI del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización, toda vez que, a su consideración, esta

³ Revista del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Suplemento 6, Año 2003, páginas 37 y 38.

⁴ Consultables en el Semanario Judicial de la Federación. Octava Época. Tomo VII, Mayo de 1991, p. 95 y Tomo IX, Enero de 1999, Pág. 13, respectivamente.

autoridad resulta incompetente para conocer de los hechos denunciados, por lo tanto, debe desecharse.

Ahora bien, respecto a la causal de incompetencia invocada por los denunciados, prevista en el artículo 30, numeral 1, fracción VI del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización, dicho precepto legal señala lo siguiente:

***“Artículo 30.
Improcedencia***

1. El procedimiento será improcedente cuando:

(...)

VI. La UTF resulté incompetente para conocer los hechos denunciados. En estos casos, sin mayor trámite y a la brevedad se determinará de plano la incompetencia, y el expediente se remitirá a la autoridad u órgano que resulte competente para conocer del asunto.

(...)”

De la anterior transcripción, se desprende que la incompetencia de la autoridad para conocer de los hechos denunciados constituye una causal de improcedencia del procedimiento sancionador en materia de fiscalización. En tal sentido, resulta de vital importancia que se analice dicha causal, misma que fue invocada por el Partido Morena, Claudia Sheinbaum Pardo, Clara Marina Brugada Molina y Ernestina Godoy Ramos.

En este orden de ideas y a efecto de ilustrar de manera clara la actualización o no de la hipótesis normativa antes citada, es necesario precisar que los conceptos de denuncia señalados en el escrito de queja referido con anterioridad son la probable omisión de reportar ingresos y gastos por concepto de propaganda electoral, derivada de una grabación en la que habría un uso indebido de la marca registrada como “FRIENDS”, así como la presunta omisión de rechazar aportaciones de ente impedido por la normatividad electoral por el uso de marcas comerciales registradas, que en su caso, tendrían que ser sumados al tope de gastos de campaña y que podrían constituir un rebase al tope de gastos de campaña.

Es así que los sujetos incoados argumentan que la Unidad Técnica de Fiscalización del Instituto Nacional Electoral no es competente para conocer respecto del uso indebido de una marca comercial, ya que la denuncia fue presentada de manera inicial ante la Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral; sin embargo, contrario a lo manifestado por los denunciados. La autoridad instructora en materia de

fiscalización si es competente para conocer de conductas relacionadas con el origen, monto, destino y aplicación de los recursos.

Al respecto, se informa que de acuerdo a lo establecido en el artículo 196, numeral 1 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, la Unidad Técnica de Fiscalización de la Comisión de Fiscalización tiene a su cargo la recepción y revisión integral de los informes que presentan 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.

En ese orden de ideas y toda vez que del escrito inicial se advertía la probable existencia de conductas con implicación en el origen, monto, destino y aplicación de los recursos de los sujetos obligados, como son la omisión de reportar ingresos y gastos, así como aportación de entes impedido; la Unidad Técnica de Fiscalización es competente para conocer de los hechos denunciados, al ser el órgano técnico y especializado de la Comisión de Fiscalización y del Consejo General, por lo que es competente para conocer el caso en concreto.

3.2.2 Causal de sobreseimiento

Los denunciados en respuesta al emplazamiento invocan la causal de sobreseimiento, prevista en el artículo 32, numeral 1, fracción I del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización.

**“Artículo 32.
Sobreseimiento**

1. *El procedimiento podrá sobreseerse cuando:*

I. El procedimiento respectivo haya quedado sin materia.

II. Admitida la queja se actualice alguna causal de improcedencia.

III. El denunciado sea un partido o agrupación política que haya perdido su registro con posterioridad al inicio o admisión del procedimiento y cuyo procedimiento de liquidación haya concluido”

En atención a lo expuesto, es procedente analizar si esta autoridad debe sobreseer

el procedimiento que por esta vía se resuelve, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 32, numeral 1, fracción I del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en materia de Fiscalización.

Debe decirse que la acción de determinar si los hechos denunciados constituyen o no una conducta violatoria de la normatividad en materia de financiamiento y gasto, no implica que la autoridad administrativa entre a su estudio para resolver si existe o no una violación (cuestión de fondo que implicaría que los hechos materia del procedimiento tuviesen que declararse fundados o infundados), sino sólo implica determinar si de los mismos se desprenden actos u omisiones que se encuentren contemplados como infracciones en materia de fiscalización en la normatividad aplicable (cuestión formal).

A mayor abundamiento, los hechos materia del procedimiento se describen a continuación:

El veinticuatro de abril de dos mil veinticuatro se recibió a través del Sistema de Archivos Institucional (SAI), el acuerdo de veintidós de abril del presente año, dictado en el expediente UT/SCG/PE/PAN/CG/618/PEF/1009/2024, en cumplimiento a lo ordenado en su punto TERCERO. Derivado de lo anterior, la autoridad instructora acordó iniciar el procedimiento que por esta vía se resuelve.

Ahora bien, el Partido Morena, así como lo otrora candidatos Claudia Sheinbaum Pardo, Ernestina Godoy Ramos y Clara Marina Brugada Molina en su escrito de contestación al emplazamiento invocaron la causal de sobreseimiento respecto de dejar sin materia el presente procedimiento, toda vez que a su decir los gastos por concepto de propaganda electoral consistente en grabación de videos para contenido en redes sociales, se encuentran debidamente reportados en la contabilidad de la entonces candidata Claudia Sheinbaum Pardo, con id 9098, en el Sistema Integral de Fiscalización, así como de no actualizarse la aportación de ente impedido.

Al respecto, le corresponde al Instituto Nacional Electoral a través de la Comisión de Fiscalización y esta a su vez por medio de la Unidad Técnica de Fiscalización, vigilar y fiscalizar el origen, monto, destino y aplicación de los ingresos y gastos de los partidos políticos y sus candidaturas; así como la recepción y revisión integral de los informes de campaña; y en su caso requerir información y documentación complementaria respecto de los diversos apartados de los informes.

En esa tesitura, cabe señalar que los hechos que por esta vía se investigaron fue en estricto apego a las facultades de la Unidad Técnica de Fiscalización, respecto de los recursos de los sujetos obligados al advertir la probable acreditación de conductas infractoras en materia de fiscalización.

Es así que, los hechos denunciados en el Procedimiento Especial Sancionador no han sido objeto de materia en otro procedimiento, por lo que al no existir una contradicción entre resoluciones o criterios emitidos y al no haber vulnerado el principio de economía procesal resulta improcedente sobreseer el presente procedimiento al no actualizarse dicha causal contenida en la fracción I, numeral 1 del artículo 32 del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización transcrito con anterioridad, ya que los hechos materia del presente procedimiento no han sido objeto de revisión por este Consejo.

4. Estudio de fondo. El **fondo del presente** asunto consiste en determinar si en contra de Claudia Sheinbaum Pardo, entonces candidata a la Presidencia de la República; Ernestina Godoy Ramos y Omar Hamid García Harfuch, entonces personas candidatas al Senado de la República por el principio de mayoría relativa y Clara Marina Brugada Molina, entonces candidata a la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México, por las otrora coaliciones “Sigamos Haciendo Historia” y “Sigamos Haciendo Historia en la Ciudad de México”, respectivamente, ambas integradas por los partidos Morena, del Trabajo y Verde Ecologista de México, omitieron reportar ingresos y gastos por concepto de propaganda electoral, derivado de la grabación de un video en el que habría omisión de rechazar aportaciones de ente impedido por la normatividad electoral por el uso indebido de la marca registrada como “FRIENDS”, y, en consecuencia, determinar un probable rebase de tope de gastos de campaña fijado por la autoridad.

En ese sentido, debe determinarse si los sujetos obligados incumplieron con lo dispuesto en los artículos 443, numeral 1, inciso f) y 445, numeral 1, inciso e) de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales; 25, numeral 1, inciso i) en relación con el 54, numeral 1; 79, numeral 1, inciso b), fracción I de la Ley General de Partidos Políticos; 96, numeral 1 y 127; 223, numeral 6, incisos b), c), d) y e) del Reglamento de Fiscalización, mismos que se transcriben a continuación:

Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales

“Artículo 443.

1. *Constituyen infracciones de los partidos políticos a la presente Ley:*
(...)

c) El incumplimiento de las obligaciones o la infracción de las prohibiciones y topes que en materia de financiamiento y fiscalización les impone la presente Ley;

(...)

f) Exceder los topes de gastos de campaña;

(...)"

“Artículo 445.

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

(...)

e) Exceder el tope de gastos de precampaña o campaña establecidos, y (...)"

Ley General de Partidos Políticos.

“Artículo 25.

1. Son obligaciones de los partidos políticos:

(...)

i) Rechazar toda clase de apoyo económico, político o propagandístico proveniente de extranjeros o de ministros de culto de cualquier religión, así como de las asociaciones y organizaciones religiosas e iglesias y de cualquiera de las personas a las que las leyes prohíban financiar a los partidos políticos;

(...)"

“Artículo 54.

1. 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 bajo ninguna circunstancia:

a) 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 y esta Ley;

b) [Las dependencias, entidades u organismos de la Administración Pública Federal, estatal o municipal, centralizada o paraestatal, y los órganos de gobierno del Distrito Federal;]

c) [Los organismos autónomos federales, estatales y del Distrito Federal;

d) Los partidos políticos, personas físicas o morales extranjeras;

e) Los organismos internacionales de cualquier naturaleza;

f) Las personas morales, y

g) Las personas que vivan o trabajen en el extranjero.

(...)"

“Artículo 79

1. Los partidos políticos deberán presentar informes de precampaña y de campaña, conforme a las reglas siguientes:

(...)

b) Informes de Campaña:

I. Deberán ser presentados por los partidos políticos, para cada una de las campañas en las elecciones respectivas, especificando los gastos que el partido político y el candidato hayan realizado en el ámbito territorial correspondiente;

II. El candidato es responsable solidario del cumplimiento de los informes de gastos que se refieren en el inciso anterior, y

(...)"

Reglamento de Fiscalización

"Artículo 96.

Control de los ingresos

1. Todos los ingresos de origen público o privado, en efectivo o en especie, recibidos por los sujetos obligados por cualquiera de las modalidades de financiamiento, deberán estar sustentados con la documentación original, ser reconocidos y registrados en su contabilidad, conforme lo establecen las Leyes en la materia y el Reglamento.

(...)"

"Artículo 127.

1. Los egresos deberán registrarse contablemente y estar soportados con la documentación original expedida a nombre del sujeto obligado. Dicha documentación deberá cumplir con requisitos fiscales.

2. Los egresos deberán registrarse de conformidad con lo dispuesto en el artículo 60 de la Ley de Partidos, las guías contabilizadoras y los catálogos de cuenta descritos en el Manual General de Contabilidad.

(...)"

Artículo 223

Responsables de la rendición de cuentas

(...)

6. Las precandidaturas y candidaturas postuladas por los partidos o coalición serán responsables de: (...)

b) Reportar en los informes respectivos los recursos recibidos, en dinero o en especie, destinados a su precampaña o campaña.

c) Reportar y vigilar que todos los ingresos en efectivo recibidos y depositados a la cuenta bancaria abierta, exclusivamente para la administración de los ingresos y gastos de precampaña y campaña.

d) Solicitar o recibir recursos mediante aportaciones o donativos, en dinero o en especie por sí o por interpósita persona y de personas no autorizadas por la Ley de Instituciones.

*e) No exceder el tope de gastos de precampaña y campaña establecidos por el Consejo General.
(...)"*

De las premisas normativas citadas se desprende que los sujetos obligados tienen diversas obligaciones, entre ellas, la de conducir sus actividades dentro de los cauces legales y ajustar su actuar a los principios del Estado democrático, garantizando de esa forma el principio de respeto absoluto de la norma. Así pues, con esta finalidad se ha establecido la obligación a los sujetos obligados de presentar ante el órgano fiscalizador, informes en los cuales se reporte el origen y el monto de los ingresos que por cualquier modalidad de financiamiento reciban, así como su empleo y aplicación.

De este modo, se permite al órgano fiscalizador contar con toda la documentación comprobatoria necesaria para verificar el adecuado manejo de los recursos que tal instituto político reciba, garantizando de esta forma un régimen de transparencia y rendición de cuentas, principios esenciales que deben regir en un Estado democrático. En congruencia a este régimen, se establece la obligación a los sujetos obligados de presentar toda aquella documentación comprobatoria que soporte el origen, monto, destino y aplicación de los recursos que reciban. Lo anterior, para que la autoridad fiscalizadora tenga plena certeza de la licitud de sus operaciones y a la vez vigile que su haber patrimonial no se incremente mediante el empleo de mecanismos prohibidos por la ley, que coloquen a un sujeto obligado en una situación de ventaja frente a otros, lesionando principios como la equidad en la contienda electoral.

Así, a través de estas premisas normativas se garantiza el principio de equidad en la contienda electoral al establecer un sistema de fiscalización integral a través del cual los partidos políticos cumplen con la obligación de reportar y comprobar la totalidad de los gastos e ingresos que reciben; así como, su destino y aplicación, evitando de esta forma, un desequilibrio en la competencia electoral a favor de un instituto político o candidatura en específica.

Por ello, se establece la obligación a los sujetos obligados de presentar toda aquella documentación comprobatoria que soporte el origen y destino de los recursos que reciban. Así como la obligación de reportar la totalidad de los ingresos y gastos (que incluye la obligación de reportar la forma en que se hicieron los mismos) implica la obligación de dichos sujetos de reportar con veracidad cada movimiento contable (ya sean ingresos o egresos).

Además, en los artículos referidos se establece un catálogo de personas a las cuales la normativa les establece la prohibición de realizar aportaciones o donativos a los partidos políticos, aspirantes, precandidatos o candidatos a cargos de elección popular, en dinero o especie, por sí o por interpósita persona y bajo ninguna circunstancia.

La prohibición de realizar aportaciones en favor de partidos políticos provenientes de entes prohibidos, existe con la finalidad de evitar que los partidos políticos como instrumentos de acceso al poder público estén sujetos a intereses privados alejados del bienestar general, como son los intereses particulares de personas morales.

En el caso concreto, la prohibición de recibir aportaciones en efectivo o en especie de entes no permitidos responde a uno de los principios inspiradores del sistema de financiamiento partidario en México, a saber, la no intervención de los sujetos previstos en el citado artículo 54, numeral 1 de la Ley General de Partidos Políticos; esto es, impedir cualquier tipo de injerencia de intereses particulares en las actividades propias de los partidos políticos, pues el resultado sería contraproducente e incompatible con el adecuado desarrollo del Estado Democrático.

Por lo anterior, es razonable que por la capacidad económica que un ente no permitido pudiera tener y por los elementos que podrían encontrarse a su alcance según la actividad que realicen, se prohíba a dichos sujetos realizar aportaciones a los partidos políticos.

Es importante señalar que con la actualización de la falta de fondo se acredita la afectación a los valores sustanciales protegidos por la legislación aplicable en materia de fiscalización de partidos políticos, en este sentido, la norma transgredida es de gran trascendencia para la tutela del principio de origen debido de los recursos de los partidos políticos tutelados por la normatividad electoral.

Lo anterior es así porque en la aportación se trata de un acto unilateral, por lo que la manifestación de la voluntad del receptor no es necesaria para que se perfeccione el acto. En este sentido, la contravención al artículo mencionado no se presenta tras una participación de ambos sujetos, sino únicamente del aportante; sin embargo, el partido político tenía la obligación de rechazar toda clase de apoyo económico, político o propagandístico proveniente de algún ente prohibido por la normativa electoral.

Ahora bien, el hecho de que el beneficio no sea de carácter patrimonial no implica que para efectos del ejercicio de fiscalización el acto realizado no pueda ser valuado, puesto que, si bien no existe un acrecentamiento patrimonial, el aportante debió haber realizado un gasto para generar el beneficio (carácter económico), lo que permite precisamente la fiscalización.

Es evidente que una de las finalidades que persigue la norma al señalar como obligación de los partidos políticos rendir cuentas ante la autoridad fiscalizadora de manera transparente, es inhibir conductas que tengan por objeto y/o resultado impedir el adecuado funcionamiento de la actividad fiscalizadora electoral, en efecto, la finalidad es precisamente garantizar que la actividad de dichos entes políticos se desempeñe en apego a los cauces legales.

En este sentido cabe decir, que la prohibición configurativa de la infracción típica básica (recibir una aportación en dinero o especie) deriva la proscripción subordinada o complementaria conforme a la dogmática aplicable, dirigida a los partidos políticos atinente a que se deben abstener de aceptar toda clase de apoyo proveniente de cualquier persona a la que les está vedado financiarlos.

En adición, los preceptos en comento tutelan el principio de certeza sobre el origen de los recursos que debe prevalecer en el desarrollo de las actividades de los sujetos obligados.

Por lo tanto, la obligación de los sujetos obligados de reportar ante el órgano fiscalizador el origen, destino y aplicación de sus recursos, implica, necesariamente, registrar detalladamente y entregar toda la documentación soporte que sirva a esta autoridad electoral para arribar a la conclusión de que sus operaciones se están sufragando con recursos de procedencia lícita.

En este sentido, el beneficio de una aportación realizada en contravención de los artículos analizados se traduce en una vulneración del principio certeza sobre el origen de los recursos, lo que impide garantizar la fuente legítima del financiamiento de los entes políticos, así como la certeza y transparencia de la totalidad de los ingresos que percibió.

Es evidente que una de las finalidades que persigue la norma al señalar como obligación de los sujetos obligados el rendir cuentas ante la autoridad fiscalizadora de manera transparente, es inhibir conductas que impidan o que tengan por objeto impedir el adecuado funcionamiento de la actividad fiscalizadora electoral, en

efecto, lo que se pretende es precisamente garantizar que la actividad de dichos entes políticos se desempeñe en apego a los cauces legales.

En ese entendido, la prohibición impuesta a los entes políticos de recibir aportaciones de personas no identificadas obedece a la intención del legislador, atento a las bases del artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, de transparentar la procedencia de los recursos con que cuentan los sujetos obligados y con ello, establecer una forma de control de dichos recursos, para evitar el suministro de aportaciones de origen ilícito e intereses ocultos, así como la recaudación de fondos de un modo irregular, que pudiera provocar actos contrarios al Estado de derecho.

De tal modo, en la aplicación de dicha prohibición debe privar la tutela de algunos intereses, evitando conductas que posteriormente pudieran ir en su detrimento y admitir el fraude a la ley, a través de aportaciones efectuadas sin exhibir la documentación que acredite los movimientos en cuestión que permitan identificar plenamente -con los datos necesarios para reconocer a los sujetos- a quienes se les atribuye una contribución a favor de los partidos políticos.

Lo anterior, permite tener certeza plena del origen de los recursos que ingresan al ente político y que éstos se encuentren regulados conforme a la normatividad electoral y evitar que los entes políticos como instrumentos de acceso al poder público, estén sujetos a intereses ajenos al bienestar general, pues el resultado sería contraproducente e incompatible con el adecuado desarrollo del estado democrático.

Asimismo, de los artículos antes descritos se desprende la necesidad de vigilar el debido cumplimiento a las disposiciones en materia de fiscalización, en específico las relativas a los topes máximos de gastos de campaña; ello por ser indispensable en el desarrollo de las condiciones de equidad entre los protagonistas de la misma; es decir, un partido político que recibe recursos adicionales a los expresamente previstos en la ley, se sitúa en una posición de ilegítima ventaja respecto del resto de los demás participantes, lo cual resulta inaceptable dentro de un sistema en donde la ley protege los principios de legalidad y equidad entre los contendientes en cuanto a su régimen de financiamiento.

De esta forma, en caso de incumplir las obligaciones, respecto del origen, monto, destino y aplicación de los recursos, se estaría impidiendo el adecuado funcionamiento de la actividad fiscalizadora electoral, en efecto, la finalidad es precisamente garantizar que la actividad de dichos entes políticos se desempeñe

en apego a los cauces legales, pues la omisión a cumplir con lo mandados sería una transgresión directa a la Legislación Electoral, lo cual implicaría para el sujeto obligado una sanción por la infracción cometida.

En ese sentido, la fijación de topes de gastos de campaña, pretende salvaguardar las condiciones de igualdad que deben prevalecer en una contienda electoral, pues al establecer un límite a las erogaciones realizadas por los sujetos obligados durante el periodo de campaña, se busca evitar un uso indiscriminado y sin medida de recursos económicos por parte de alguno de los contendientes, en detrimento de otros que cuenten con menores posibilidades económicas para destinar a esos fines, con lo cual se privilegiaría a quienes cuentan con mayores fondos, y no así la contienda sobre una base de los postulados que formulen.

Sin lugar a dudas, el rebase a los topes de gastos de campaña, representa una conducta reprochable por parte de cualquiera de los sujetos obligados, puesto que ello pudiera atentar en contra de la libertad del sufragio, por ejercerse indebidamente una ventaja respecto de los demás contendientes.

Visto lo anterior, a fin de verificar si se acreditan los supuestos que conforman el fondo del presente asunto, de conformidad con el artículo 21, numeral 1 del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización, deberán analizarse, administrarse y valorarse cada uno de los elementos de prueba que obran dentro del expediente, de conformidad con la sana crítica, la experiencia, las reglas de la lógica y los principios rectores de la función electoral⁵; por lo que, para mayor claridad resulta conveniente dividir en apartados el estudio de fondo del procedimiento de mérito.

Ahora bien, previo a entrar al estudio de **fondo** del procedimiento que nos ocupa, es importante señalar los motivos que dieron origen al inicio del procedimiento de queja que por esta vía se resuelve.

El veinticuatro de abril de dos mil veinticuatro se recibió a través del Sistema de Archivos Institucional (SAI), el acuerdo de veintidós de abril del presente año, dictado en el expediente UT/SCG/PE/PAN/CG/618/PEF/1009/2024, en cumplimiento a lo ordenado en su punto TERCERO en el que se ordenó dar vista a la Unidad Técnica de Fiscalización con copia certificada de la denuncia presentada por Víctor Hugo Sondón Saavedra, Representante Propietario del Partido Acción

⁵De conformidad con el artículo 21, numeral 1 del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización, establece lo relativo a la valoración de pruebas que deberá de realizar esta autoridad respecto a los elementos de convicción que obran en el expediente de mérito.

CONSEJO GENERAL
INE/P-COF-UTF/582/2024

Nacional ante el Consejo General del Instituto Nacional Electoral, en contra de Claudia Sheinbaum Pardo, entonces candidata a la Presidencia de la República; Ernestina Godoy Ramos y Omar Hamid García Harfuch, entonces personas candidatas al Senado de la República por el principio de mayoría relativa y Clara Marina Brugada Molina, entonces candidata a la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México, por las otrora coaliciones “Sigamos Haciendo Historia” y “Sigamos Haciendo Historia en la Ciudad de México”, respectivamente, ambas integradas por los partidos Morena, del Trabajo y Verde Ecologista de México; denunciando hechos consistentes en la presunta omisión de reportar ingresos y gastos por concepto de propaganda electoral, derivada de una grabación en la que habría un uso indebido de la marca registrada como “FRIENDS”, así como la presunta omisión de rechazar aportaciones de ente impedido por la normatividad electoral por el uso de marcas comerciales registradas, que en su caso, tendrían que ser sumados al tope de gastos de campaña y que podrían constituir un rebase al tope de gastos de campaña.

En ese sentido de las constancias que remitió la Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral de este Instituto, de la denuncia original se advierten como medios de prueba 15 imágenes insertadas en el escrito de queja y 7 ligas electrónicas, señaladas a continuación:

ID	URL
1	https://twitter.com/PrimoOlvera/status/1774156066575581527
2	https://www.tiktok.com/@claudiasheinbaum/video/7351984370174971142?lang=es
3	https://acervomarcas.impi.gob.mx:8181/marcanet/vistas/common/datos/bsqDenominacionCompleto.pgi
4	https://www.tiemposur.com.ar/internacionales/friends-la-cifra-millonaria-que-cobran-los-actores-por-regalias
5	https://www.revistagq.com/noticias/articulo/cuanto-ha-pagado-warnermedia-para-quitarse-friends-a-netflix
6	https://www.univisión.com/entretenimiento/cultura-pop/los-extras-de-friends-todavia-obtienen-regalias-lo-que-ganan-te-sacara-una-sonrisa
7	https://www.nickiswift.com/414279/how-much-are-the-rembrandts-worth/

En ese sentido, la autoridad instructora notificó y emplazó a los sujetos incoados, corriéndoles traslado con todas las constancias que integraban el expediente, de

las manifestaciones realizadas en las contestaciones a los emplazamientos se advierte lo siguiente:

Morena, Claudia Sheinbaum Pardo, Ernestina Godoy Ramos y Clara Marina Brugada Molina.

- Las candidatas y el candidato, así como los partidos políticos correspondientes en ningún momento realizaron un uso indebido de la marca comercial denominada FRIENDS.
- Las candidatas y el candidato, así como los partidos políticos en ningún momento obtuvieron aportación alguna de un ente prohibido, ya que el uso de audios e imágenes en redes sociales como lo puede ser TikTok o Instagram no configuran ninguna aportación.
- No se actualiza la omisión de reportar ingresos y gastos por concepto de propaganda electoral derivada de una grabación en la que habría un uso indebido de la marca registrada "FRIENDS", y el egreso por el video debidamente reportado en la contabilidad de la otrora candidata Claudia Sheinbaum Pardo con número de id 9098, póliza 429.
- No se actualiza la aportación de ente impedido toda vez que dicho video fue creado mediante la aplicación CapCut la cual se encuentra dentro del menú de la aplicación de Tik Tok, y en la que se puede utilizar diversas plantillas con distintos modelos de ediciones y audios, para posteriormente ser publicados en las redes sociales, sin que ello implique que haya existido una aportación de un ente impedido.

Así las cosas, para efecto de mayor claridad en el estudio de las conductas denunciadas, esta autoridad estima procedente dividir en apartados el análisis respectivo de los hechos materia de estudio. Esta división responde a cuestiones circunstanciales con el objeto de sistematizar su contenido para una mayor claridad. En ese tenor el orden será el siguiente:

4.1 Análisis de las constancias que integran el expediente.

4.2 Concepto de gastos denunciados registrados en el SIF.

4.3 Aportación de ente impedido.

Señalado lo anterior, se presenta el análisis de cada uno de los apartados correspondientes.

4.1 Análisis de las constancias que integran el expediente

La integración del expediente de mérito consta de las pruebas aportadas por el denunciante, las aportadas por los sujetos incoados, las recabadas por la autoridad fiscalizadora, así como las expedidas por la autoridad en ejercicio de sus funciones, las cuales se analizarán en su conjunto en los apartados respectivos y se describen a continuación:

ID	Concepto de prueba	Aportante	Tipo de prueba	Fundamento RPSMF ⁶
1	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Imágenes ➤ ligas electrónicas 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Partido Acción Nacional 	Prueba técnica	Artículos 17, numeral 1 y 21, numeral 3 del RPSMF.
2	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Oficio de respuesta a solicitudes de información emitida por la autoridad en el ejercicio de sus atribuciones y sus anexos. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Oficialía Electoral ➤ Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. ➤ Instituto Nacional del Derecho de Autor. 	Documental pública	Artículo 16, numeral 1, fracción I y 21, numeral 2 del del RPSMF.
3	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Emplazamientos. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Representante Propietario del Partido del Morena ante el Consejo General de este Instituto. ➤ Otrora candidata Claudia Sheinbaum Pardo ➤ Otrora candidata Clara Marina Brugada Molina ➤ Otrora candidata Ernestina Godoy Ramos 	Documental privada	Artículo 16, numeral 2 y 21, numeral 3 del RPSMF.
4	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Razones y constancias 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ La UTF⁷ en ejercicio de sus atribuciones 	Documental pública	Artículo 16, numeral 1, fracción I; 20 y 21, numeral 2 del RPSMF.
5	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Solicitudes de información a terceros 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Solicitud de información a TIK TOK 	Documental privada	Artículo 16, numeral 2 y 21, numeral 3 del RPSMF.
6	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Escritos de alegatos 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Representante Propietario del Partido de la Revolución Democrática ante el Consejo General de este Instituto. ➤ Representante Propietario del Partido Acción Nacional ante el Consejo General de este Instituto. 	Documental privada	Artículo 16, numeral 2 y 21, numeral 3 del RPSMF.

⁶ Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización.

⁷ Unidad Técnica de Fiscalización del Instituto Nacional Electoral.

En este sentido, las documentales públicas antes señaladas, en términos de los artículos 15, numeral 1, fracción I; 16, numeral 1, fracción I; 20 y 21, numeral 2 del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización, tienen valor probatorio pleno respecto de su autenticidad o la veracidad de los hechos a que se refieran, salvo prueba en contrario.

Por lo que corresponde a las documentales privadas, de conformidad con lo establecido en los artículos 15, numeral 1, fracción II; 16, numeral 2; y 21, numerales 1 y 3 del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización, sólo hará prueba plena cuando a juicio de esta autoridad generen convicción sobre la veracidad de los hechos, al concatenarse con los demás elementos que obran en el expediente, conforme a la sana crítica, la experiencia, las reglas de la lógica y los principios rectores de la función electoral federal.

Es menester señalar que las pruebas, consistentes en imágenes y direcciones electrónicas ofrecidas por el quejoso, constituyen pruebas técnicas de conformidad con lo establecido por los artículos 17, y 21, numerales 1 y 3 del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización, por lo que para perfeccionarse deben de administrarse con otros elementos de prueba que en su conjunto permitan acreditar los hechos materia de denuncia, en este contexto su valor es indiciario.

4.2 Concepto de gastos denunciados registrados en el SIF.

El Partido Acción Nacional denunció la presunta omisión de reportar ingresos y/o egresos por la supuesta propaganda electoral, derivada de grabación de un video en el cual aparecen los otros candidatos Claudia Sheinbaum Pardo, Omar Hamid García Harfuch, Ernestina Godoy Ramos y Clara Marina Brugada Molina, en el cual a su decir habría un uso indebido de la marca registrada como "FRIENDS" que en su caso, tendrían que ser contemplados y sumados al tope de gastos de campaña y que podrían constituir un rebase al tope de gastos de campaña, en el marco del Proceso Electoral Concurrente 2023-2024.

En este contexto, la Unidad Técnica de Fiscalización llevó a cabo diversas diligencias con la finalidad de obtener mayores elementos de convicción a partir de los indicios aportados con la denuncia, entre las que destaca el requerimiento a la Oficialía Electoral de este Instituto con el propósito de verificar la existencia y contenido de la propaganda denunciada y de los elementos señalados por el quejoso.

Al respecto la autoridad instructora, en ejercicio de sus facultades de investigación, requirió a la Dirección del Secretariado de la Secretaría Ejecutiva de este Instituto que, en ejercicio de la Función Electoral, diera fe sobre el contenido de las rutas electrónicas señaladas por el quejoso, mismas que se detallan a continuación:

ID	URL
1	https://twitter.com/PrimoOlvera/status/1774156066575581527
2	https://www.tiktok.com/@claudiasheinbaum/video/7351984370174971142?lang=es
3	https://acervomarcas.impi.gob.mx:8181/marcanet/vistas/common/datos/bsqDenominacionCompleto.pgi
4	https://www.tiemposur.com.ar/internacionales/friends-la-cifra-millonaria-que-cobran-los-actores-por-regalias
5	https://www.revistagq.com/noticias/articulo/cuanto-ha-pagado-warnermedia-para-quitarse-friends-a-netflix
6	https://www.univisión.com/entretenimiento/cultura-pop/los-extras-de-friends-todavía-obtienen-regalias-lo-que-ganan-te-sacara-una-sonrisa
7	https://www.nickiswift.com/414279/how-much-are-the-rembrandts-worth/

Mediante el Acta Circunstanciada INE/DS/OE/CIRC/412/2024 de dos de mayo de dos mil veinticuatro la Dirección del Secretariado, remitió la actuación realizada a efecto de verificar la existencia del contenido de los links contenidos en la denuncia, haciéndose constar lo siguiente:

ACTA CIRCUNSTANCIADA DE CERTIFICACIÓN DE EXISTENCIA Y CONTENIDO DE SIETE (7) PÁGINAS DE INTERNET, QUE SE ELABORA EN CUMPLIMIENTO AL ACUERDO DICTADO EN EL EXPEDIENTE DE OFICIALIA ELECTORAL SEÑALADO AL RUBRO. -----

(...)

METODOLOGIA Y DESAHOGO DE LA DILIGENCIA. -----

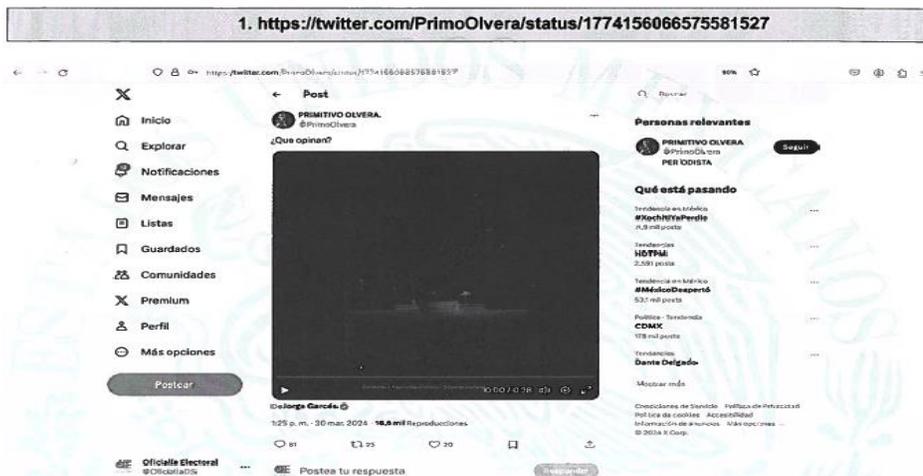
Para el desahogo del contenido del material alojado en las ligas electrónicas que se certifiquen, tales como contenido multimedia(imágenes/videos) o archivos (documentos), y de conformidad con los principios de intermediación, idoneidad, objetivación, forma, autenticidad, exhaustividad y oportunidad, se corroborará el contenido de cada dirección electrónica, con las formalidades que rigen las actuaciones de fe pública, recabando evidencia a través de capturas de pantalla. Posteriormente, se procederá a realizar la descripción detallada del contenido corroborado, conforme a lo percibido por los sentidos, sin emitir conclusiones ni juicios de valor acerca de los mismos, o aquellos que requieran el conocimiento de un arte, técnica o ciencia

específica, en apego a lo establecido en el artículo 32 del Reglamento de la Oficialía Electoral del Instituto Nacional Electoral. Enseguida, se procederá a descargar los elementos constatados (disponibles para descarga al momento de la presente actuación), mismos que serán alojados en calidad de “documentos”² en un disco compacto, que se certificará por duplicado, como **ANEXO ÚNICO**, en atención al principio de matricidad,³ identificándose una carpeta por cada dirección electrónica verificada, que contendrá la evidencia que se haya podido descargar, a efecto de contar con certeza del contenido certificado. -----

FE DE HECHOS: Siendo las diez horas (10:00), se procede a verificar la existencia y contenido de las direcciones electrónicas requeridas al digitar la primera de ellas a través del navegador de internet del equipo de cómputo, para dar clic con la tecla “ENTER” y desahogar la presente actuación, como se desglosa a continuación: -----



(...)



Se deja constancia que la dirección electrónica corresponde a la página "X", del perfil del usuario "PRIMITIVO OLVERA @PrimoOlvera", a continuación, se despliega una publicación con el texto: "¿Que opinan?", acompañada de un video con duración de veintiocho segundos (00:00:28), en el que se escucha música y se visualizan cuatro (4) personas de ambos géneros reunidos en espacio cerrado, entre ellos destaca Claudia Sheinbaum Pardo, se les observa reír en varias ocasiones, además de advertir el siguiente texto a lo largo de la reproducción del mismo: "Claudia Sheinbaum CANDIDATA A LA PRESIDENCIA", "Clara Brugada CANDIDATA A JEFA DE GOBIERNO", "Ernestina Godoy CANDIDATA A SENADORA " y "Omar Hamid García Harfuch CANDIDATO A SENADOR"; al final del video las cuatro (4) personas gritan en coro: "Somos un equipazo" y postinamente se ve un fondo gris con el texto: "2 DE JUNIO VOTA CLAUDIA SHEINBAUM PRESIDENTA CANDIDATA DE LA COALICIÓN SIGAMOS HACIENDO HISTORIA", "morena La esperanza de México HONESTIDAD, RESULTADOS Y AMOR AL PUEBLO". ----- La publicación cuenta con las siguientes referencias: "De Jorge Garcés", "1:25 p.m. 30 mar. 2024 18,6 mil Reproducciones", "81", "25", "20". ----- Del lado izquierdo de la página, un menú susceptible de navegación, con los rubros: "Inicio", "Explorar", "Notificaciones", "Mensajes", "Listas", "Guardados", "Comunidades", "Premium", "Perfil", "Más opciones" y "Postear". ----- **FIN DE LO PERCIBIDO.** -----
(...)

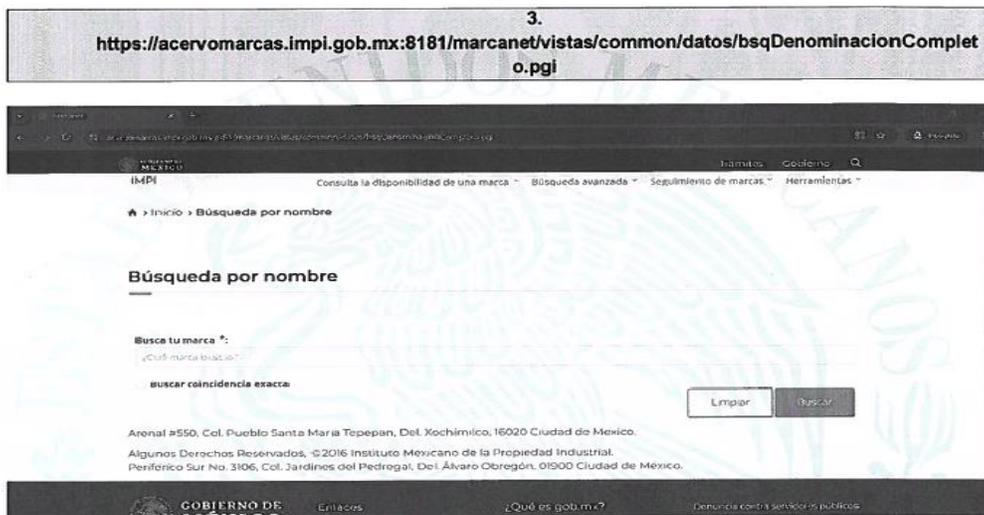
2. <https://www.tiktok.com/@claudiasheinbaum/video/7351984370174971142?lang=es>



Del vínculo electrónico se visualiza la página denominada "TikTok" en la que se encuentra a la usuaria "claudiasheinbaum", así como una publicación en donde se lee: "Hoy les presento con la épica intro de #Friends al equipo que

ganará en la CDMX. #friendship #amigos #goals #friendshipgoals #sheinbaum #ganadores #tiktoklatam", misma que aloja un video con duración de treinta y tres segundos(00:00:33), en el que se escucha música y se visualizan cuatro (4) personas de ambos géneros reunidos en espacio cerrado, entre ellos destaca Claudia Sheinbaum Pardo, se les observa reír en varias ocasiones, además de advertir el siguiente texto a lo largo de la reproducción del mismo: "Claudia Sheinbaum CANDIDATA A LA PRESIDENCIA", "Clara Brugada CANDIDATA A JEFA DE GOBIERNO", "Ernestina Godoy CANDIDATA A SENADORA "y" Omar Hamid García Harfuch CANDIDATO A SENADOR"; at Inal del video las cuatro (4) personas gritan en coro: "Somos un equipazo" y posteriormente se ve un fondo gris con el texto: "2 DE JUNIO VOTA CLAUDIA SHEINBAUM PRESIDENTA CANDIDATA DE LA COALICIÓN SIGAMOS HACIENDO HISTORIA", "morena La esperanza de México HONESTIDAD, RESULTADOS Y AMOR AL PUEBLO". De lo anterior, destacan las siguientes referencias: "17.4 K" reacciones, "864" comentarios, "622", guardados y "2323" veces compartido". -----

FIN DE LO PERCIBIDO. -----
(...)



Se hace constar que el vínculo electrónico corresponde al sitio denominado "IMPI", posteriormente sobresale el apartado "Búsqueda por nombre" con las siguientes referencias: "Busca tu marca:", "¿Qué marca buscas?", "Buscar coincidencia exacta", "Limpiar" y "Buscar". ---

FIN DE LO PERCIBIDO. -----
(...)

4. <https://www.tiempoSur.com.ar/internacionales/friends-la-cifra-millonaria-que-cobran-los-actores-por-regalias>



Del vínculo electrónico se visualiza la página denominada "TiempoSur" en la que se encuentra una nota titulada: 'Friends': La cifra millonaria que cobran los actores por regalías". Con la referencia: "Viral". A continuación, se inserta la siguiente información de manera Integra: - - - - -

"Friends": La cifra millonaria que cobran los actores por regalías

La sitcom que marcó la década del 90 sigue al aire en diferentes países del mundo y sus seis protagonistas reciben un monto anual por ellos. Cuánto cobran al día de hoy.

01/09/2020 • 15:54



Protagonistas de Friends

'Friends' marcó sin dudas un antes y un después en el mundo de la televisión. La sitcom de 10 temporadas dejó una huella a partir de la década del 90 que difícilmente será igualada. Rachel Green, Mónica Geller, Phoebe Buffay, Joey Tribbiani, Chandler Bing y Ross Geller se ganaron el amor de los fanáticos a lo largo de cada episodio. Tal fue el éxito de la serie que es hasta el día de hoy que continúa repitiéndose alrededor del mundo.

El éxito escaló a medida que pasaron las temporadas, al igual que el sueldo de sus protagonistas. La fama, el rating y la popularidad vinieron de la mano de dinero.

En la primera temporada, los actores recibían un total de 22.250 dólares por cada capítulo. Esta cifra aumentó para la próxima temporada cuando el monto ascendió a 40.000 dólares por episodio.

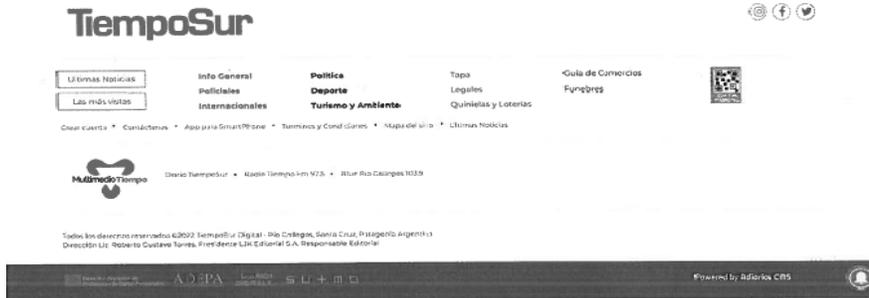
Y así siguió el aumento; en la quinta temporada 100 mil dólares por capítulo, en la sexta 125 mil, en la séptima 750 mil y finalmente en su última temporada un millón de dólares por cada episodio transmitido

Cuánto cobran hoy los actores de "Friends" por regalías

Los jóvenes rostros de Jennifer Aniston, Courteney Cox, Lisa Kudrow, Matt LeBlanc, Matthew Perry y David Schwimmer siguen generando carcajadas en los televidentes. Si bien ya pasaron 16 años de su última emisión, la producción continúa al aire en diferentes canales alrededor del mundo.

Y esto le genera una ganancia a sus intérpretes. Según el portal LiSA Today, cada uno de ellos recibe 200 millones de dólares anuales por las regalías de las repeticiones."

Al final de la página las siguientes referencias: - - - - -



(...)

5. <https://www.revistagq.com/noticias/articulo/cuanto-ha-pagado-warnermedia-para-quitarse-friends-a-netflix>



"La programación de primera categoría de HBO está a la cabeza del streaming, y su calidad es el principal motivo de nuestra nueva selección de 'Originales Max', nuestras adquisiciones y lo mejor de lo mejor de la biblioteca de Warner Bros, empezando con el fenómeno que es 'Friends', ha declarado Robert Greenblatt, presidente de WarnerMedia Entertainment.

Los usuarios de Netflix en América podrán ver 'Friends' hoy a través del sitio que viene. Lo que aún no sabemos es si HBO Max está disponible en España ni cuándo, así que puede que tengamos un margen más amplio para disfrutar la serie.

También te puede interesar:

- ¿Podrá ver sus series 'Friends' en Netflix ahora que HBO se ha quedado con los derechos de emisión?
- HBO le planea cara a Netflix y se haocult 'Friends'
- ¿Sequitas sobre 'Friends' que los mejor momentos compartidos por los 6 protagonistas?

REVISTAS | FRIENDS | NETFLIX | HBO | SERIES NETFLIX | SERIES



Se hace constar que el vínculo electrónico corresponde a la página denominada "GQ", en la que se visualizan los apartados: "Noticias", "Moda", "Zapatillas", "La Buena Vida", "Cuidados", "GQ Recomienda", "GQ TV", "Hombres GQ del Año", "Cómo muscular a partir de los 40", "Vitamina D para ser feliz", "¿Correr o caminar?", "Cómo ser más productivo", "Proteínas de calidad", "Suscríbete aquí>>", asimismo, se inserta una nota titulada: "Cuánto dinero ha pagado WarnerMedia para quedarse con 'Friends' en exclusiva", misma que se transcribe íntegramente a continuación: - - - -

*"Cuánto dinero ha pagado WarnerMedia para quedarse con 'Friends' en exclusiva
HBO Max, el nuevo servicio en streaming de WarnerMedia, ha arrebatado definitivamente 'Friends' a Netflix, y han pagado una barbaridad por ella.*

Por Belén Afonso

10 de julio de 2019



'Friends' (NBC)

Amantes de 'Friends', esto os interesa. Amantes de 'Friends' con cuenta de Netflix, esto os interesa mucho.

A partir de la primavera de 2020 WarnerMedia sacará su nueva plataforma, HBO Max, con 10.000 horas de entretenimiento para uso y disfrute del usuario.

Tal y como presagiábamos hace unos meses, parece que 'Friends' dejará Netflix y pasará a estar en la parrilla del nuevo servicio. Después de que la

serie se mudara a HBO, pero manteniéndose también en el catálogo de Netflix, podría tener las horas contadas en ambos escenarios.

Si tenemos en cuenta que a Netflix 'Friends' le cuesta 100 millones de dólares al año (y suele despuntar como la más vista del catálogo mes tras mes), podemos ir haciéndonos una idea de cuán elevada será la suma que WarnerMedia ha tenido que pagar para recuperarla

La cifra asciende a 425 millones de dólares. Con esta firma, HBO Max disfrutará de 'Friends' durante cinco años. En otras palabras. les ha salido a 85 millones por año, un poco más barato de lo que paga Netflix actualmente.

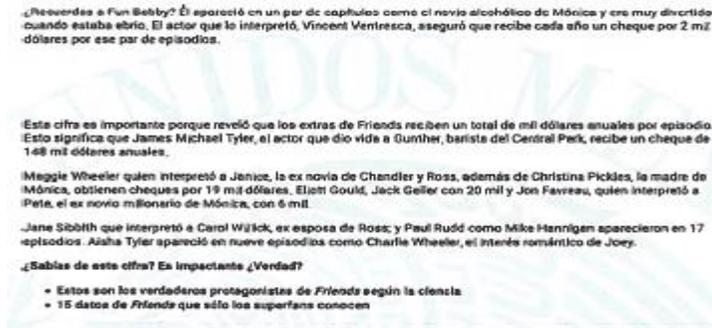


“La programación de primera categoría de HBO está a la cabeza del streaming, y su calidad será el principio básico de nuestra nueva selección de Originales Max, nuestras adquisiciones y lo mejor delo mejor de la biblioteca de Warner Bros, empezando con el fenómeno que es 'Friends'”, ha declarado Robert Greenblatt, presidente de WarnerMedia Entertainment.

Los usuarios de Netflix en América podrán ver 'Friends' hasta primavera del año que viene. Lo que aún no sabemos es si HBO Max estará disponible en España ni cuándo, así que puede que tengamos un margen más amplio para disfrutar la serie.”

Al finalizar la nota, las referencias: “ETIQUETAS”, “FRIENDS”, “NETFLIX”, “HBO”, “SERIES NETFLIX”, “SERIES”. -----

Al final de la página, las siguientes referencias: -----



Se hace constar que se despliega la liga electrónica correspondiente a "UNIVISION" en la que se encuentra una nota titulada: "Los extras de Friends TODAVÍA obtienen regalías: lo que ganan te sacará una sonrisa" con las referencias: "Cultura Pop", "DÉCADA DEL 90", misma que se inserta de manera íntegra a continuación: - - - - -

"Los extras de Friends TODAVÍA obtienen regalías: lo que ganan te sacará una sonrisa"

POR: ESTEBAN LUJÁN Follow
PUBLICADO 7 FEB 2019 – 04:38 PM EST | ACTUALIZADO 7 FEB 2019 – 04:38 PM EST COMPARTIR

Sí, *Friends* casi cumple 15 años desde su última fecha de transmisión, pero nunca desapareció en realidad gracias a las repeticiones y, ahora, a Netflix que permiten ver a los seis amigos cuando quieras. La serie es tan popular que hasta un grupo de científicos hizo un estudio para revelar quién es el verdadero protagonista de la serie.

[PUBLICIDAD]

De acuerdo con el diario británico The Daily Mirror, *Friends* sigue siendo una mina inagotable para Warner, pues la franquicia trae a sus arcas cerca de 100 millones de dólares anuales.

De esa millonada, cada actor recibe 2 % de las regalías totales anuales, es decir, 2 millones. Quedan 88 millones, de ahí también se paga a los actores secundarios, quienes también reciben regalías.

De acuerdo con una entrevista para el diario The Guardian algunos actores secundarios contaron cómo fue trabajar en la serie y revelaron lo que ganan cada año gracias a su participación en la famosa serie.

¿Recuerdas a Fun Bobby? Él apareció en un par de capítulos como el novio alcohólico de Mónica y era muy divertido cuando estaba ebrio. El actor que lo interpretó, Vincent Ventresca, aseguró que recibe cada año un cheque por 2 mil dólares por ese par de episodios.

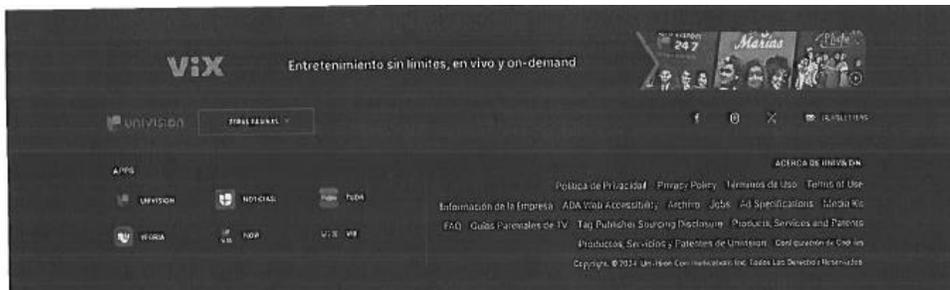
Esta cifra es importante porque reveló que los extras de Friends reciben un total de mil dólares anuales por episodio. Esto significa que James Michael Tyler, el actor que dio vida a Gunther, barista del Central Perk, recibe un cheque de 148 mil dólares anuales.

Maggie Wheeler quien interpretó a Janice, la ex novia de Chandler y Ross, además de Christina Pickles, la madre de Mónica, obtienen cheques por 19 mil dólares. Elliott Gould, Jack Geller con 20 mil y Jon Favreau, quien interpretó a Pete, el ex novio millonario de Mónica, con 6 mil.

Jane Sibbith que interpretó a Carol Willick, ex esposa de Ross; y Paul Rudd como Mike Hannigan aparecieron en 17 episodios. Aisha Tyler apareció en nueve episodios como Charlie Wheeler, el interés romántico de Joey.

¿Sabías de esta cifra? Es impactante ¿Verdad?‘‘

Al final de la página, las siguientes referencias: - - - - -



FIN DE LO PERCIBIDO. - - - - -

(...)

7. <https://www.nickiswift.com/414279/how-much-are-the-rembrandts-worth/>

How Much Are The Rembrandts Worth?

Think of The Rembrandts and we all probably think the same thing — "Friends." Of course! No matter how many tracks the pop rock band (made up of Danny Wilde and Phil Soto) release, they'll probably always be synonymous with the 1996 hit many of us have heard hundreds of times over, "I'll Be There For You."

The song's become a timeless classic thanks to its stalwart position as the opening theme of one of the most popular sitcoms of all time, and it quite literally took the band from the small time to the big time. During an October 2021 interview with *Independent*, Wilde admitted that they were playing "underground venues" before "Friends" hit the airwaves, but noted, "I'll Be There" was so huge that we ended up playing stadiums almost overnight. We'd do these mainstage shows and see 20-year-old kids in the crowd, singing along."

But that newfound fame didn't necessarily come with a lot of critical praise. "When we were interviewed we were always asked how many claps there were in the song," Wilde said. "I think we lost a lot of our original fans at that point, and many people stopped taking us seriously."

But while they may not have gone on to see a whole lot of serious success beyond the song, The Rembrandts appear to have made some serious bank from the show that became a phenomenon. Read on for the numbers.

The Rembrandts made some serious cash from the Friends theme tune



Though it's not clear exactly how much The Rembrandts (Danny Wilde and Phil Soto) are worth individually, we do know they got an impressive sum for "I'll Be There For You." According to *Teen* *Mag*, the two have reportedly made around \$5 million in royalties from the song — not too shabby to say they didn't even fully write it. Wilde doesn't appear to have publicly confirmed that figure, but told the *Los Angeles Times* in 2004 of the royalties, "Let me put it this way: I can't retire on it, but it's putting my kids through college."



The song actually came from an amalgamation of writers and producers after Kevin Bright, a "Friends" producer, suggested The Rembrandts for the gig. "He and the writers Marcia Kauffman and David Crane wanted a proper song, not just something that had been dreamt up by a jingle writer," Wilde told *Independent*. Musician Michael Skoff was behind the tune and lyricist Allee Willis wrote some lyrics before The Rembrandts did some fine tuning.

It wasn't quite an overnight success though. Wilde admitted that The Rembrandts weren't even credited for the first season and thought they'd remain anonymous in connection to "Friends" before it became a massive hit. "We liked [the song] immediately, and it had some good people working on it. So we thought 'Why not? Nobody will even know it was us, anyway,'" he said.



Se hace constar que el vínculo electrónico corresponde a la página: "NICKI SWIFT", en la que se visualizan los apartados: "NEWS", "EXCLUSIVES", "THE DIRT", "ENTERTAINMENT", "POLITICS", "CRIME", "FEATURES". Asimismo, se inserta una nota titulada: "How Much Are The Rembrandts Worth?", con las referencias: "Entertainment Music", misma que se inserta a continuación: -----

"How Much Are The Rembrandts Worth?"



(...)

----- **CIERRE DEL ACTA** -----

Concluida la certificación de las direcciones electrónicas requeridas, se cierra el navegador de internet y el explorador del sistema operativo; acto seguido, tal como fue descrito en la **METODOLOGIA** de la presente actuación, se procederá con la grabación en disco compacto que alojará el contenido multimedia descargado en la presente diligencia, el cual se entregará al peticionario como **ANEXO ÚNICO**. Lo anterior, previa certificación por duplicado, ya que un ejemplar que se entregará a la Unidad Técnica peticionaria y el segundo será resguardado en la Oficialía Electoral de este Instituto, para integral los autos del expediente en el que se actúa, por formar parte de su matriz. -----

(...)

De la documentación certificada por Oficialía electoral se advirtió una grabación de la red social TIK TOK, en la que aparecen los otrora candidatos denunciados con una duración de 33 (treinta y tres segundos) en la que se identifican mensajes en beneficio de sus candidaturas.

**CONSEJO GENERAL
INE/P-COF-UTF/582/2024**

Asimismo, se advierte la existencia de notas periodísticas relacionadas con la marca FRIENDS sin que estas se relacionen con los denunciados.

En ese mismo sentido, entre las diligencias que la Unidad realizó para dotar de certeza la conclusión a que se llega, en aras de agotar el principio de exhaustividad, con base en las facultades de vigilancia y fiscalización a efecto de comprobar los gastos del instituto político, así como de las entonces personas candidatas, se consultó el Sistema Integral de Fiscalización, específicamente el ID de Contabilidad 9098, correspondiente a la entonces candidata a la Presidencia de la República, Claudia Sheinbaum Pardo, arrojando los resultados siguientes:

ID	Conceptos denunciados	Unidades denunciadas	Concepto registrado	Unidades registradas	Póliza	Documentación soporte
1	Propaganda electoral consistente en la edición y creación de un video publicado en redes sociales el cual beneficia a los candidatos denunciados	1	Provisión de software y computadoras warex, estrategia y manejo de redes sociales, creación y edición de material digital (gráficos y videos) para redes sociales	11 imágenes 59 videos	Póliza Normal, Diario, Número 429 periodo 1	Diversos videos entre ellos 05 EVIDENCIA EDICION VIDEO 30 03 2024 02

Visto lo anterior es dable concluir que el concepto de gastos por concepto de propaganda electoral contenida en videos difundidos en redes sociales se encuentra debidamente reportado dentro de la póliza referida en el cuadro que antecede, la cual fue registrada por concepto de *“Provisión de software y computadoras warex, estrategia y manejo de redes sociales, creación y edición de material digital (gráficos y videos) para redes sociales”*, de los cuales, al revisar cada una de las evidencias se observó la muestra del video denunciado, tal como se indica a continuación:

Evidencias póliza 429	
Nombre del archivo	Muestra
05 EVIDENCIA EDICION VIDEO 30 03 2024 02	

Del mismo modo se solicitó a la Dirección de Auditoría que informara si en la contabilidad de las otrora coaliciones “Sigamos Haciendo Historia” y “Sigamos Haciendo Historia en la Ciudad de México”, respectivamente, ambas integradas por los partidos Morena, del Trabajo y Verde Ecologista de México, así como de los entonces personas candidatas Claudia Sheinbaum Pardo, Ernestina Godoy Ramos, Omar Hamid García Haruch y Clara Marina Brugada Molinase encontraba reportado el concepto de gastos de pago de publicidad, edición y producción del video difundido en redes sociales, que a dicho del quejoso, hacía uso indebido de la marca registrada “FRIENDS”.

Al respecto, la Dirección de Auditoría informó que por cuanto hace al reporte de gastos por concepto de pago de derechos por el uso de la marca denominada “FRIENDS”, no se registró algún gasto, asimismo señala que el video objeto de estudio del presente apartado, se reportó en la contabilidad 9098, correspondiente a la entonces candidata a la Presidencia de la República, Claudia Sheinbaum Pardo y que el mismo no formó parte del monitoreo en internet, por lo cual no se fue observado en los oficios de errores y omisiones correspondiente al periodo de campaña.

Es así que, esta autoridad cuenta con elementos de certeza suficientes para acreditar que los conceptos denunciados en el cuadro anterior, así como los gastos erogados con motivo de los mismos, se encuentran reportados en el SIF, en la contabilidad correspondiente al entonces candidata a la Presidencia de la República Claudia Sheinbaum Pardo.

En este tenor, toda vez que el Sistema Integral de Fiscalización, es un sistema informático diseñado como medio idóneo, por la autoridad electoral, en el que se establecen las disposiciones para el registro de las operaciones que deberán cumplir los partidos políticos, coaliciones y candidatos independientes, para que estos con apoyo de la aplicación informática puedan cumplir con sus obligaciones en materia de fiscalización de los recursos.

El Sistema Integral de Fiscalización tiene como finalidad que la información ahí concentrada de forma expedita, fuera sustentada y adminiculada con todos los elementos que permitan a la autoridad esclarecer la actividad fiscalizadora. Aunado a ello, que la misma se tuviera como cierta y veraz, constituyendo prueba plena para la autoridad lo ahí registrado y en conjunto con la documentación exhibida por los

sujetos obligados, permita de manera clara conocer la realidad de los hechos materia de valoración

Lo anterior, aunado a que el quejoso no aportó mayores elementos que pudieran llevar a esta autoridad a acreditar de que se tratan de gastos de campaña no reportados, por lo cual se concluye que los conceptos fueron registrados en el informe de campaña correspondiente a Claudia Sheinbaum Pardo, pues como ya se manifestó, el quejoso únicamente aportó pruebas técnicas como soporte a sus afirmaciones, sin embargo, no presentó algún otro elemento que permitiera vincular los hechos denunciados.

Finalmente, en caso de encontrarse alguna inconsistencia dentro de la documentación presentada en las pólizas de referencia, se determinará lo conducente en la revisión de los informes de campaña correspondientes.

De esta forma y una vez valoradas las pruebas en conjunto y atendiendo a las reglas de la lógica, la experiencia y de la sana crítica, así como a la valoración de los hechos materia del procedimiento se puede concluir fácticamente lo siguiente:

- Mediante Acta Circunstanciada INE/DS/OE/CIRC/412/2024 se identificó el contenido de las ligas electrónicas en las que visualiza la grabación denunciada, en la que aparecen las entonces personas candidatas, con una duración de 33 (treinta y tres segundos) segundos
- El concepto de gastos de publicidad de edición y creación de videos para redes sociales se encuentra reportada dentro de la contabilidad de la otrora candidata Claudia Sheinbaum Pardo, con ID 9098, póliza número 429.
- La Dirección de Auditoría informó que el video se reportó en la contabilidad 9098, correspondiente a la entonces candidata a la Presidencia de la República, Claudia Sheinbaum Pardo y que el mismo no formó parte del monitoreo en internet, por lo cual no se encuentra observado en los oficios de errores y omisiones correspondiente al periodo de campaña.

En consecuencia, se concluye que Claudia Sheinbaum Pardo, entonces candidata a la Presidencia de la República; Ernestina Godoy Ramos y Omar Hamid García Harfuch, entonces personas candidatas al Senado de la República por el principio de mayoría relativa y Clara Marina Brugada Molina, entonces candidata a la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México, por las otrora coaliciones “Sigamos Haciendo Historia” y “Sigamos Haciendo Historia en la Ciudad de México”, respectivamente, ambas integradas por los partidos Morena, del Trabajo y Verde Ecologista de México, no vulneraron lo dispuesto en los artículos 79, numeral 1, inciso b), fracción

I de la Ley General de Partidos Políticos; 96, numeral 1 y 127; 223, numeral 6, incisos b) y c) del Reglamento de Fiscalización, derivado de lo cual el procedimiento de mérito, debe declararse **infundado**, por lo que respecta al presente apartado.

4.3. Aportación de ente impedido por el uso de marcas registradas.

En el presente apartado se analizará lo relativo a la presunta aportación de ente impedido por el uso indebido de marcas registradas, en beneficio de Claudia Sheinbaum Pardo, entonces candidata a la Presidencia de la República; Ernestina Godoy Ramos y Omar Hamid García Harfuch, entonces personas candidatas al Senado de la República por el principio de mayoría relativa y Clara Marina Brugada Molina, entonces candidata a la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México, por la publicación de un video editado con elementos de la serie televisiva “FRIENDS”, y en el cual se identifican la imagen, nombre y cargo al que aspiraron las candidaturas denunciadas.

En ese sentido, previo a pronunciarse respecto de los hechos objeto de investigación, resulta pertinente precisar los tópicos siguientes:

- A.** Concepto de propaganda electoral.
- B.** Concepto de marca y su uso
- C.** ¿Qué es *political branding*?
- D.** Propaganda electoral integrada con marcas comerciales

A. Concepto de propaganda electoral.

El artículo 209, numeral 3 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales establece que los artículos promocionales utilitarios son aquellos que contengan imágenes, signos, emblemas y expresiones que tengan por objeto difundir la imagen y propuestas del partido político, coalición o candidato que lo distribuye.

Por su parte, el artículo 242, numeral 3, dispone que 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.

Asimismo, la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales define a la propaganda electoral en su artículo 242, numeral 3, como el conjunto de escritos,

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

B. Concepto de marca y su uso.

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, precisa que el derecho a la propiedad intelectual se relaciona con las creaciones de la mente: invenciones, obras literarias y artísticas, así como símbolos, nombres e imágenes utilizados en el comercio⁸.

En México, la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial y la Ley Federal de Derecho de Autor, son las leyes que regulan el derecho a la propiedad industrial y el derecho de autor, respectivamente.

En el Título Cuarto de la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial, se regulan las marcas, así como los avisos y nombres comerciales, definiendo en sus artículos 171 y 172, lo que debe entenderse por marca y lo que puede constituir una marca, en los términos siguientes:

“Artículo 171.- Se entiende por marca 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.”

“Artículo 172.- Pueden constituir una marca los siguientes signos:

I.- Las denominaciones, letras, números, elementos figurativos y combinaciones de colores, así como los hologramas;

II.- Las formas tridimensionales;

III.- Los nombres comerciales y denominaciones o razones sociales, siempre que no queden comprendidos en el artículo siguiente;

IV.- El nombre propio de una persona física, siempre que no se confunda con una marca registrada o un nombre comercial publicado;

V.- Los sonidos;

VI.- Los olores;

VII.- La pluralidad de elementos operativos o de imagen, incluidos, entre otros, el tamaño, diseño, color, disposición de la forma, etiqueta, empaque, decoración

⁸ OMPI. (2021). *¿Qué es la propiedad intelectual?*. Consultado el veinticinco de mayo de dos mil veintidós en https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_450_2020.pdf

*o cualquier otro que al combinarse, distingan productos o servicios en el mercado, y
VIII.- La combinación de los signos enunciados en las fracciones I a VI del presente artículo”*

En esa tesitura, una marca constituye todo signo visible que distinga productos o servicios de la misma especie o clase con otros existentes en el mercado y que puede ser de diversos tipos.

Ahora bien, el artículo 170 de la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial, dispone:

“Artículo 170.- Cualquier persona, física o moral, podrá hacer uso de marcas en la industria, en el comercio o en los servicios que presten. Sin embargo, el derecho a su uso exclusivo se obtiene mediante su registro en el Instituto.”

Por lo tanto, puede considerarse que una marca registrada, es aquella que se registra en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, a efecto de que el titular de ésta tenga el uso exclusivo sobre la misma.

En este sentido, el uso exclusivo es el máximo derecho que posee el titular de la marca registrada porque es el único que, lícitamente puede usar la marca en los productos o servicios indicados en el título de registro, y también es el único que puede permitir su uso por parte de un tercero⁹, u oponerse a que un tercero obtenga el registro de una marca o aviso comercial que sean idénticos o semejantes en grado de confusión, aplicados a los mismos o similares productos o servicios, asimismo, es quien podrá gravar o transmitir los derechos que confiere una marca registrada o los que deriven de la solicitud del registro de ésta¹⁰.

Por consiguiente, una marca registrada ante el Instituto de la Propiedad Industrial, además de otorgar al titular el uso exclusivo sobre los derechos, lo protege contra actos de terceros que atenten contra la propiedad industrial de marcas o que constituyan competencia desleal relacionada con la misma, dentro del territorio nacional.

Así también, el registro de una marca es indispensable para que colme la condición de distinguirla de otras, esto es, en cuanto a sus características debe ser diferente frente a las demás de la misma especie o naturaleza, bajo la premisa de que una

⁹ Véase artículo 243 de la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial.

¹⁰ Véase artículo 250 de la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial.

marca funciona como medio de protección tanto para el empresario, industrial o comerciante, como para el público consumidor, en el entendido de que una marca distintiva de otras (de igual o similar especie o clase) evita la competencia desleal en el mercado, que un tercero se beneficie de la fama que determinado signo tiene ante los consumidores para comercializar sus productos o servicios y previene el error al momento de seleccionar productos existentes en el mercado que pudieran causar las marcas idénticas o similares de igual especie.

En relación a lo anterior, cuando existen conductas que vulneran los derechos exclusivos de los titulares de las marcas registradas, el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial es el organismo competente, de conformidad con el artículo 5, fracción III de la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial, para realizar las investigaciones de presuntas infracciones administrativas; oír en su defensa a los presuntos infractores; conciliar los intereses de las partes involucradas cuando se lo soliciten; formular las resoluciones, emitir las declaraciones e imponer las sanciones administrativas correspondientes.

Asimismo, el artículo 386 de la Ley en comento, señala las diversas infracciones administrativas que se pueden cometer en contra de los derechos de los titulares de la propiedad industrial, como por ejemplo, la infracción relacionada con el uso de marca previamente registrada o semejante en grado de confusión como nombre comercial, denominación o razón social o nombre de dominio o como partes de éstos, de una persona física o moral cuya actividad sea la producción, importación o comercialización de bienes o servicios iguales o similares a los que se aplica la marca registrada, sin el consentimiento, manifestado por escrito, del titular del registro de marca o de la persona que tenga facultades para ello.

Ahora bien, respecto de infracciones del artículo 386 de la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial, relacionadas con el uso de marca previamente registrada, el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, realiza una serie de análisis para determinar si se acreditan las infracciones denunciadas por el titular de la marca.

C. ¿Qué es *political branding*?

El significado del término *brand* tiene su origen en la raíz escandinava o germánica que hacía referencia a marcar con fuego. Actualmente podemos usar este término en sentido figurado cuando hablamos de los atributos de un producto, que dejan

una impresión duradera en la mente del consumidor, que puede ser sujeto a la influencia de la publicidad o la propaganda¹¹.

El concepto *branding* inicia en la Revolución industrial, cuando las corporaciones crearon las marcas como una manera de incrementar sus ventas en zonas alejadas del lugar inmediato de producción.

La práctica actual del *branding* se apoya en cinco elementos: posicionamiento, historia, diseño, precio y relación con el consumidor¹².

Ahora bien, *political branding* (posicionamiento político o marca política) es una tendencia en la cual se han implementado estrategias del marketing (mercadotecnia de marcas) en la política. En ese contexto, la marca política puede ser definida como la aplicación crítica de conceptos, teorías y marcos tradicionales de marca a la política para proporcionar diferenciación de los competidores políticos e identificación entre la ciudadanía y entidades políticas, en donde la ciudadana votante puede verse en un contexto similar al de un consumidor en el mercado comercial.¹³

La marca política se trata de cómo el público percibe en general a una organización política o a un individuo, es decir, se enfoca en el sentimiento general, la impresión, la asociación o la imagen que el público tiene hacia un político, una organización política o una nación, ayudando al partido o candidatura a cambiar o mantener la reputación y el apoyo, crear un sentimiento de identidad con el partido o sus candidaturas y crear una relación de confianza entre las élites políticas y los consumidores; asimismo, facilita a los consumidores políticos comprender más rápidamente de qué se trata un partido o candidatura; y distinguir a una candidatura o partido de la competencia¹⁴.

En consecuencia, en nuestro país el concepto de *political branding* puede ser válidamente construido por los actores políticos, siempre y cuando dicha política no sea beneficio de marcas comerciales, personas famosas o *influencers*, para crear, posicionar y promover una candidatura a partir de la percepción de que tales marcas o personas apoyan a la candidatura.

¹¹ Silva, Bertha. (2011). *Reseña de ¿Qué es el branding?* del libro escrito por Healey, Mathew. (2009). Consultado en <https://www.redalyc.org/pdf/342/34218346006.pdf> el treinta de mayo de dos mil veintidós.

¹² Ídem.

¹³ Pich, C. (2012). *Evolution of Political Branding: Typologies, Diverse Settings and Future Research*. Consultado en http://irep.ntu.ac.uk/id/eprint/38033/1/1206480_Pich.pdf el treinta de mayo de dos mil veintidós.

¹⁴ Universidad de Auckland. (2010). *Political Branding*. Consultado en https://flexiblelearning.auckland.ac.nz/political_marketing/24.html el treinta de mayo de dos mil veintidós.

Lo anterior, toda vez que, en México, en el ámbito electoral, existe una prohibición expresa en la Ley General de Partidos Políticos que prohíbe a las personas morales, por sí o por interpósita persona y bajo ninguna circunstancia, realizar aportaciones en dinero o en especie, a los partidos políticos, aspirantes, precandidaturas o candidaturas a cargos de elección popular¹⁵, por lo tanto, la aportación en especie por parte de alguna persona moral titular de la marca utilizada constituiría la infracción de aportación de ente prohibido por la normatividad electoral.

D. Propaganda electoral integrada con marcas comerciales.

En principio, conforme a la libertad de expresión en materia política electoral, cualquier persona que participe como candidato en una contienda electoral tiene derecho a difundir o publicar comentarios, imágenes, videos o materiales, siempre que no se rebasen los límites constitucionales.

Así, en términos generales, los actores políticos tienen libertad para vestir, portar, emplear, utilizar, manejar o presentar objetos de cualquier marca comercial, como lo hace cualquier persona, sin que ello implique, en principio, la recepción de una aportación en especie.

No obstante, si el uso especial de algún bien, servicio u objeto comercial en la propaganda electoral, bajo ciertas características, puede calificarse como un acto de aprovechamiento de la reputación ajena o de uso indebido de marcas comerciales.

Al respecto, se considera que el comportamiento especial y distinto de aprovechamiento de una marca puede distinguirse y, por ende, contabilizarse como cualquier aportación, a partir de los elementos señalados por la Sala Superior en el Recurso de Reconsideración identificado con el número de expediente SUP-REC-887/2018 y acumulados, los cuales indican:

“(…)

- 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.*

¹⁵ Véase artículo 25, numeral 1, inciso i), con relación al artículo 54, numeral 1, inciso f) de la Ley General de Partidos Políticos.

En otras palabras, si una publicación contiene una marca aprovechada por su valor y no sólo 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 la persona que ostenta la candidatura, partido o actor político se autoidentifica 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) **Sistematicidad.** *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 sólo 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, la persona que

ostenta la candidatura se acompañe de objetos vinculados al tema y, por ende, que en las publicaciones aparezcan ciertas marcas.

En suma, existen elementos que permiten distinguir cuando 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. (...)

En este sentido, para efecto de determinar si existe un beneficio económico susceptible de cuantificarse a una campaña deberá acreditarse razonablemente lo siguiente:

- Que las publicaciones narradas constituyan propaganda electoral por contener alguno o algunos de los elementos referidos en el párrafo 3, del artículo 242 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.
- Que las publicaciones que cuentan con publicidad integrada tengan como resultado que sea imposible que el público haga una disociación de la publicidad comercial, de tal forma que sea susceptible de ser percibida como una unidad por parte del electorado. Esto es, que de la propaganda se desprenda una autoidentificación con las marcas, como aspecto central de su posicionamiento político.
- Que existe consentimiento o aprobación de los titulares de las marcas, nombres comerciales o imágenes, para la integración de la propaganda comercial con la electoral, ya sea de forma tácita o expresa.

Esto, en atención a que el hecho de que se tenga conocimiento del acto y no exista una acción eficaz para evitar su uso, como titulares del derecho de propiedad industrial, puede concluirse que se actualiza algún tipo de patrocinio a los candidatos por el consentimiento tácito de su uso y, por consiguiente, un beneficio, susceptible de una valoración económica, que tuvo como efecto incrementar su presencia ante el electorado.

- Que, en las circunstancias de aparición de la propaganda integrada, sea evidente la voluntad del actor político de presentarlas como estrategia política.
- Que en el contexto de las publicaciones se advierta una intención objetiva, manifiesta y sistemática de la persona que ostenta la candidatura de identificar

las marcas, nombres comerciales o imágenes, con la candidatura mediante su difusión o cobertura en redes sociales o diverso medio de comunicación.

Una vez precisado lo anterior, lo procedente es analizar el caso con base en las consideraciones anteriores:

El video objeto de la denuncia, a decir del quejoso, constituye un aprovechamiento indebido por los sujetos incoados al constituir propaganda electoral integrada, contiene la característica de que se encuentra editado con elementos introductorios de la serie televisiva FRIENDS, como se aprecia en la siguiente imagen:



En este contexto, la Unidad Técnica de Fiscalización llevó a cabo diversas diligencias con la finalidad de obtener mayores elementos de convicción a partir de los indicios aportados con la denuncia, entre las que destaca el requerimiento a la Oficialía Electoral de este Instituto con el propósito de verificar la existencia y contenido, entre otros, del URL aportado que contiene el video denunciado, obteniendo su descripción:

“(…)

Del vínculo electrónico se visualiza la página denominada "TikTok" en la que se encuentra a la usuaria "claudiasheinbaum", así como una publicación en donde se lee: "Hoy les presento con la épica intro de #Friends al equipo que ganará en la CDMX. #friendship #amigos #goals #friendshipgoals #sheinbaum #ganadores #tiktoklatam", misma que aloja un video con duración de treinta y tres segundos(00:00:33), en el que se escucha música y se visualizan cuatro (4) personas de ambos géneros reunidos en espacio cerrado, entre ellos destaca Claudia Sheinbaum Pardo, se les observa reír en varias ocasiones, además de advertir el siguiente texto a lo largo de la reproducción del mismo: "Claudia Sheinbaum CANDIDATA A LA PRESIDENCIA", "Clara Brugada CANDIDATA A JEFA DE GOBIERNO", "Ernestina Godoy CANDIDATA A SENADORA "y" Omar Hamid García Harfuch CANDIDATO A SENADOR"; al final del video las cuatro (4) personas gritan en coro: "Somos un equipazo" y posteriormente se ve un fondo gris con el texto: "2 DE JUNIO VOTA CLAUDIA SHEINBAUM PRESIDENTA CANDIDATA DE LA COALICIÓN SIGAMOS HACIENDO HISTORIA", "morena La esperanza de México HONESTIDAD, RESULTADOS Y AMOR AL PUEBLO". De lo anterior, destacan las siguientes referencias: "17.4 K" reacciones, "864" comentarios, "622", guardados y "2323" veces compartido".

En ese sentido, de lo anterior se desprende que en la cuenta de la red social TikTok de la otrora candidata Claudia Sheinbaum Pardo, fue publicado un video el cual se encuentra editado con el "intro" de la serie Friends, y en el que aparecen los nombres de Claudia Sheinbaum Pardo, Omar Hamid García Harfuch, Ernestina Godoy Ramos y Clara Marina Brugada Molina, a modo de presentación.

Así, en atención al principio de exhaustividad, el cual implica estudiar todos y cada uno de los puntos integrantes de las cuestiones o pretensiones sometidas al conocimiento de la autoridad electoral responsable, y no únicamente un aspecto concreto, corresponde pronunciarse respecto a que si los sujetos incoados tuvieron algún beneficio por el presunto aprovechamiento de la "imagen" de la marca registrada de la serie de televisión FRIENDS.

En ese sentido, se solicitó información al Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, respecto de la marca FRIENDS relacionada con el conglomerado multinacional señalado por el quejoso, así como de posibles registros marcarios y transgresiones al uso exclusivo de la marca señalada.

Derivado de lo anterior, la Subdirección Divisional de Representación del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial mediante oficio DDAJ.2024.3536, señaló de manera medular lo siguiente:

- De la búsqueda en Sistema de Gestión de Marcas (SIGMAR), respecto de la denominación FRIENDS en la clase 41 internacional, no se advirtió algún registro o publicación de signo distintivo vigente por la empresa aludida por el quejoso.
- No se advierte que los sujetos incoados sean licenciatarias autorizadas del registro marcario o publicación de signo distintivo alguno, incluyendo el conformado por la denominación FRIENDS.
- Que para determinar el uso de una marca de forma idéntica y/o semejante en grado de confusión, a una marca registrada, es menester que el titular del derecho de propiedad industrial en cuestión, presente la correspondiente solicitud de declaración administrativa de infracción.
- No se advierten elementos suficientes que pudieran constituir una infracción administrativa respecto del video denunciado, ya que no se ofrecen productos o servicios que sean protegidos por el o los registros marcarios de un tercero, y tampoco se perciben elementos suficientes que pudieran calificar una conducta como competencia desleal ya que no se puede desprender de dicho video el ejercicio de actividades industriales o mercantiles relacionados con la prestación de un servicio o la venta de un producto.

Posteriormente se solicitó al Instituto Nacional del Derecho de Autor que informara si dentro de los archivos de ese instituto se encontraba registrada o en proceso de registro la obra cinematográfica, musical y audiovisual contenida en el video proporcionado, así como los datos de identificación de la persona física y/o moral, titular de los derechos de autor, año de registro y si se encontraba registrada licencia de uso de los personajes del elenco de la serie de televisión FRIENDS, así como la música y característica cinematográficas y audiovisuales del video referido.

Al respecto, la Dirección del Registro Público del Derecho de Autor informó que de la búsqueda realizada en la base de datos no se encontraron registros de inscripción alguna relativa a alguna licencia o uso de los personajes del elenco de la serie de televisión FRIENDS, además señaló que dicho instituto no cuenta con facultades para hacer determinaciones relativas a presuntas infracciones de derechos de autor, lo anterior con fundamento en los artículos 162 de la Ley Federal del Derecho de Autor y 57 del Reglamento de la Ley Federal del Derecho de Autor.

Por tanto, sin el ánimo de que esta autoridad electoral invada competencias ni ejerza atribuciones propias del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, atendiendo al

principio de exhaustividad se analizará la *política brandig* utilizada por los sujetos incoados estuvo vinculada con la marca FRIENDS, lo cual en la especie constituiría una infracción en materia electoral.

Al respecto del video objeto de denuncia del procedimiento de mérito, y en el cual el denunciante basa su pretensión, para afirmar que existió por parte de los sujetos incoados un aprovechamiento indebido de la marca registrada FRIENDS, debe decirse:

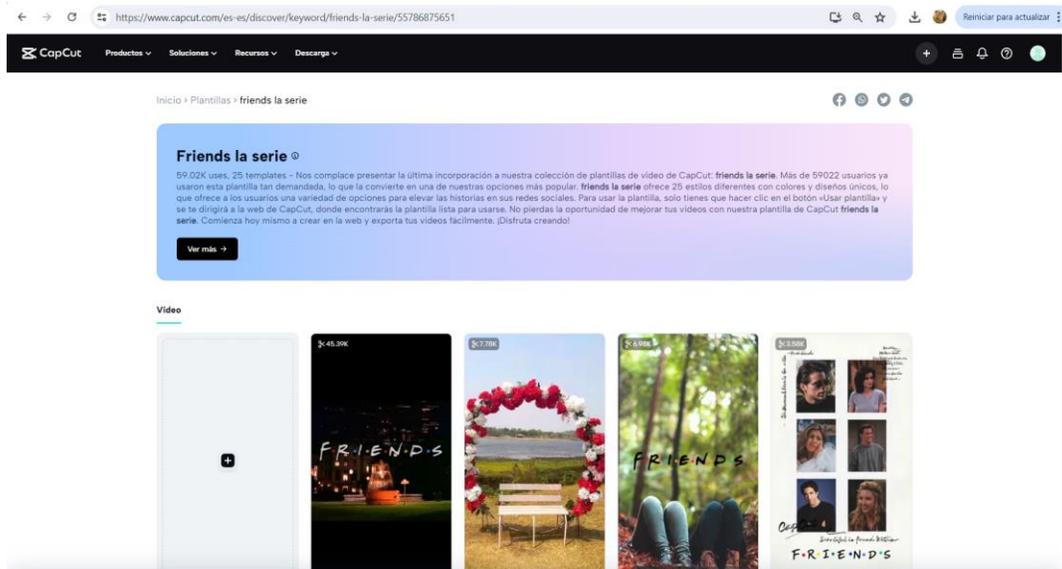
- Los productos y servicios que distingue la marca denominada FRIENDS no guardan relación con propaganda electoral.
- La marca FRIENDS está dirigida al público, de cualquier edad que guste de la serie de televisión estadounidense, mientras que el video publicado en la cuenta de la red social TikTok de la otrora Candidata Claudia Sheinbaum Pardo estuvo enfocado al electorado a nivel Nacional y Ciudad de México.

Ahora bien, por su parte el Partido Morena, así como Claudia Sheinbaum Pardo, Omar Hamid García Harfuch, Ernestina Godoy Ramos y Clara Marina Brugada Molina manifestaron que entre las redes sociales TikTok e Instagram existen convenios y acuerdos que permiten que el contenido auditivo esté presente en las redes sociales y pueda ser utilizado, por lo tanto, de ninguna manera trasgrede los derechos de autor o un uso indebido de imagen. Además, señalan que dentro del menú de la aplicación TikTok se encuentra la posibilidad de usar diversos audios sin que sea una aportación de alguien en específico, ya que únicamente se está participando en las dinámicas virtuales que la contemporaneidad da pie. Aunado a que al ingresar a la aplicación de TikTok se puede apreciar la existencia del botón de la aplicación “CapCut” la cual es utilizada por los usuarios para editar videos mediante diversas plantillas.

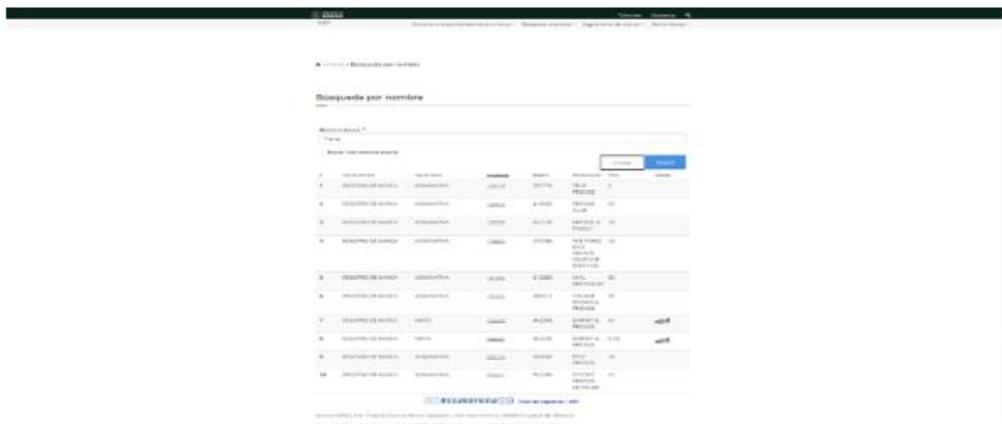
Derivado de lo anterior, se realizó una búsqueda relacionada con la funciones de la aplicación CapCut, donde se advirtió que es una plataforma de edición de videos para redes sociales, al alcance del público, de manera gratuita.

Asimismo, se asentó constancia de las plantillas con las que cuenta la aplicación denominada CapCut relativas a la serie de televisión FRIENDS, localizando un total de 25 plantillas coincidentes con distintos diseños y audios relativos a la serie de

televisión FRIENDS, las cuales pueden ser utilizadas para editar videos mediante diversas plantillas temáticas, tal como se aprecia en la siguiente imagen:



De manera adicional, de las constancias que integran el procedimiento en que se actúa, esta autoridad hizo constar que de la búsqueda realizada en el portal MARCANET se obtuvo que existe un total de 934 registros de marca que en su denominación es coincidente con la marca FRIENDS.



Siguiendo con la línea de investigación, se solicitó a TikTok PTE LTD información respecto del video objeto de estudio de la presente resolución, publicado en la cuenta oficial de Claudia Sheinbaum Pardo, referente a si se contó con publicidad pagada, y en caso de ser afirmativo proporcionase el periodo de campaña publicitaria, monto de la publicidad, nombre de la persona que pagó por la campaña, así como si existe algún convenio entre las aplicaciones CapCut y TikTok para el uso de diversas plantillas para la edición de videos.

Al respecto TikTok PTE LTD en su escrito contestación manifestó que el video publicado en la cuenta de TikTok de la otrora candidata Claudia Sheinbaum Pardo, no fue difundido como publicidad pagada a través de la plataforma, asimismo que TikTok no opera ni tiene injerencia sobre la plataforma CapCut, de manera que los datos están fuera del alcance de la información que podría divulgar.

De esta forma y una vez valoradas las pruebas en conjunto y atendiendo a las reglas de la lógica, la experiencia y de la sana crítica, así como a la valoración de los hechos materia del procedimiento se puede concluir fácticamente lo siguiente:

- Se advirtió la existencia de 934 registros en la plataforma de MARCANET, coincidentes con la marca FRIENDS.
- Los sujetos incoados no cuentan con licencia autorizada para el uso de la marca registrada FRIENDS, así como tampoco para el uso de los personajes del elenco de la serie de televisión estadounidense FRIENDS.
- De acuerdo con la información proporcionada por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial la empresa señalada por el quejoso no cuenta con registro o publicación de signo distintivo vigente conformado tal cual por la denominación FRIENDS.
- El video objeto de estudio del procedimiento de mérito, publicado desde la cuenta de TikTok de Claudia Sheinbaum Pardo, el cual cuenta con edición de la intro de la serie FRIENDS y en el que aparecen Omar Hamid García Harfuch, Ernestina Godoy Ramos y Clara Marina Brugada Molina, fue creada mediante el uso de plantillas de la aplicación denominada CapCut, la cual es una plataforma que crea y edita videos mediante diversas plantillas temáticas, con el propósito de difundirlos en redes sociales.
- Que la aplicación CapCut cuenta con 25 plantillas con ediciones de la serie televisiva FRIENDS, las cuales pueden ser utilizadas por cualquier usuario y

publicar dichos videos en sus redes sociales, sin que ello implique un uso indebido de marcas registradas.

En resumen, esta autoridad concluye la inexistencia de aportación de ente impedido en beneficio de los sujetos incoados; ya que el video fue elaborado con herramientas tecnológicas preestablecidas, al alcance de los usuarios de redes sociales, con las que se facilita la creación de contenidos de manera orgánica sin que ello implique una vulneración en materia de derechos de autor o uso indebido de marcas comerciales.

En consecuencia, se concluye que los partidos políticos Morena, del Trabajo y Verde Ecologista de México y su entonces personas candidatas a la Presidencia de la República, Claudia Sheinbaum Pardo; Ernestina Godoy Ramos y Omar Hamid García Harfuch, al Senado de la República por el principio de mayoría relativa y Clara Marina Brugada Molina, a la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México, no vulneraron lo dispuesto en los artículos 25, numeral 1, inciso i) en relación con el 54, numeral 1; 223, numeral 6, inciso d) del Reglamento de Fiscalización, derivado de lo cual el procedimiento de mérito, debe declararse **infundado**, por lo que hace al presente apartado.

4.3 Rebase de topes de campaña.

Por lo que hace al presunto rebase de topes de gastos de campaña en el marco del Proceso Electoral Concurrente 2023-2024, es de importancia señalarse que el procedimiento de revisión de informes de campaña constituye un procedimiento complejo de fiscalización, auditoría y verificación, cuya actividad arroja hechos probados en cuanto a la determinación exacta de los gastos de campaña y en el que se reflejan los ingresos y erogaciones declaradas por los sujetos fiscalizados dentro de determinado periodo; así como, aquellos obtenidos o elaborados por la Unidad Técnica de Fiscalización.

Consecuentemente, al momento de emitirse la aprobación del Dictamen Consolidado correspondiente, se determinará si existió vulneración alguna relacionada con las cifras finales de los informes de los sujetos obligados y, en su caso, si se actualiza una infracción en materia de tope de gastos de campaña

En atención a los Antecedentes y Considerandos vertidos, y en ejercicio de las atribuciones que le confieren a este Consejo General los artículos 35, numeral 1; 44, numeral 1, incisos j), y aa) de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, se:

RESUELVE

PRIMERO. Se declara **infundado** el presente procedimiento administrativo sancionador electoral instaurado en contra de Claudia Sheinbaum Pardo, entonces candidata a la Presidencia de la República; Ernestina Godoy Ramos y Omar Hamid García Harfuch, entonces personas candidatas al Senado de la República por el principio de mayoría relativa y Clara Marina Brugada Molina, entonces candidata a la Jefatura de Gobierno de la Ciudad de México, por las otrora coaliciones “Sigamos Haciendo Historia” y “Sigamos Haciendo Historia en la Ciudad de México”, respectivamente, ambas integradas por los partidos Morena, del Trabajo y Verde Ecologista de México, de conformidad con lo expuesto en el **Considerando 4** de la presente Resolución.

TERCERO. Notifíquese electrónicamente a los partidos los Partidos Morena, del Trabajo y Verde Ecologista de México, así como a Claudia Sheinbaum Pardo, Ernestina Godoy Ramos, Omar Hamid García Harfuch y Clara Marina Brugada Molina a través del Sistema Integral de Fiscalización, de conformidad con el artículo 8, numeral 1, inciso f) del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización.

CUARTO. En términos de lo dispuesto en el artículo 40 de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en Materia Electoral el recurso que procede en contra de la presente determinación es el denominado "recurso de apelación", el cual según lo previsto en los numerales 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.

**CONSEJO GENERAL
INE/P-COF-UTF/582/2024**

QUINTO. Se instruye a la Dirección Jurídica para que haga del conocimiento al Tribunal Electoral de la Ciudad de México y a la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación el contenido de la presente resolución, remitiendo para ello copia certificada de la misma en medio magnético, de conformidad con el artículo 40, numeral 3 del Reglamento de Procedimientos Sancionadores en Materia de Fiscalización.

SEXTO. 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 22 de julio de 2024, por votación unánime de las y los Consejeros Electorales, Maestro Arturo Castillo Loza, Norma Irene De La Cruz Magaña, Doctor Uuc-kib Espadas Ancona, Maestro José Martín Fernando Faz Mora, Carla Astrid Humphrey Jordan, Maestra Rita Bell López Vences, Maestro Jorge Montaña Ventura, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas, Maestro Jaime Rivera Velázquez, Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez y de la Consejera Presidenta, Licenciada Guadalupe Taddei Zavala.

**LA CONSEJERA PRESIDENTA
DEL CONSEJO GENERAL**

**LA ENCARGADA DEL DESPACHO
DE LA SECRETARÍA
DEL CONSEJO GENERAL**

**LIC. GUADALUPE TADDEI
ZAVALA**

**MTRA. CLAUDIA EDITH SUÁREZ
OJEDA**