

**Versión estenográfica de la sesión extraordinaria del Consejo General del Instituto Nacional Electoral, llevada a cabo en la Sala de Sesiones del mismo Instituto.**

**Ciudad de México, a 23 de agosto de 2018.**

**El C. Presidente:** Damos inicio a la sesión extraordinaria del Consejo General que fue convocada al término de la sesión ordinaria recién concluida, razón por la cual le pido al Secretario del Consejo verifique si tenemos quórum para sesionar legalmente.

**El C. Secretario:** Consejero Presidente, para efectos de la sesión extraordinaria del Consejo General de esta fecha, hay una asistencia inicial de 19 Consejeros y representantes, por lo que existe el quórum para su realización.

**El C. Presidente:** Gracias Secretario del Consejo.

Le pido que continúe con la sesión, por favor.

**El C. Secretario:** Consejero Presidente, me permito solicitar su autorización para que esta Secretaría consulte si se dispensa la lectura de los documentos que se hicieron circular previamente, con el propósito de evitar la votación de permiso correspondiente y así entrar directamente a la consideración de los asuntos.

**El C. Presidente:** Secretario del Consejo, por favor, proceda a formular la consulta sobre la dispensa que propone.

**El C. Secretario:** Señoras y señores Consejeros Electorales, está a su consideración la propuesta para que se dispense la lectura de los documentos que contienen los asuntos previamente circulados, y así entrar directamente a la consideración de los mismos, en su caso.

Los que estén por la afirmativa, sírvanse levantar la mano, por favor.

Aprobada, Consejero Presidente.

**El C. Presidente:** Gracias, Secretario del Consejo.

Por favor, continúe con la sesión.

**El C. Secretario:** El siguiente asunto se refiere al orden del día, Consejero Presidente.

**El C. Presidente:** Señoras y señores Consejeros y representantes, consulto a ustedes si hay alguna intervención respecto del orden del día.

De no haberla, Secretario del Consejo en votación económica consulte si dicho orden del día, es de aprobarse.

**El C. Secretario:** Señoras y señores Consejeros Electorales, en votación económica se consulta si se aprueba el orden del día.

Los que estén por la afirmativa, sírvanse levantar la mano, por favor.

Aprobado, Consejero Presidente.

**El C. Presidente:** Muchas gracias, Secretario del Consejo.

Le pido que dé cuenta del primer punto del orden del día.

**El C. Secretario:** El primer punto del orden del día, es el relativo al Proyecto de Acuerdo del Consejo General del Instituto Nacional Electoral, por el que se da cumplimiento a la sentencia de la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, recaída a los recursos de reconsideración SUP-REC-887/2018 y acumulados, interpuestos por el Partido Revolucionario Institucional y otros, en contra de la Resolución INE/CG1087/2018, respecto del Procedimiento Administrativo Sancionador de queja en materia de fiscalización número INE/Q-COF-UTF/539/2018 y su acumulado INE/Q-COF-UTF/646/2018.

**El C. Presidente:** Gracias, Secretario del Consejo.

Tiene el uso de la palabra el Consejero Electoral **Ciro Murayama**.

**El C. Doctor **Ciro Murayama Rendón**:** Gracias, Consejero Presidente.

El pasado 6 de agosto resolvimos 434 quejas en materia de fiscalización entre las que se encontraban 2 procedimientos contra candidaturas de Movimiento Ciudadano y Acción Nacional, al Senado en Nuevo León.

Las denuncias que fueron interpuestas por el Partido Revolucionario Institucional versaban sobre el uso de diversas marcas y personajes famosos para posicionar políticamente a los candidatos, y por ello se solicitaba a esta autoridad la cuantificación de dicho uso.

Lo que hicimos fue seguir los criterios aplicados en otros casos similares, y en la queja en contra de Samuel Alejandro García, Candidato de Movimiento Ciudadano, esta autoridad adjudicó 3 mil 957 pesos por el costo de personalización y compra de 3 playeras deportivas, y se sumó a sus gastos.

Y en el caso de Víctor Oswaldo Sánchez Solís, postulado por el Partido Acción Nacional, resultó...

**Sigue 2ª. Parte**

## **Inicia 2ª. Parte**

... compra de 3 playeras deportivas y se sumó a sus gastos.

Y en el caso de Víctor Oswaldo Sánchez Solís, postulado por el Partido Acción Nacional resultó infundada porque los gastos sí estaban reportados en el Sistema Integral de Fiscalización (SIF).

Estas decisiones fueron impugnadas ante el Tribunal Electoral y la Sala Superior decidió en ambas, que los denunciados se apropiaron indebidamente de marcas comerciales al vincularlas con la propaganda electoral de sus candidaturas y al generar la percepción de afinidad o autoidentificación de los titulares o propietarios de las marcas con sus ideas, propuestas o actos.

También se consideró que el uso representó un beneficio económico a las campañas electorales, gasto susceptible de cuantificarse y sumarse al tope respectivo.

Se nos ordenó entonces cuantificar el beneficio económico respecto a la ventaja que otorga el aprovechamiento de la reputación de marcas.

Además, actualizar los montos totales de ingresos y gastos de los Dictámenes respectivos y concluir si había o no algún rebase en los topes de Gastos de Campaña.

La Unidad Técnica de Fiscalización presenta este Proyecto de Acuerdo en estricto cumplimiento a lo ordenado por la Sala Superior; la decisión del Tribunal Electoral implica que los candidatos incurrieron en una conducta inapropiada, ya que de conformidad con lo asentado en la sentencia, en plenitud de jurisdicción la Sala Superior las calificó como aportaciones prohibidas por la norma, no se nos ordena sancionar, aun cuando se haya identificado una irregularidad y por ello, aunque se tenga acreditada la aportación de ente prohibido no se sancionará esta conducta, además cuando se exoneró a las personas morales de responsabilidad alguna.

Por otro lado, se ordenó al Instituto Nacional Electoral que cuantificara el monto del beneficio para los candidatos.

La fiscalización y en específico, la determinación del valor de un gasto no reportado de conformidad con lo establecido en el artículo 27 del Reglamento de Fiscalización señala que se debe regir por un conjunto de factores objetivos y una metodología uniforme que pueda ser aplicada en todos los casos, así siempre se identifica el tipo de bien y servicio y sus condiciones de uso, se recopila información sobre el costo de dicho bien para construir una matriz de precios, de la cual se tomará el valor más alto como elemento para determinar el monto no reportado.

De esto se desprende que el beneficio en todos los casos se identifica y cuantifica en función de los flujos monetarios a las campañas, ya sea como ingresos o gastos y en

caso de que alguno no deba ser cuantificado por la Unidad, debe estar sustentado en la existencia de un ingreso o gasto tangible.

Para decirlo de otra forma, sin flujos no hay ingresos, no hay gastos.

La Unidad requirió información a las redes sociales Facebook o Instagram en las que estuvieron alojadas las publicaciones, motivo del acatamiento en particular sobre los posibles gastos relacionados con las ligas denunciadas, el número según seguidores y de quienes interactuaron con el perfil de los candidatos.

Facebook atendió la solicitud de esta autoridad y por escrito nos informó que no puede proporcionar datos, acerca de si las personas vinculadas a la cuenta o si por las interacciones se recibió algún recurso, pero se explica en lo que nos da la red social que los perfiles creados y las respuestas generadas por los usuarios en los que se involucra esta publicidad, tienen un comportamiento orgánico, es decir, no hay costo alguno en las redes.

Es decir, sí se puede pagar en las redes como aquí...

**Sigue 3ª. Parte**

### **Inicia 3ª. Parte**

... tienen un comportamiento orgánico, es decir, no hay costo alguno en las redes.

Es decir, sí se puede pagar en las redes como aquí hemos determinado en distintos momentos, pero no es caso en estas publicaciones.

Así que no es factible medir el impacto económico de una publicación de forma certera y tampoco asignarle un costo o pago de manera objetiva, aun así como se trata de un acatamiento la Unidad nos propone una metodología con los datos de los que sí disponemos, es decir, el número de interacciones por cada publicación, tal como instruyó la Sala Superior.

No obstante no contamos con un costo para las reacciones o comentarios de propaganda integrada, de esta forma se considera que un método de objetivo es definir un costo promedio por seguidor en redes sociales, de manera que se buscó para cada una de las candidaturas al Senado en la entidad en número de seguidores de las páginas de Facebook y cuentas de Instagram. Se encontraron 1 millón y medio de seguidores en Facebook y 125 mil en Instagram.

Por otro lado se considera que el gasto reportado en propaganda en Internet por las mencionadas candidaturas en los Dictámenes, suman 9.9 millones de pesos, así tenemos un factor de costo certero en el ámbito geográfico determinado que es Nuevo León.

Dividiendo, entonces el monto de gasto reportado en el rubro, páginas de Internet donde están las redes sociales, entre el total de seguidores se encuentra un costo promedio o una inversión promedio por seguidor durante las campañas que asciende a 6.04 pesos, este costo multiplicado por las reacciones y comentarios obtenidos con los mensajes donde se hace uso indebido de las marcas, da como resultado el monto de beneficio para cada una de las publicaciones.

Esta metodología que no corresponde a lo que está establecido en el Reglamento, se aplica en este caso por orden de la Sala Superior y no debería de ser un precedente para otras fiscalizaciones, en virtud de que ya hay una norma firme que siempre se aplica.

Con estos elementos y considerando que lo que no señala el Tribunal Electoral, resulta en la adjudicación de 196 mil 602 pesos para Samuel García y 143 mil 500 pesos para Víctor Solís por el beneficio de la propaganda integrada.

Se trata entonces, de todas las interacciones que se dieron en las imágenes que difundieron con las camisetas de futbol, con las caricaturas que calificó el Tribunal Electoral.

Nosotros siempre hemos dicho que en las redes sociales somos totalmente liberales, libertarios en la libertad de expresión precisamente, pero muy rigurosos con el uso del dinero, aquí no hubo uso del dinero directamente en redes sociales, pero si este beneficio económico que nos mandata determinar el Tribunal Electoral.

Gracias.

**El C. Presidente:** Gracias, Consejero Electoral Ciro Murayama.

Tiene el uso de la palabra el Licenciado Juan Miguel Castro Rendón, representante de Movimiento Ciudadano.

**El C. Licenciado Juan Miguel Castro Rendón:** Gracias, Consejero Presidente.

Estamos frente a un acatamiento de la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.

Si bien no compartimos el sentido de esta Resolución, somos respetuosos de la misma. En este caso, y ante lo que propone la Unidad Técnica, la Comisión de Fiscalización, solo solicitamos que se incluya en cuanto a la...

**Sigue 4ª. Parte**

## **Inicia 4ª. Parte**

... de la misma. En este caso, y ante lo que propone la Unidad Técnica, la Comisión de Fiscalización, solo solicitamos que se incluya que en cuanto a la de Samuel Alejandro García Sepúlveda, de los considerandos, la investigación que realizó la Unidad Técnica de Fiscalización en cuanto a la consulta que hizo a cada una de las marcas y que hizo el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, para abundar en cuanto a la exhaustividad del Instituto.

Es cuanto, Consejero Presidente.

**El C. Presidente:** Gracias, señor representante.

Tiene el uso de la palabra el Licenciado Eduardo Aguilar, representante del Partido Acción Nacional.

**El C. Licenciado Eduardo Ismael Aguilar Sierra:** Muchas gracias, Consejero Presidente.

Muy buenas tardes de nueva cuenta a todas y a todos.

Por supuesto, primero, como siempre somos muy respetuosos de las determinaciones del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, así como de este Instituto Electoral, sabemos que éste es un acatamiento. No dejo de considerar la extrañeza que encausa la sentencia de la Sala Superior; parte de una falsa premisa que la utilización, por ejemplo, de alguna playera de fútbol de cualquier equipo deba ser por si motivo de cuantificación, y en esta lógica tenemos que el candidato del Partido Revolucionario Institucional, Jorge Mendoza, utilizó también playeras de fútbol junto con su compañera de fórmula, también tenemos la compañera de fórmula Martha Santos.

Bueno, peor aún, el candidato de MORENA es luchador profesional; parecería que él también tiene una marca que es Álvaro "5X", que es a lo que él se dedica de manera profesional y, por tanto, entonces también es él mismo una marca. Es como si algún luchador llámese Blue Demon, Octagón, fueran candidatos, bueno que ésa fuera la marca, es el mismo caso, Álvaro MX es una, 5X, es una marca, en todo caso también debe ser considerada y él es uno de los propios actores en este juicio.

Incluso aquí se señala también que hay una imagen de él hasta con una botarga del hoy Presidente electo; aquí hay otra imagen donde sale Álvaro Suárez con el Presidente Electo, los 2 con la camisa de la selección mexicana de fútbol, en el marco de la competencia mundial de FIFA (Fédération Internationale de Football Association), y con un díptico, además, que fue entregado con el calendario.

Ejemplos de éstos tengo varios, bueno, ustedes reconocerán que acaban de quitarle al Partido Acción Nacional las candidaturas de Guadalupe y de Monterrey, y cabe señalar que a la que acaban de dar la constancia por parte del Partido Revolucionario

Institucional, Cristina Díaz, en Guadalupe, también sale con las playeras; qué decir del propio Cuauhtémoc Blanco que un día sí y otro también, también salía con las playeras correspondientes, también la compañera de fórmula de MORENA Judith Díaz con la playera, incluso del equipo de fútbol Tigres, por el cual se nos está sancionando.

No deja de extrañarnos esta Resolución, pero yo celebro y comparto la compleja labor que tuvo el Instituto para en pocos días, horas, realizar una Resolución como ésta y poder hacer un ejercicio de cuantificación del gasto. Y nos parece loable y prudente lo que han hecho, simplemente me permitiría someter a su consideración agregar 2 párrafos en los apartados de antecedentes, mismos que me permitiré circular a ustedes; uno de ellos es en el que se solicita, ya como lo ha comentado también el representante de Movimiento Ciudadano, que se solicite se...

**Sigue 5ª. Parte**



## **Inicia 5ª. Parte**

... mismos que me permitiré circular a ustedes, uno de ellos es en el que se solicita, ya como lo ha comentado también el representante de Movimiento Ciudadano, que se solicite se Informe en el propio Proyecto de Acuerdo, que este Instituto hizo una serie de requerimientos, y aquí señalo los números de requerimientos que hizo el Instituto, para que se pongan en el propio documento.

Y también el día 22 de agosto, nuestro Senador electo, Víctor Fuentes Solís, presentó a la Unidad Técnica de Fiscalización una opinión técnica firmada por un perito en la materia, en la cual también solicitaría solamente tal cual se dé cuenta de haber presentado este escrito simplemente en los antecedentes. Es decir, uno, que se Informe que se hicieron requerimientos, que se hicieron diligencias, primero.

Y segundo, que nuestro candidato presentó un escrito en la parte de antecedentes.

Muchas gracias.

**El C. Presidente:** Gracias, señor representante.

Tiene el uso de la palabra la Consejera Electoral Alejandra Pamela San Martín.

**La C. Licenciada Alejandra Pamela San Martín Ríos y Valles:** Muchas gracias Consejero Presidente.

Empezaré diciendo que voy a acompañar el sentido de los Proyectos que se presentan a este Consejo General, porque me parece que son de estricto acatamiento a lo ordenado por la Sala Superior.

No obstante, debo manifestar un total desacuerdo con lo ordenado por la Sala Superior; me parece que si bien el caso de uso de marcas lo discutíamos en este Consejo General el día que se resolvieron todas las quejas y procedimientos, y analizábamos que tal vez era importante darnos un espacio para pensar, para reflexionar qué tratamiento debíamos darle.

Me parece que hay una gran diferencia entre reflexionar qué tratamiento se le tiene que dar a una situación que se advierte como un problema que se puede estar presentando, y que nos lleva a establecer reglas y criterios a futuro para poder atender una situación de esta naturaleza, a decidir de un momento a otro, ante 2 casos concretos de cantidad de casos, porque los casos que ahora ponía el representante de Acción Nacional son los casos donde se identificaron en distintos lugares, por ejemplo, el tema de portar las playeras, pero incluso este Consejo General conoció de otros casos de quejas presentadas precisamente por el uso de marcas.

Entonces, lo que advertimos es que es una práctica que se ha dado por parte de muchos de los contendientes, y me parece que, si la autoridad tiene que garantizar

algo, es un tratamiento parejo, es un tratamiento igualitario a todos los contendientes, y también una certeza respecto a qué medidas son las permitidas, y cuáles no son las permitidas. Y lo digo porque de pronto esta sentencia de la Sala Superior genera un nuevo tipo administrativo, porque hay una aportación en especie en la que resulta que el aportante no aportó, pero el aportado sí se benefició, pero no es claro cómo se benefició porque resulta que tuvo en beneficio derivado de la apropiación de una marca.

Pareciera que estamos confundiendo la adquisición que está para tiempos en radio y televisión con la aportación de un ente prohibido, y esto, me parece que como precedente puede ser bien peligroso, y bien peligroso también para el ejercicio de libertades, bien peligroso porque qué significa un beneficio ¡Híjole!, si un actor o una actriz de enorme prestigio, un deportista de enorme prestigio, resulta que osa apoyar a un candidato o a una candidata en su red social y dice: “mi gallo es tal”, o “yo estoy con ella”...

**Sigue 6ª. Parte**

## Inicia 6ª. Parte

... un deportista de enorme prestigio, resulta que osa apoyar a un candidato o a una candidata en su red social y dice: “mi gallo es tal”, o “yo estoy con ella”.

¿Eso ya se convierte en un beneficio cuantificable? No, bueno, entonces, ¿qué?, ¿ahora los candidatos van a querer que nadie los apoye, o que nadie les exprese su apoyo? O ¿dónde está el límite?, lo que me preocupa es dónde están los límites para este tipo de medidas, y eso es algo que no se está planteando.

Va más allá de este caso concreto en el que, pues con malabares me parece la Unidad de Fiscalización logró encontrar un mecanismo para poder cuantificar el beneficio de una forma razonablemente objetiva, porque de pronto nos dice la sentencia: no lo cuantifiques a costo comercial, digo, me parece que sería un exceso el costo comercial, pero, bueno, al menos el costo comercial, es el costo objetivo.

No uses ese costo objetivo, pero utiliza las características que pueden existir, bueno, estas son iguales, sí se genera una situación muy compleja, y que me parece que es atinado en el Proyecto de Acuerdo dejar muy claro que, en este caso, no estamos estableciendo un precedente que se utilizará para casos futuros sino estamos acatando en sus términos una orden que nos dio el Tribunal Electoral, como orden del Tribunal Electoral.

No es este Consejo General quien está definiendo que hubo una apropiación de marca y propaganda integrada a través de un beneficio que no sabemos muy bien cómo se obtuvo, eso no lo está diciendo este Consejo General, este Consejo General está acatando una sentencia que impone determinar un beneficio, cuantificar un beneficio para efecto de sumarlo a topes.

Y en ese sentido, lo único que sí me parece que es importante en el Proyecto de Acuerdo es fortalecer la motivación en cuanto a la justificación de por qué se usa este criterio.

¿A qué me refiero, por qué se usa? Creo que hay razones objetivas para utilizar este criterio porque además como toda la publicidad se dio en redes sociales, esta es una forma de tomar en cuenta, digamos, como un marketing político en redes sociales, entonces, fortalecer estos parámetros a través de la motivación para que quede claro por qué fue este el mecanismo que se empleó y no uno distinto, porque el margen que dejó abierto la Sala Superior fue un margen muy amplio y al mismo tiempo muy indeterminado, entonces, me parece que sería importante utilizar estos, fortalecer los argumentos en esta parte de la metodología para cuantificar el beneficio por el aprovechamiento de la reputación de una marca en el marco de las redes sociales está, digamos, motivar esto.

Y un segundo elemento que me parece que es importante, por las características de este caso, se le está dando en un punto un tratamiento distinto a lo que se le daría a cualquier otra aportación de ente prohibido.

En una aportación de ente prohibido, además de cuantificar el beneficio, se impondría una sanción a quien incurrió en esa falta, y en este caso, se está cuantificando pero no se está sancionando.

Me parece que sería indispensable justificar por qué no se sanciona, creo que hay buenas razones para no imponer una sanción, la primera y creo que tal vez es la primordial, pues porque nunca hubo una garantía de audiencia, para efectos de imponer una sanción y para poder imponer una sanción un principio fundamental es una garantía de audiencia.

Un segundo elemento es que la Sala expresamente no nos ordenó que se impusiera esta sanción, sin embargo, si hubiera sido un gasto no reportado usual o una aportación en especie usual, si hubiésemos impuesto una sanción.

Y en tercer lugar me parece que se podría utilizar el argumento que hemos utilizado en otros casos que es el tema del error invencible, que...

**Sigue 7ª. Parte**

## **Inicia 7ª. Parte**

... sanción.

Y en tercer lugar, me parece que se podría utilizar el argumento que hemos utilizado en otros casos, que es el tema del error invencible, que nos lleva a que esto no era algo conocido, no era conocido para los contendientes el que esto sería una conducta reprochable, por lo que, si bien, acatamos en sus términos el cuantificarlo y sumarlo a topes, no se impone la sanción por esta cuestión del error invencible en el que pudo haber incurrido.

Digo, se me ocurren esos razonamientos para poder justificar por qué no sancionar, pero creo que sí es importante que esto lo diga el Proyecto de Acuerdo para efectos de no colocarnos en una situación diferenciada, que no tenga un asidero en particular.

Hasta ahí mi intervención. Gracias.

**El C. Presidente:** Gracias, Consejera Electoral Pamela San Martín.

Tiene el uso de la palabra el Diputado Jorge Álvarez Maynez, Consejero del Poder Legislativo de Movimiento Ciudadano.

**El C. Consejero Jorge Álvarez Maynez:** Gracias, Consejero Presidente.

Este es un caso absurdo que no debería ser un caso tan complejo, tan lleno de contradicciones y de matices como los que hoy tenemos, es un asunto en el que nosotros coincidimos con María Marván, que es una persona que ha estado muchos años en los temas electorales, que ha opinado en los últimos días, que es una denuncia que se debió de haber desechado por frívola.

Lamentablemente hoy el Instituto está en una encrucijada, entiendo la Resolución que hoy se está poniendo a consideración de los Consejeros Electorales, porque si el Instituto hiciera lo correcto, habría altas posibilidades de que el Instituto fuera llamado a desacato por parte del Tribunal Electoral. A los Consejeros Electorales les parece algo muy básico, muy entendible, pero creo que hay que explicarlo para el público.

Vamos a tratar de explicar el caso. Éstas son las publicaciones que además de una manera muy tramposa, se han ido denunciando, porque se denunciaron de forma extemporánea, e incluso se hizo otra trampa a la Ley, cuando se habían agotado los plazos para que se dieran recursos de apelación, pues con un prestanombres, con un falso ciudadano, con un copy paste del recurso de apelación que ya había presentado un partido político, se presenta un JDC para impugnar.

Pero este es el tipo de publicaciones en los que se acusa un beneficio extraordinario para uno de los candidatos en las redes sociales, es Samuel García, está con su novia,

aquí está presente Samuel García, una personalizada del equipo de futbol al que él apoya. Fue un año de mundial, creo que eso es una cosa básica para entender el caso.

Ahí está de nuevo Samuel García, haciendo uso de esas playeras y publicando esto en sus redes sociales.

¿Qué sería lo interesante en una denuncia de este tipo? Se podrían probar 2 cosas: uno, una aportación indebida como se ha dicho aquí, una suma estratosférica que significara esa aportación, un gasto no reportado, un gasto estratosférico, o un impacto indebido, digamos, en los votos.

¿Cuál es la mejor manera de probar que eso no impacta en votos, el uso de ese tipo de playeras? Que el peor candidato en la historia del Partido Revolucionario Institucional, el peor candidato presidencial se puso una playera así e hizo el ridículo en la Elección Presidencial, no sacó el Partido Revolucionario Institucional ni el 20 por ciento de la votación de la Elección Presidencial, era un referente de las malas candidaturas el de Roberto Madrazo, pues el candidato del Partido Revolucionario Institucional en esta elección fue, dicen: “el problema es que le bordó el nombre, lo personalizó”, ahí está bordado, personalizado, está otro candidato...

**Sigue 8ª. Parte**

## Inicia 8ª. Parte

... el de Roberto Madrazo, pues el Candidato del Partido Revolucionario Institucional en esta elección fue, dicen: “el problema es que le bordó el nombre, lo personalizó”, ahí está bordado, personalizado, está otro candidato con una marca que además es mucho más cuantiosa, que tiene un mucho mayor valor comercial en el mercado de las que se denuncian; los equipos norteamericanos tienen un gran valor de marca, el candidato Presidencial de la Coalición “Juntos haremos Historia”, con una igual, personalizada, pero demás los denunciadores que es la fórmula integrada por Martha de los Santos y por Jorge Mendoza, hicieron el mismo equipo de promoción.

Este día, incluso nosotros nos encontramos, acompañé a Samuel García al clásico regiomontano, al Monterrey contra Tigres y nos los encontramos, ahí estaba Martha de los Santos, subieron esas fotos, dicen: “no, pero le puso el emblema, el cargo, lo que aspira”, esto es una publicación en redes sociales de Martha de los Santos, competidora directa de Samuel García en la lucha por el Senado, puso el emblema, puso el cargo al que aspiraba, personalizada la playera, es el mismo caso.

Aquí se decía el tema de Cristina Díaz en Guadalupe, hizo lo mismo, Adrián de la Garza le incrusto sus logotipos a alguna publicidad de la selección también, Cuauhtémoc Blanco en Morelos, hizo lo mismo, están los logotipos de la Coalición “Juntos haremos Historia”, está su nombre personalizado y los calendarios que ya hizo referencia aquí Eduardo Aguilar que se entregaron con la playera de la selección, Álvaro Suárez, Andrés Manuel, ahí, usando, además la marca del mundial, que es otra marca no cuantificada.

Luego se dice: “no, pero es que ellos no son denunciados, Samuel García sí fue denunciado es el tema al que nos tenemos que abocar”.

El asunto es que las leyes no pueden tener una aplicación particular, las leyes deben tener una aplicación general y lo que hoy se está haciendo, por mucho que se especifique en la Resolución sí va a sentar un precedente y va a sentar un precedente en la dirección incorrecta.

Uno de los problemas de la democracia mexicana, lo ha dicho muchas veces aquí el Consejero Presidente en entrevistas, es la falta de la cultura de la aceptación de la derrota y la litigiosidad, la alta litigiosidad que tiene nuestro Sistema Electoral, con esto se va a sentar un precedente que además es absolutamente absurdo, porque este tipo de comercialización está regulada por leyes que no son las leyes electorales, que es en este caso la Ley de Propiedad Industrial, qué dice sobre el uso del marcas en playeras, la personalización de marcas, la Ley de Propiedad Industrial, algo muy simple, que una vez puestas en el mercado ese tipo de playeras, incluso las tiendas de esta marca de “Adidas”, uno va a una tienda de “Adidas”, y le dice: “oiga, le quiero poner mi nombre, te cobran un extra”.

Esa playera no vale 1 mil pesos por la tela o por la playera en sí misma, vale 1 mil pesos porque la marca ya prorratea el prestigio de la marca en el conjunto de playeras que pone al mercado para su comercialización y la Ley de Propiedad Industrial en su artículo 92 dice eso: “una vez puestas en el mercado ya están válidas para uso”, si no todos seríamos delincuentes en potencial, si no todos estaríamos apropiándonos de marcas en potencia, cada que subimos a las redes sociales una foto por cualquier marca, con un Starbucks, con cualquier marca, estaríamos explotando esa marca de manera ilegal, pero no sucede así porque la regula la propiedad industrial.

No sé qué facultad tenga una autoridad jurisdiccional electoral para traer esa Ley, para interpretarla y para darle aplicabilidad electoral. Eso me parece muy peligroso, me parece peligroso el precedente, entiendo esta encrucijada en la que está...

**Sigue 9ª. Parte**



## **Inicia 9ª. Parte**

... para traer esa Ley, para interpretarla, y para dar la aplicabilidad electoral.

Eso me parece muy peligroso, me parece peligroso el precedente, entiendo esta encrucijada en la que está el Instituto Nacional Electoral, pero sí quiero alertar que si de por sí ya tenemos un Sistema barroco, “churrigueresco”, que hemos aquí denunciado, hoy se está contribuyendo, además, en un sentido plenamente opuesto a lo que había venido determinando la propia autoridad.

Aquí se hicieron unos Lineamientos tratando de prever todo este tipo de cosas de piso parejo, se les denominó en un inicio, y tuvimos un debate intensísimo, nosotros nos opusimos, los impugnamos, y el Tribunal Electoral dijo: “no se pueden meter las autoridades electorales en la regulación de este tipo de actos en redes sociales”, incluso el caso Coahuila. Se documentó por parte de Facebook la factura para que se incluyera en un rebase de los topes de campaña, el Tribunal Electoral dijo: “no, son redes sociales, eso no cuenta en los topes de campaña, descuéntalo y vuelve a sancionar”.

Ahora resulta que una cosa mucho más abstracta, mucho más compleja se iba a incidir. Samuel García está 7 millones abajo del tope de gastos de campaña, es imposible que esto lo afecte de la posibilidad de ser Senador, no es un asunto personal, pero el precedente que se deja para la democracia mexicana sí es peligroso, y no quisimos dejar de señalarlo.

**El C. Presidente:** Gracias, Diputado Jorge Álvarez Máynez.

Tiene el uso de la palabra el Consejero Electoral José Roberto Ruiz Saldaña.

**El C. Doctor José Roberto Ruiz Saldaña:** Gracias, Consejero Presidente.

Solo para señalar que me aparto del sentido del acatamiento. Creo que podría haberse hecho un esfuerzo para poder allegarnos de información de peritos expertos y vincular más el criterio a coordenadas que nos indicaran ellos mismos, y no a, lo que entiendo, invirtieron los participantes precisamente en redes, sé que hay que acatar, sé que es una propuesta, creo que hay que seguir reflexionando sobre el tema.

Y solo cerraría diciendo que yo sí, pues felicito a la decisión del Tribunal Electoral, en la medida en que estoy convencido que los partidos en algunas ocasiones sí se aprovechan ya de marcas, de derechos de autor que ya tienen un posicionamiento y que estoy totalmente convencido, eso tiene una traducción económica.

Es cuanto, Consejero Presidente.

**El C. Presidente:** Gracias, Consejero Electoral José Roberto Ruiz.

Tiene el uso de la palabra el Licenciado Morelos Canseco, representante suplente del Partido Revolucionario Institucional.

**El C. Morelos Jaime Carlos Canseco Gómez:** Muchas gracias, Consejero Presidente.

Trataré de ser eficiente en el uso del tiempo.

Desde luego que estamos ante la dificultad que enfrenta este Consejo General de acatar sentencias de la Sala Superior del Tribunal Electoral y eso, desde luego, acota los márgenes, y reconocemos las tareas de la Unidad Técnica de Fiscalización, para en un plazo tan breve hacer el esfuerzo de cumplir lo ordenado en la sentencia, independientemente de otros precedentes.

Sí hay una materia novedosa, que es el hecho de que, en este caso, ciertos elementos materiales que se encuentran posicionados frente a la sociedad por la amplísima difusión que se ha hecho de esos elementos materiales, las camisetas de los equipos de futbol o de la selección mexicana y que nos lleva a la cuestión que dispone el pensamiento de la Sala Superior.

Me parece que no es el uso de las camisetas, sino que hay un uso personalizado dentro de una campaña electoral...

**Sigue 10ª. Parte**

## **Inicia 10ª. Parte**

... que dispone el pensamiento de la Sala Superior.

Me parece que no es el uso de las camisetas, sino que hay un uso personalizado dentro de una campaña electoral para hacer tareas de proselitismo, y me parece que ése es un elemento que es novedoso, pero que merece una cuantificación.

De alguna manera, el esfuerzo que se ha realizado y la cuantificación que se hace, no parece ser exhaustiva con relación a en realidad la pregunta medular, y es: cuál es el valor de utilizar una marca comercial posicionada como candidato de un partido político.

A mí me queda claro que ninguna camiseta nos hará triunfar, si no, algunos equipos de futbol por la sola camiseta y lo que invierten en la contratación de jugadores, serían los campeones en todas las temporadas, y en ese contexto, me parece que la inferencia que se ha hecho a las características y calidades de José Antonio Meade en la Campaña Presidencial ya están fuera de lugar.

Desde luego que el pueblo mexicano votó, nuestro candidato fue el primero en señalar democráticamente su aceptación de la derrota, creo que eso está fuera de duda cuál ha sido la conducta de nuestro otrora candidato presidencial y la conducta del partido político que me honro en representar.

Me parece que es un caso muy complejo, me parece que tiene muchas aristas, hay elementos, ciertamente, de propiedad industrial, hay elementos que tienen que ver con el ingenio que los estrategas de las campañas llevan a cabo a lo largo del desarrollo de esa fase del Proceso Electoral para, precisamente, generar la empatía entre las candidaturas postuladas, los actos de campaña en que se participan, las diferentes actividades que se realizan, y lo entiendo perfectamente, porque es un asunto de estrategia, generar empatía con el electorado por calzarme una camiseta o afirmar mi pertenencia a la afición que puede ser mayoritaria en una ciudad o en una entidad federativa.

Me parece que sí son elementos nuevos, creo que esto es una circunstancia que deberá valorarse, si la forma en la cual se ha hecho, la cuantificación que ordenó la Sala Superior del valor del uso de estos elementos en las campañas electorales atiende a los parámetros y al criterio que se buscaba para establecer ese valor.

Debo decir, desde luego, que no es una circunstancia, y así lo aprecio, que se plantee a partir de las quejas, intrínsecamente de sí, a través de esta publicidad el gasto fuera tal que rebase el tope de los permitidos para realizar la campaña, creo que ése es otro aspecto, muy respetable, aquí el asunto es, cuál es el valor del uso de este tipo de propaganda en una campaña electoral, independientemente de que el equipo de futbol,

o la Federación Mexicana de Fútbol haya tenido o no voluntad de aportar el diseño de las camisetas a la campaña de algún...

**Sigue 11ª. Parte**

## **Inicia 11ª. Parte**

... equipo de futbol o la Federación Mexicana de Futbol haya tenido o no voluntad de aportar el diseño de las camisetas, a la campaña de algún candidato en particular, o de todos los candidatos que las usen.

Es cuanto, Consejero Presidente.

Muchas gracias.

**El C. Presidente:** Muchas gracias, señor representante.

Tiene el uso de la palabra la Consejera Electoral Beatriz Claudia Zavala.

**La C. Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez:** Gracias, Consejero Presidente.

Creo que es un tema muy relevante el que tenemos sobre la mesa, pero sobre todo por el momento.

He sido parte de la construcción del derecho electoral y no es la primera vez que se enfrentan este tipo de circunstancias, de focalizar un tema y proyectarlo hacia un futuro.

El problema que le veo son los cambios de directrices en este momento del Proceso Electoral, puedo o no estar de acuerdo en que este tema se regule en las redes sociales, pero no creo que sea el momento.

¿Qué nos había definido como criterio especial la Sala Superior, en particular, a partir de todos los precedentes que tuvimos en este Proceso Electoral? Había 3 directrices claras, libertad de expresión, libertad de los partidos políticos para definir su estrategia de comunicación política y de campañas electorales y, sobre todo, en redes sociales donde no había limitaciones, no podíamos entrar porque tenía que haber mayor libertad acompañada de los derechos fundamentales reconocidos a los partidos políticos y trabajados para los partidos políticos.

Éste era el tema, tuvimos el año pasado, campañas electorales con este tipo de beneficio, ahora le llamamos así, en el que se manejaban marcas, la estrategia era sobre la base de marcas de personajes que tenían que ver, muy reconocidos como estos que son de tipo japonés, en la que se reconoció que era una propaganda válida legal, era una propaganda que estaba en el Estado de México y que no solo era para apoyar al candidato, sino también para en contra de los propios candidatos, candidatas porque eran candidatas de esa contienda electoral.

Esa fue la guía que llevó a este Instituto desde también la Unidad Técnica de lo Contencioso Electoral y desde la Unidad Técnica de Fiscalización, a trabajar en ese sentido. En la Unidad Técnica de Fiscalización nos preocupamos que estuvieran

reportadas como están reportadas en este caso, los gastos en cada una de sus estrategias de campaña que se utilizaron en redes.

Y ahora viene un cambio, y es un cambio, no estoy de acuerdo con lo que señala el Consejero Electoral José Roberto Ruiz, que tuvimos que haber acudido a peritos, ¿por qué? La regla general, no de la prueba pericial, vamos a hablar de la prueba técnica que podríamos tener ahora aquí, es que requiere un tiempo de preparación de la metodología que se va a trabajar para el objeto del análisis, y ningún perito, eso es por la experiencia adquirida y vayamos a preguntarles a las personas que se dedican a ello, te da un tiempo menor a 30 días para poder dictaminar de manera correcta y emitir la opinión técnica.

Si eso es así, a nosotros nos dieron 5 días para cumplir con la Resolución.

¿Qué estamos haciendo con los elementos que tenemos? No tenemos más elementos más que se trató de hacer, están las actuaciones que realizó la Unidad Técnica, y evidentemente ninguna persona seria, técnica, seria...

**Sigue 12ª. Parte**

## **Inicia 12ª. Parte**

... las actuaciones que realizó la Unidad Técnica, y evidentemente ninguna persona seria, técnica, seria en valuación podría presentar en 3 días porque se lo teníamos que pedir en 3 días, podía presentar un Dictamen de esa naturaleza, y eso está avalado por toda la práctica forense en materia de peritaje. No lo estoy inventando yo.

¿Qué es lo que pasa en estos casos?

Si un órgano jurisdiccional tiene una inquietud de atender el caso, hay una técnica también para hacerlo y es advertir que tiene este estado del arte en la propaganda de los partidos políticos, hacerse cargo que con anterioridad lo había señalado como permitido, pero que, en la nueva reflexión encontró el elemento A, B, C, o D, que le va a hacer tener una mirada diferente frente al futuro para el comportamiento cierto y típico de las conductas de los partidos políticos. Ésa es la técnica que se utiliza.

Y a partir de ahí se ordena que la autoridad encargada de aplicar este tipo de cosas genere los instrumentos que permitan, cumplir con estas obligaciones, advertidas en un plano novedoso, en las cuales podríamos o no estar de acuerdo frente a lo que significa e implica las redes sociales, y eso no pasó aquí, y no pasó aquí, y tan evidente es que en muchas campañas fue lo común esta campaña se distinguió por ese uso de estrategias para la campaña.

Ahora, este es un precedente que tenemos que cumplir, exclusivamente para esto, las reglas para mí ahora no han cambiado porque no se ha derribado una nueva reflexión de las directrices que ya tenemos en el órgano jurisdiccional.

Y sí, tengo mucho la idea que debemos cumplir con esas directrices de los precedentes, porque eso es lo único que nos genera la certeza y la seguridad jurídica, y cuando se va a dar un cambio, me parece que el cambio se tiene que dar con los tiempos necesarios, pero, sobre todo, sin afectar quienes ya compitieron en unas reglas permitidas, que estuvieron ejecutando, si no me equivoco, bueno, la mayor parte de los partidos políticos o de los candidatos postulados por los partidos políticos.

Sería cuanto, Consejero Presidente.

Gracias.

**El C. Presidente:** Muchas gracias, Consejera Electoral Beatriz Claudia Zavala.

Tiene el uso de la palabra el Consejero Electoral Benito Nacif.

**El C. Doctor Benito Nacif Hernández:** Muchas gracias, Consejero Presidente.

Quisiera empezar reconociendo el trabajo de la Unidad Técnica de Fiscalización, que en un plazo tan corto hizo un notable esfuerzo por acatar la Sentencia o las Sentencias

de la Sala Superior, que ordenaban estimar el beneficio que candidatos al cargo de Senador por el Principio de Mayoría Relativa en el estado de Nuevo León, habían recibido al incorporar, incluir marcas registradas en su propaganda desplegada en redes sociales...

**Sigue 13ª. Parte**



### **Inicia 13ª. Parte**

... marcas registradas en su propaganda desplegada en redes sociales, este mandato, desde un principio supimos, no era un mandato sencillo de atender porque esencialmente el beneficio, por instrucciones del propio Tribunal Electoral en Sentencias anteriores, se estima a partir del costo de un bien o servicio que se utiliza en una campaña, y para estimar el valor de un bien o un servicio, existe un conjunto de técnicas que, van de lo más sencillo que es, en aquellos casos en que hay un mercado activo de esos bienes o servicios, se acude a los participantes en ese mercado, para obtener información sobre el costo de un bien o de un servicio.

Cuando no existe un mercado activo, entonces se busca algo parecido a ese bien o servicio para el cual sí existe un mercado activo, y se hacen las adecuaciones para estimar el valor de lo que se está tratando de costear o valorar.

Existen otras técnicas que no aplican en este caso, que se utilizan para otros activos; entonces, me parece que esencialmente lo que se hace en el Proyecto de Acuerdo, es tratar de utilizar este segundo esquema de buscar el costo por persona que te sigue en tu red social, y a partir de eso hacer una estimación de cuánto pudo haberse beneficiado por la inclusión de las marcas.

Desde mi punto de vista, el servicio más parecido al que la Sala Superior nos pide valorar, en este caso, es el licenciamiento de marcas por el cual determinados productos le puedes incluir la marca para que se vendan. Generalmente esos mercados operan por Comisiones por ventas; cuando alguien que tiene, no sé, una fábrica de camisetas, o una fábrica de chamarras, gorros, etcétera, quiere utilizar una marca registrada e incluirla, generalmente el tipo de Contratos que se celebran son Contratos donde tienes que pagar un porcentaje de tus ventas o de tus utilidades al que posee la marca.

Me parece que hay algo parecido en la lógica de lo que nos está proponiendo la Unidad Técnica de Fiscalización, que es, el número de seguidores que su costo, y particularmente, aquellos que vieron este tipo de propaganda donde se incluía a las marcas.

Me parece que es un esfuerzo que es, que tiene el mérito de la oportunidad, que es un esfuerzo que es, sistemático, está la metodología claramente establecida en el...

### **Sigue 14ª. Parte**

## **Inicia 14ª. Parte**

... que tiene el mérito de la oportunidad, que es un esfuerzo que es sistemático, está la metodología claramente establecida en el acatamiento.

Me parece que la alternativa de acudir a peritos para el caso donde no existe un mercado real sobre el uso de este tipo de imágenes, en memes, en fotografías, que se publican en páginas de Internet, donde de acuerdo con los propios requerimientos que hizo la Unidad Técnica de Fiscalización a los poseedores de las marcas que ellos no suelen cobrar a las personas que se toman fotografías o que hacen memes a partir de eso, es algo que realmente ocurre sin que exista, insisto, un mercado activo al respecto.

Entonces, dadas esas restricciones, me parece que la Unidad Técnica de Fiscalización hizo un esfuerzo, como su nombre lo dice, Técnico, que está ahí claramente desarrollado en el Proyecto de Acuerdo para estimar este beneficio, tal como lo mandató la Sala Superior.

Creo que esto puede ser el inicio de una discusión hacia delante de que, respecto a si esto debe, efectivamente, ser sujeto a una regulación específica, pero por lo pronto me parece que el Instituto Nacional Electoral a través de su Unidad Técnica de Fiscalización, cumple con lo que nos mandata la Sala Superior.

Consejero Presidente, muchas gracias.

**El C. Presidente:** Gracias, Consejero Electoral Benito Nacif.

Tiene el uso de la palabra el Consejero Electoral Marco Antonio Baños.

**El C. Maestro Marco Antonio Baños Martínez:** Gracias, Consejero Presidente.

Es un tema que suscitó ya una primera discusión cuando se revisaron los Dictámenes y las Resoluciones en materia de los gastos de las campañas realizadas por los partidos políticos y los candidatos que fueron aprobados por este Consejo General el pasado día 6 de agosto, y ahí mismo se resolvieron poco más de 400 quejas en materia de Fiscalización.

Empiezo por decir que estoy totalmente de acuerdo con la propuesta del Partido Acción Nacional para, en la parte de los antecedentes incluir la referencia de los documentos a los que él se refirió, así que, me parece que son de atenderse.

Pero regresando al tema, creo que vale la pena que podamos leer con cuidado una parte de la Sentencia, y dice que el Tribunal Electoral nos está ordenando emitir dentro de un plazo de 5 días naturales una nueva Resolución, ordenó cuantificar los montos del beneficio económico, entre otras cuestiones, las circunstancias de difusión de la propaganda electoral integrada con fines electorales, la naturaleza de la red social y el posicionamiento que tienen las cuentas

Pero luego dice la Sala Superior, en su Sentencia: “lo anterior evitando fórmulas o parámetros auténticamente comerciales para definir el costo que podrían tener en el mercado las publicaciones”, es decir, lo que literalmente podría pagarse a cada uno de los titulares de las marcas involucradas por el derecho de uso.

Ahí sí ya me doy, porque si vamos a establecer alguna cuantificación de un determinado beneficio y no podemos usar parámetros comerciales, entonces tenemos que entrar al mundo de las invenciones, creo que esa parte le faltó ahí al Tribunal Electoral, precisar con detenimiento cómo podría realizarse este punto.

No es un tema...

**Sigue 15ª. Parte**

## **Inicia 15ª. Parte**

... invenciones, creo que esa parte le faltó ahí al Tribunal Electoral precisar con detenimiento, cómo podría realizarse este punto.

No es un tema menor, creo que la Unidad Técnica de Fiscalización en efecto ha hecho un esfuerzo importante por intentar encontrar una fórmula de acatamiento de esta Sentencia emitida por el Tribunal Electoral, y nos dio un plazo de 5 días, también se veía complicado que fuese un plazo más grande, dado el momento procesal en el que nos encontramos y obviamente la inminencia de la instalación del Congreso de la Unión.

Pero, este tema tiene múltiples precedentes, efectivamente en el año de 2015, cuando estábamos en la etapa de la veda del Proceso Electoral de ese año, hay que recordar que el entonces Director Técnico de la Selección Nacional Mexicana, colocó algunos mensajes en sus cuentas de redes sociales, pero no solo él algunos otros personajes muy connotados, como fue el caso de Inés Sainz, de Belinda, de este señor Daniel Bisño, en fin, Ana Bárbara, otros personajes del mundo artístico muy destacados todos ellos.

Ponían una cosa que decía: “Vamos Verdes”, claro que México iba a jugar contra Brasil en ese fin de semana era un partido ahí entre México y los brasileños, y entonces se colocaba esta expresión, y entonces el procedimiento correspondiente llevó a que el Tribunal Electoral estableciera una jurisprudencia, es una tesis que establece con toda claridad que la autoridad competente debe realizar un análisis riguroso de cada mensaje denunciado en lo individual, y anminiculadamente tomando en cuenta el contexto de su difusión, solo así se podrá identificar si existen elementos comunes entre sí que permitan desvirtuar la citada presunción en la emisión de los mensajes y por ente determinar si se actualiza alguna infracción a la provisiones legales. Eso nos dijo el Tribunal Electoral, respecto de este tipo de mensajes.

Ahora a los candidatos de las fórmulas ganadoras en el caso de Nuevo León por el Partido Movimiento Ciudadano, utilizaron una playera de los tigres con todas las marcas publicitarias que tienen esas playeras, utilizaron también las playeras de la Selección Nacional, estábamos en el Mundial, ahí todo mundo las usaba, nosotros mismos nos la pusimos también y “viva México”.

Y luego, también se utilizaron otras marcas como estas de Star Wars, en fin, ahí los estrategias de los candidatos jugaron a hacer ese tipo de difusiones, y el Tribunal Electoral dice: “que hay que ver si esto tiene algún beneficio y hay que cuantificarlo”, más bien dice “que tiene beneficio y hay que cuantificarlo”.

Creo que el tiempo del que se dispuso fue muy breve, y creo que la Unidad ha hecho un esfuerzo por encontrar algún criterio de cómo darle el acatamiento correspondiente a este punto. En lo particular creo que la forma en que lo está proponiendo la Unidad Técnica de Fiscalización para ser acatado es correcto.

Voy a acompañar esta cuestión la vez anterior, presente un voto concurrente a la Resolución de las quejas sobre esta materia, lo haré de nueva cuenta, pero me parece insisto que tampoco hay muchos elementos para poder establecer con toda claridad si existe o no un determinado beneficio; y 2 es más complicado todavía ver si existe o no, alguna fórmula específica de cuantificar esos beneficios, ya lo habíamos hecho, por ejemplo para los temas de la propaganda en radio y televisión, cuando se echó a andar el Modelo de Radio y Televisión, recordarán ustedes que el asunto aquel de las telenovelas donde aparecía Raúl Araiza y Mayte Perroni, así...

**Sigue 16ª. Parte**

## **Inicia 16ª. Parte**

... recordarán ustedes que el asunto aquel de las telenovelas donde aparecía Raúl Araiza y Mayte Perroni haciendo señalamientos como “yo soy de corazón verde”, por ejemplo, pero eso era publicidad que aparecía en televisión, ésa sí tiene una característica específica de la que está prohibida, fue una sesión muy larga, no estaba aquí el Consejero Presidente en ese momento, y se estableció una sanción específica por ese tema.

Y luego en una telenovela aparecía este actor diciendo “yo soy de corazón verde”, pero eso aparecía en radio y televisión. Aquí estamos hablando en redes sociales específicamente, nada más que hay un pequeño detalle, en aquella ocasión sí se utilizaron criterios de carácter comercial para establecer el monto de las sanciones, ahora ¿cómo?.

Hay que cuantificar, pero no hay que usar parámetros comerciales, pues está medio complicado como lo plantea el Tribunal Electoral, la verdad de las cosas.

Es todo un tema ver si el uso de las marcas, como decía el Consejero Electoral Benito Nacif, puede tener algún esquema específico de beneficio o no, pero creo que no tenemos tampoco demasiados elementos para poder establecerlo.

Las playeras de los equipos de futbol se usan, yo me hubiera puesto la de los “Tuzos” sin duda alguna, que por cierto ahí le ha ganado 3 finales al hilo a los Tigres y no es comercial, pero ya la playera de la Selección, fue producto del mundial, fue producto de la efervescencia futbolística que vivíamos en esos días, y por el gol del “Chucky” Lozano, que es producto “Tuzo” también, por cierto.

Entonces, apoyaré este Proyecto de Acuerdo en sus términos y quizá aporte también un nuevo voto concurrente con algunas reflexiones respecto del contenido final de la sentencia que emitió el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.

También dejo constancia de mi reconocimiento a la Unidad Técnica de Fiscalización, que hizo cierta magia para poder traer esta Resolución, no había ningún elemento y apenas, si bien la sentencia se aprobó en la madrugada del lunes, la notificación se hizo hasta la tarde del propio lunes.

Entonces, las horas en las que ha trabajado la Unidad Técnica de Fiscalización han sido muy pocas, y por supuesto que aquí hay un avance importante en el ánimo de darle acatamiento a la sentencia.

**El C. Presidente:** Gracias, Consejero Electoral Marco Antonio Baños.

Permítanme intervenir.

Estamos ante un acatamiento, esto se ha señalado y creo que vale la pena reiterar el margen de maniobra de esta autoridad electoral cuando tiene que obedecer, acatar una Sentencia del Tribunal Electoral, es nulo y siempre ha ocurrido así y es pertinente que ocurra en un Estado de Derecho, cuando una autoridad que ante una controversia se constituye en última instancia, no ha habido, no hay ni habrá otra actitud de parte de este Instituto más que acatar, en sus términos, las sentencias.

Sin embargo, debo decir que aunque, en consecuencia de lo que acabo de mencionar, acompañaré el Proyecto que nos presenta la Unidad Técnica de Fiscalización, debo manifestar mi preocupación, por la ruta que está emprendiendo, que está encausando la interpretación de nuestra normatividad electoral, en el caso específico que nos ocupa.

Mi preocupación se centra en 2 dimensiones: la primera tiene que ver con uno de los principios rectores de la autoridad electoral...

**Sigue 17ª. Parte**

## **Inicia 17ª. Parte**

... en el caso específico que nos ocupa.

Mi preocupación se centra en 2 dimensiones, la primera tiene que ver con uno de los principios rectores de la autoridad electoral a la que, me parece, que con la Resolución que hoy estamos tomando, porque no tenemos otra alternativa, me parece que se diluye o se mina, se erosiona el principio de certeza, que es uno de los principios fundamentales, rectores de la función electoral.

Me parece que estamos emprendiendo un camino en donde no solamente estamos, como decía la Consejera Electoral Claudia Zavala atinadamente, ante un cambio de criterio en la etapa final del Proceso Electoral. Con la asignación de los Diputados, Senadores de Representación Proporcional que hizo el día de hoy el Instituto Nacional Electoral, prácticamente las tareas de este Instituto en el Proceso Electoral 2017-2018 han concluido.

Estamos ante un cambio de criterio, porque es eso, un cambio de criterio, ya mencionaba la Consejera Electoral Zavala, como a lo largo de este mismo Proceso Electoral, ante la consistencia de la aplicación de las reglas que están establecidas en el Reglamento de Fiscalización, y que como decía el Consejero Electoral Ciro Murayama, hoy ante el acatamiento que estamos tomando, encuentra una excepción, las reglas establecen otra vocación que este mismo Instituto, como lo señaló el propio Consejero Electoral Ciro Murayama, habían emprendido como ruta, la de ser muy estrictos con el dinero, y lo dijimos en una y otra ocasión, en el ámbito de las redes sociales vamos a ser intransigentes con el tema del dinero, y así lo hemos sido, el mismo Candidato objeto, los candidatos objeto de estas sentencias, han tenido que reportar, se han indagado los gastos que han realizado en redes sociales, pero lo más liberales que podamos en materia de redes sociales.

Incluso con la actuación de la propia autoridad electoral, decidimos enfrentar la desinformación que en redes tiene un terreno fértil para desplegarse no con censura, no con regulación, sino con información, porque creo que es así como una autoridad democráticamente tiene que enfrentar ese fenómeno.

Estamos ante un cambio de criterio en la etapa final del Proceso Electoral, un cambio de criterio en términos de la orientación interpretativa que hasta ahora habían seguido las autoridades electorales, y como decía la Consejera Electoral Claudia Zavala, es algo delicado en términos de seguridad jurídica, que un contendiente sepa cuáles son las reglas es indispensable de cara al arranque de la contienda, no al término de la misma.

Una primera preocupación que externo, es en términos de la ruta que por la vía de la interpretación jurídica estamos siguiendo en la lógica de generar certeza, y por otra parte, de encaminarnos en una ruta en la que la objetividad, otro de los principios rectores de la autoridad electoral, y que tiene que regir cada una de sus decisiones, hoy



también se encuentra ante la necesidad de construir un criterio sin ninguna base técnica preestablecida, sin ninguna herramienta técnica de valoración a la que se nos impone, porque, como lo ha dicho el Consejero Electoral Marco Antonio Baños, aquí no se debe aplicar la valoración comercial.

Es un poco complicado entender qué criterios se utilizan para cuantificar un asunto que tiene que ver con marcas cuando no podemos aplicar los criterios comerciales, es más, incluso recurriendo a...

**Sigue 18ª. Parte**

## **Inicia 18ª. Parte**

... complicado entender qué criterios se utilizan para cuantificar un asunto que tiene que ver con marcas, cuando no podemos aplicar los criterios comerciales, es más, incluso recurriendo a peritos no conozco, no soy un conocedor de la materia de patentes y marcas, no conozco y ni me imagino que haya peritos, que sin aplicar criterios comerciales puedan darnos luz respecto de cómo valorar el impacto económico de un uso de una marca.

El problema, y me preocupan, es que en esta Resolución tuvimos que recurrir a criterios que mucho rayan, y lo digo con mucha preocupación, pero sin alternativas como autoridad en el campo de la subjetividad, y no es una buena ruta, creo yo, por la que debemos enderezar la interpretación en materia electoral.

Lo hemos dicho una y otra ocasión, y ha habido ocasiones, muchas, para poder plantearlo a lo largo de este Proceso Electoral.

Mi convicción es que el Derecho Electoral en nuestro país, tanto en el plano legislativo como en el plano de la interpretación por parte de las autoridades encargadas de aplicar las normas, tendría que encaminarse a una lógica de simplificar el Derecho Electoral. No volverlo más complejo, más abigarrado, más barroco, porque eso lo vuelve más incomprensible, no solo para las autoridades electorales, sino también para los actores políticos, y peor aún, para la ciudadanía.

Creo que no encausamos una buena ruta para fortalecer a la democracia si vamos construyendo un Sistema Electoral que a los ojos del ciudadano común se vuelva algo incomprensible, porque no es la mejor manera, creo yo, de encausar un proceso de consolidación al que estamos obligados de nuestra democracia y, en consecuencia, de nuestro Derecho Electoral.

Creo que la ruta que deberíamos seguir es una ruta en donde los márgenes de ambigüedad en la interpretación, los márgenes de complejidad en la misma lectura que como autoridades hacemos de las normas.

Una interpretación que vuelva más asequible y no más incomprensibles para los candidatos, para los contendientes, que abonaría justo en lo que, en el tema de la seguridad jurídica y por ende en la certeza en materia electoral, sino también que acerque lo que se discute en la mesa de estas autoridades a las y los ciudadanos y los haga más comprensibles, es la ruta que deberíamos seguir para fortalecer a nuestro Derecho Electoral.

Entiendo las preocupaciones que pudieron haber estado detrás de la Sentencia del Tribunal Electoral, pero la solución a la que nos están obligando no me parece que sea la ruta, insisto, por la que debemos seguir la consolidación de nuestro Sistema Democrático.

Tiene el uso de la palabra el Diputado Jorge Álvarez Maynez, Consejero del Poder Legislativo de Movimiento Ciudadano.

**El C. Consejero Jorge Álvarez Maynez:** Gracias, Consejero Presidente.

El representante del Partido Revolucionario Institucional me recuerda al alumno que hace un acordeón para el examen, el Profesor cambia el examen y de todos modos contesta de acuerdo al acordeón, porque dice, no, el problema es que Samuel García personalizó, Samuel García utilizó los logotipos a diferencia de todos, le enseñé lo que hizo su candidato a Senador en Nuevo León, exactamente los mismos supuestos, no vale mucho entretenerse en ese argumento, porque además están verdaderamente distantes de tener una posibilidad política en Nuevo León, por más que se hayan intentado robar la elección del Senado, de las Alcaldías, los votos no se los dieron.

Me gustaría detenerme en lo que dice el Consejero Electoral José Roberto Ruiz Saldaña sobre un Perito, un Perito hubiera hecho criterios mucho más favorables de los que este Instituto está...

**Sigue 19ª. Parte**

## **Inicia 19ª. Parte**

... No se los dieron.

Me gustaría detenerme en lo que dice el Consejero Electoral José Roberto Ruiz Saldaña sobre un Perito, un Perito hubiera hecho criterios mucho más favorables de lo que este Instituto está fijando hoy para Samuel García, en el caso específico.

Le quiero dar al Consejero Electoral Roberto Ruiz Saldaña algunos datos.

Le pedí al equipo de comunicación nuestro, que hiciera un análisis de las publicaciones más exitosas de Samuel García durante la campaña electoral.

Resulta que ninguna de las que aquí están comentadas por el Instituto Nacional Electoral está dentro de las 20 más exitosas en las que usó la playera, en las que supuestamente se benefició de la marca en la que supuestamente tuvo un impacto indirecto.

Las 20 publicaciones más exitosas no tienen que ver con esas publicaciones.

Eso es porque la popularidad de Samuel García en redes sociales, es independiente al uso o no de marcas, eso se debió de haber considerado en unos criterios de evaluación de las publicaciones, de hecho, sumen todas las interacciones de esas publicaciones que están hoy comentadas en el Instituto Nacional Electoral. Yo lo hice, son menos de 33 mil interacciones entre todas.

Hay 10 publicaciones, al menos, en estos 90 días de campaña, 10 publicaciones, aquí está el Estudio que tienen cada una de esas 10 publicaciones, al menos más de esas 33 mil interacciones.

Samuel García es un fenómeno en redes sociales y lo que se está diciendo, de hecho, el prorrateo le perjudica porque contabilizan lo mismo un link, un seguidor de cualquiera de los otros candidatos que es mucho más caro para ellos, se lo valúan en el mismo caso a Samuel García, le doy al Consejero Electoral Roberto Ruiz Saldaña un ejemplo, una propuesta de modificación.

Tome usted y Samuel García la misma foto en este momento, súbala cada uno a su página de Facebook, vean cuántas interacciones tiene cada una, incluso, póngale cada uno 100 pesos o mil pesos de pauta en Facebook y vean cuántas generan, verán que las interacciones de Samuel García son mucho más baratas que la del común, no solamente de los políticos en México sino de las personas. Por eso fijar la valuación, es injusto en la manera en que se está haciendo, en que se está prorrateando y creo que si se recurriera a un Perito le favorecería.

Además, es muy difícil de cuantificar el impacto, un gran porcentaje de la población en Nuevo León le va a Monterrey, a lo mejor ponerse la playera de los Tigres no es un buen mensaje para ellos, es de verdad abstracto, absurdo lo que se está ignorando.

No es un asunto en el que se está poniendo en juicio la candidatura de Samuel García.

No es un asunto en el que Movimiento Ciudadano tiene una preocupación particular, al contrario, si algo ha hecho este litigio es, hacer relevante en la política nacional, entrar por la puerta grande del Senado de la República para Samuel García eso en términos políticos ha resultado provechoso.

Lo que va a surgir, es la incapacidad material que tiene el Instituto para atender este tipo de casos, para vigilar cada una de las publicaciones de cada uno de los candidatos de aquí en adelante, el impacto de cada una de esas publicaciones en cada una de las marcas que salga va a ser materialmente imposible de cuantificar, de seguir.

No hay capacidad, ni soporte humano que resista un criterio de esta naturaleza para el largo plazo en el Sistema Electoral Mexicano y creo que es un tema que debemos de tratar a fondo.

**El C. Presidente:** Gracias, Diputado.

Tiene el uso de la palabra el Licenciado Eduardo Aguilar, representante del Partido Acción Nacional.

**El C. Licenciado Eduardo Ismael Aguilar Sierra:** Muchas gracias, Consejero Presidente.

Simplemente para 2 comentarios:

Primero. Dentro de la propia información que nos proporciona el cálculo de costos hecho por el Instituto Nacional Electoral de cada uno de los candidatos, señala que el cálculo de costo de la propaganda exhibida de, por ejemplo, Jorge Mendoza, candidato del Partido Revolucionario Institucional es de 2 millones 612 mil pesos. Esto implicaría que si se calcula la base porcentual efectuada, pero...

**Sigue 20ª. Parte**

## **Inicia 20ª. Parte**

... Candidato del Partido Revolucionario Institucional, es de 2 millones 612 mil pesos, esto implicaría que si se calcula la base porcentual efectuada, pero solamente tomando en cuenta al solo Candidato Jorge Mendoza, en vez de 6 pesos por cada seguidor en cuanto a mensajes promedio, sería de 33, esto implicaría que con toda claridad por mensajes como éste, él hubiese rebasado su propio tope de gastos de campaña porque acreditó mucho más de gasto de campaña que nuestro candidato aquí presente, Víctor Fuentes, y también el resto de los partidos políticos.

Esto implica, además, que aquí como se advierte, por ejemplo, de esta imagen, hay televisión de por medio porque hay un micrófono de una televisora, que por cierto, de la cual es Vicepresidente. Esto implica que el costo asociado de la difusión del mensaje, incluyendo los medios de difusión como televisión, se ven mucho más grandes, están llegando o están intentando llevar a esto a un lugar en donde no tiene salida, ni para el candidato del Partido Revolucionario Institucional ni para el candidato de MORENA, en donde también hay un costo mucho más elevado de sus redes sociales que el nuestro.

Eso significa que la intención, porque además cabe señalar que todo esto nace por un juicio en donde piden la nulidad, y piden la nulidad de la Elección, ni siquiera piden que se revierta el resultado, piden la nulidad de la Elección.

Estoy convencido que con las quejas que, en todo caso presentaremos el día de hoy por la noche, suponiendo sin conceder que el Tribunal Electoral tome alguna otra determinación, ellos no podrían competir, y con mucha más claridad que en todo caso el candidato del Partido Acción Nacional, y estoy convencido también que el de Movimiento Ciudadano.

En esta lógica, el valor mercantil no se puede tomar en cuenta, y además la Sala Superior se contradijo, porque ya lo señaló en esta elección cuando el Diario El Universal, que espero no me cobren regalías por haberlos mencionado en este momento, porque El Universal cuando fue al Tribunal Electoral y al Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial en un Procedimiento Sancionador en materia de propiedad industrial, porque Ricardo Anaya los menciona en un spot, el Tribunal Electoral dijo que no había una indebida utilización de la marca, y el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial desechó el Recurso presentado por El Universal, por haber utilizado la marca, por una razón muy sencilla, porque no eran competidores, porque son valores distintos el escenario de la política evolucionaria mercantil, el escenario comercial, no había una intención directa de proyectar una marca para su venta comercial y, en consecuencia, obtener un lucro o un beneficio comercial.

Por eso la Sala Superior advierte la necesidad de tomar en cuenta no valores comerciales, y yo reconozco el esfuerzo hecho por el Instituto Nacional Electoral, en tomar en cuenta otros valores como la totalidad de los seguidores, y de esta manera, insisto, la proyección de los mensajes de nuestro Candidato, naturalmente tiene un impacto mucho menor que el del resto, que incluso ellos mismos están impugnando,

razón por la cual me parece un despropósito, y como ya se llegó a comentar en varias ocasiones en la Sala Superior, que se impugne el rebase de topes de Campaña, pero como un legítimo ejercicio, no con el ánimo de obtener a la mala lo que con votos se obtuvo a la buena.

Gracias, Consejero Presidente.

**El C. Presidente:** Gracias, señor representante.

Tiene el uso de la palabra el Consejero Electoral José Roberto Ruiz Saldaña.

**El C. Doctor José Roberto Ruiz Saldaña:** Gracias, Consejero Presidente.

Solo para que conste en actas, yo no señalé que el trabajo del Perito que mencioné, tendría necesariamente que perfilarse sobre lo que precisamente se presenta en este Proyecto de Acuerdo, que es hacer ahí cálculos a partir de interacciones y seguidores, etcétera.

Aprovecho para ahondar, no sé, quizá un Perito ha participado...

**Sigue 21ª. Parte**

## **Inicia 21ª. Parte**

... interacciones y seguidores, etcétera.

Aprovecho para ahondar, no sé, quizás un Perito ha participado en algunos litigios, precisamente ofreciendo su opinión, y, de entrada, ahí nos podría haber dicho cómo se construyen las metodologías para determinar estos costos en los litigios mismos. Es decir, creo que en el país no es novedoso que alguien alguna vez ha reclamado una cuantificación de estos derechos.

O, por ejemplo, no sé si un Perito nos hubiera dicho que otro camino por el que se abordan estas problemáticas es cuánto les están invirtiendo las empresas año con año a la publicidad para sostener, lo atractivo de sus propias marcas, no sé, eso nos lo tendría que haber dicho algún experto.

Lo que creo es que, si bien había que considerar la parte de Internet, de redes, solo era un parámetro o unos criterios que tenían que seguirse, pero como parte de un contexto más general.

En suma, para que quede en Actas, no he sostenido lo que el representante del Poder Legislativo ha señalado.

Es cuanto, Consejero Presidente.

**El C. Presidente:** Gracias, Consejero Electoral José Roberto Ruiz.

Tiene el uso de la palabra el Consejero Electoral Enrique Andrade.

**El C. Licenciado Enrique Andrade González:** Gracias, Consejero Presidente.

De manera breve, decir que estoy de acuerdo con el sentido del acatamiento, realmente creo que sí es un reto el que nos puso el Tribunal Electoral, principalmente cuando nos dice que se valore económicamente lo que podría ser la apropiación de la reputación de las marcas, sin tomar en cuenta el aspecto comercial de las mismas, entonces sí es bastante complicado calcular cuánto cuesta la reputación de una marca sin tomar en cuenta los valores comerciales.

Y la otra es que se asume que esta apropiación le da una ventaja en la contienda electoral al Candidato, y que también esto tiene un costo económico, que esto verdaderamente sí es como para ponernos a reflexionar si representa una ventaja en la contienda esta apropiación pro cuánto, cómo puede ser cuantificada, porque una cuestión sería que fuera una nueva falta administrativa si estuviera en la Ley, pero la otra es poderlo cuantificar de manera económica, y esto repercutirlo en los Gastos de Campaña, creo que éste era el reto que tenía la Unidad Técnica de Fiscalización y la Comisión de Fiscalización para poder acatar esta Sentencia. Me parece que se hace de una forma práctica, de una forma profesional también por parte de la Unidad Técnica de



Fiscalización, y siguiendo los 2 Lineamientos que nos da la propia Sentencia, que nos dice:

“...se deben de cuantificar los montos del beneficio económico, entre otras cuestiones, las circunstancias de difusión de la propaganda integrada con fines electorales, la naturaleza de la red social, y el posicionamiento que tienen las cuentas...”.

Entonces, creo que dentro de la ruta que nos da la propia Sentencia para acatar, se están tomando en cuenta justamente la naturaleza de la red social y el posicionamiento que tienen las cuentas.

Y dice también:

“...asimismo, considerará que el valor del beneficio es la ventaja que otorgue el aprovechamiento de la reputación, diferente a lo que en sí mismo cuesta o representa cada una de las marcas en el mercado...”.

Por eso creo que tampoco hubiera sido posible calcular cuánto gasta una marca en su publicidad para nosotros esto tomarlo en cuenta como para calcular o de ahí sacar alguna situación que significara el aprovechamiento de la reputación de la marca, creo que esto tampoco hubiera sido posible, incluso por lo que dice la Sentencia, porque ya sería tomar en cuenta valores comerciales que corresponden a otra, incluso, a otra naturaleza, que es la naturaleza comercial...

**Sigue 22ª. Parte**

## **Inicia 22ª. Parte**

... incluso por lo que dice la Sentencia, porque ya sería tomar en cuenta valores comerciales que corresponden a otra, incluso a otra naturaleza, que es la naturaleza comercial, y es lo que justamente nos dice la Sentencia que no hagamos.

Entonces, creo que dentro de lo complicado que es acatar esta Sentencia, lo que hizo la Unidad Técnica de Fiscalización creo que es lo correcto, está tomando en cuenta, justamente, el impacto en las redes sociales que tuvieron estas difusiones.

Y algo muy importante de aclarar es que no estamos ante una nueva falta administrativa, los candidatos no estarán impedidos de hacer esto hasta que no se convierta en una norma, o hasta que no se convierta en una jurisprudencia, que, si fuera el caso, entonces estaríamos ya hablando de una nueva conducta prohibida, y como decía el Consejero Presidente, hacer un poco más abigarrado todavía nuestro Derecho Electoral.

Gracias, Consejero Presidente.

**El C. Presidente:** Gracias, Consejero Electoral Enrique Andrade.

Tiene el uso de la palabra el Consejero Electoral Jaime Rivera.

**El C. Maestro Jaime Rivera Velázquez:** Gracias, Consejero Presidente.

Estamos ante una Resolución del Tribunal Electoral que tenemos que acatar, así se hará como es obvio, como ya lo han dicho todos mis compañeros, yo votaré a favor del Proyecto que se presenta, reconociendo que la Unidad Técnica de Fiscalización ha hecho un esfuerzo loable, y la ha encontrado razonabilidad a un problema complejo, al menos por lo novedoso.

Quisiera, simplemente, manifestar algo de cautela y algunas interrogantes, que implica una Resolución y un acatamiento como este.

Primero, todos los estudios electorales, desde que hay elecciones en sociedades de masas, han demostrado que no existe una relación ni directa ni causal entre publicidad y resultados electorales, es decir, la propaganda influye, pero no se puede determinar y mucho menos, bueno no se puede predeterminar en qué medida, y aún después no se puede saber qué tanto se debe a una determinada acción de publicidad o a muchos otros factores que juegan en una campaña, que no es solo lo que los contendientes hacen, sino cómo los perciben y cómo sienten los electores, y muchos otros actores que están en juego.

Tampoco es posible cuantificar el impacto de la propaganda en votos, y tampoco lo que se gasta en propaganda se puede cuantificar en votos.

Esta Elección que estamos concluyendo, es un ejemplo contundente de que la relación entre gasto y resultados electorales puede ser muy distante y de hecho, que la relación entre gasto en redes sociales, que muchos de los contendientes lo reportaron y a otros se les atribuyó con pruebas por contratación en redes sociales, el gasto en redes sociales tiene poco que ver o por lo menos poca proporcionalidad con las votaciones obtenidas.

Esto de verdad, nos debe conducir a algunas interrogantes, primero, se plantea una falta como apropiación indebida...

**Sigue 23ª. Parte**

## **Inicia 23ª. Parte**

... algunas interrogantes.

Primero, se plantea una falta como apropiación indebida de una marca que como tal no se puede equiparar como aportación, sino es un poco el fenómeno visto desde el lado inverso, no lo que un ente prohibido aporta, sino lo que un contendiente toma de un ente prohibido, lo cual es mucho más difuso y sumamente difícil de medir.

El uso o cualquier relación con las marcas en la contienda, si eso se llevara, se convirtiera en una norma, una norma positiva, bueno, estaríamos en problema, por ejemplo, para el uso de muchas cosas en la vida, y hasta para el entorno en que aparece cualquier candidato o cualquier emblema de partido político, en entorno.

Pensemos un mitin donde haya algún símbolo popular, no solo marcas comerciales.

**El C. Presidente:** Gracias, Consejero Electoral Jaime Rivera.

El Consejero Electoral Marco Antonio Baños desea hacerle una pregunta Consejero Electoral Jaime Rivera. ¿La acepta usted?

**El C. Maestro Jaime Rivera Velázquez:** Sí.

**El C. Presidente:** Tiene el uso de la palabra el Consejero Electoral Marco Antonio Baños.

**El C. Maestro Marco Antonio Baños Martínez:** Preguntarle si ¿podría usted continuar con su argumento, Consejero Electoral Jaime Rivera?

**El C. Maestro Jaime Rivera Velázquez:** Gracias, Consejero Electoral Marco Antonio Baños.

Concluiré así:

Solo quisiera que adoptáramos esto con cautela para no crear un precedente que nos implique atribuir siempre un valor económico a los seguidores, al link, y menos aún convertir seguidores en votos, no le atribuyamos valor económico a los votos en sí, porque eso desvirtuaría por completo la democracia.

De tal manera que espero que, de una manera madura, pausada, con el tiempo que venga, podamos establecer entre la autoridad electoral administrativa y con las autoridades jurisdiccionales, algunos criterios que den certeza, poniendo a salvo las condiciones mínimas de la competencia electoral.

Gracias, Consejero Presidente.

**El C. Presidente:** Gracias, Consejero Electoral Jaime Rivera.

Tiene el uso de la palabra la Consejera Electoral Beatriz Claudia Zavala.

**La C. Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez:** Gracias, Consejero Presidente.

Creo que en la Resolución sí nos determinan que haya una modificación en el Dictamen que necesariamente tenemos que aplicar, porque está definido así en la Sentencia y estamos en cumplimiento, y solo sí reparar en una situación que es preocupante.

Como estamos en cumplimiento, la ejecución de las Sentencias normalmente se ve por el órgano que lo dicta, y en este caso para hacer armónico el Sistema están señalando que entonces procedería un Juicio de Inconformidad, en caso de que alguien estuviera inconforme y que a partir de ello se tendría como último momento antes de la toma de protesta.

Entonces, me parece sí un poco asistémico porque estamos en cumplimiento de una Sentencia y ha sido una jurisprudencia reiterada, pero así es por la jurisdicción misma, por lo que implica la jurisdicción es decir el derecho, que solo puede declarar cumplida o incumplida una Sentencia el órgano jurisdiccional que lo emite, y no ningún otro, y menos en una Sala Regional cuando fue la Sala Superior la que dictó.

No quería dejar pasar estos 2 detalles que me llaman la atención, sobre todo en el Modelo Procesal Constitucional.

Gracias, Consejero Presidente.

**El C. Presidente:** Gracias, Consejera Electoral Beatriz Claudia Zavala.

Tiene el uso de la palabra el Consejero Electoral Ciro Murayama.

**El C. Doctor Ciro Murayama Rendón:** Gracias, Consejero Presidente.

Coincidiendo con la Consejera Electoral Beatriz Claudia Zavala, sugiero que en el apartado 4, se incluya el impacto en la Resolución INE/CG/...

**Sigue 24ª. Parte**

## **Inicia 24ª. Parte**

**... El C. Doctor Ciro Murayama Rendón:** Gracias, Consejero Presidente

Coincidiendo con la Consejera Electoral Beatriz Claudia Zavala sugiero que en el apartado 4 se incluya el impacto en la Resolución INE/CG1095/2018 que es la del Dictamen la actualización de los montos de gasto que se le estarán modificando y sumando.

Hay una errata en el cuadro referido al candidato Víctor Fuentes Solís, en realidad teníamos una cifra mal del número total de interacciones que nos da al final un total de 149 mil 334 pesos como sanción.

También estoy de acuerdo con el engrose que propone la Consejera Electoral Alejandra Pamela San Martín, creo que la argumentación es pertinente incorporarla y sí quisiera referir, que en materia de redes sociales, esta autoridad electoral ha sido muy consistente en solamente identificar 2 tipos de elementos que pueden impactar en el gasto y por lo tanto, en la fiscalización, es el costo en la producción de videos que se suben y que tienen que estar reportados, incluso hay videos de la misma calidad de las que se pautan a través de radio y televisión, y cuando los identificamos, incluso, solicitamos a la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos un Dictamen acerca de la calidad de estos materiales, porque tenemos un área encargada de, justamente, ver que se cumplan los requisitos para ser pautados los spots, nos dicen: es el mismo, son las mismas características. Entonces, inferimos un costo de producción de esos materiales.

Y la otra vertiente es el pago por la colocación y ampliar el impacto de los mensajes, es decir que lleguen a un público mayor.

Nunca hemos avanzado en el pantanoso terreno de estarle imputando costos a los seguidores, sería tanto como empezar a fiscalizar los actos de campaña no en función del costo del evento; de la tarima, de los equipos de sonido, de los grupos musicales, sino de cuánta gente llegó al mitin. Eso sería equivocado. Claro, si llegaron en autobuses y fueron pagados, eso sí, pero la popularidad de un tuitero, de alguien en Facebook nosotros nunca la hemos cuantificado económicamente y me parece que el comportamiento orgánico, que así además funcionas al decir que no hay costo, nosotros mismos hemos difundido el Proceso Electoral sin gastar un solo peso pagándole a las redes sociales porque lleguen nuestros mensajes y en temporada de Proceso Electoral, teníamos muchas interacciones por el interés natural que había alrededor del Proceso Electoral, pero sería absurdo decir, que ese fue un costo para el Instituto Nacional Electoral, cuando no gastó un peso en ello.

También hay mensajes que enviaron los candidatos que no representaron costo alguno.

De la misma manera que no cuesta para los partidos políticos la difusión de los spots de radio y televisión, porque son con cargo a los tiempos del Estado, sería absurdo

decir, porque pautaste en un canal con más audiencia fue más caro cuando no lo están pagando.

Entonces, sí llamaría la atención a no entrar en un terreno donde le empezamos a poner costos a lo que no tiene y entonces, a torcer las reglas...

**Sigue 25ª. Parte**

## **Inicia 25ª. Parte**

... fue más caro cuando no lo están pagando, entonces sí llamaría la atención a no entrar a un terreno donde le empezamos a poner costos a lo que no tiene, y entonces, a torcer las reglas básicas de la contabilidad y la fiscalización.

Gracias, Consejero Presidente.

**El C. Presidente:** Gracias, Consejero Electoral Ciro Murayama.

Tiene el uso de la palabra el Licenciado Morelos Canseco, representante suplente del Partido Revolucionario Institucional.

**El C. Morelos Jaime Carlos Canseco Gómez:** Muchas gracias, Consejero Presidente.

Desde luego que sí me gustaría tener acordeón para las intervenciones del Consejo General, sobre todo, cuando los Proyectos de Resolución se presentan dentro de otra sesión ordinaria para discutirse en extraordinaria.

Quiero tratar de retomar lo que nos parece a nosotros relevante en este punto tan delicado para el Sistema Electoral y para el Sistema de Partidos Políticos. Estamos ante 2 hechos, desde luego, uno que es el que hubo quejas, hubo una, hubo determinaciones de la Sala Superior, y destaco lo primero, la necesidad de este órgano superior, del Instituto Nacional Electoral de cumplir y acatar lo dispuesto por la Sentencia.

Segundo, creo que también hay un hecho, y nosotros no lo hemos negado, hay una práctica entre las candidatas y los candidatos de todos los partidos políticos, de utilizar ciertas prendas de ropa, ciertos elementos materiales que, partiendo de sus propias preferencias, o de sus propias consideraciones al momento que vive nuestra sociedad, la utilizan, así lo asumí, pudiera estar equivocado, desde luego, para generar una vinculación con el universo electoral, y motivar la empatía hacia determinada candidatura.

Me parece que esos 2 hechos están ahí, nosotros no los hemos negado.

También me parece que hay algo, y creo que a todos los partidos políticos, si me equivoco, desde luego, me corrigen, nos preocupa, que cuando en algún asunto que se discute aquí y se resuelve o se impugna y se determina un criterio por la autoridad jurisdiccional, el asunto corta parejo, porque cuando alguien descubre la tecnología para que una cuestión sea o no sea acorde al régimen legal, mañana lo usa otra fuerza política. Es decir, no hay una circunstancia que sea exclusiva, y voy a tener la patente de cómo hacer algo, o cómo impugnar algo porque queda para todos.

Entonces, me parece que llevo ahí nuestras reflexiones, porque lo fundamental es el valor, desde nuestra perspectiva, del principio de libertad de expresión de las



candidatas, los candidatos, de los partidos políticos para hacer sus labores de proselitismo dentro de las normas que se encuentran contenidas en la Constitución Política y en las Leyes que de ella derivan.

Creo que ése es el reto que lanza esta Sentencia y que debe acatar esta autoridad, porque el valor a preservar es la libertad de expresión en las acciones de propaganda. Sí se vinculan algunos de estos ejercicios de libertad como lo destaca el Consejero Electoral Ciro Murayama, elementos que debieran ser cuantificables para efectos de gasto, y, por tanto, de fiscalización, me parece que ahí el riesgo es estar disminuyendo las libertades de expresión en actividades de proselitismo electoral donde, son consubstanciales.

Si pudiéramos, o si me atreviera...

**Sigue 26ª. Parte**

## **Inicia 26ª. Parte**

... las libertades de expresión en actividades de proselitismo electoral, donde son consustanciales, si pudiéramos o si me atreviera a hacer una categorización de cuál es la libertad fundamental para la democracia, creo que es la libertad de expresión.

Es cuanto Consejero Presidente.

**El C. Presidente:** Muchas gracias señor representante.

Permítanme intervenir para subsanar una omisión, en la que incurrí en mi intervención anterior, a diferencia de mis colegas y creo que vale la pena hacerlo ante un desafío, tanto temporal por los estrechos plazos que nos dio para acatar la Sala Superior, por un lado, y ante la complejidad evidente de tratar de darle racionalidad y la mayor objetividad posible a la que estamos obligados a un mandato que implicaba una serie de valoraciones en la que esto resultaba particularmente difícil, y lo más sencillo habría sido caer en una mera apreciación subjetiva, la Unidad Técnica de Fiscalización nos ha presentado, en muy breve tiempo, como se ha señalado, un Dictamen que, por un lado, desde mi punto de vista acata a plenitud la Sentencia que nos obliga, por un lado, pero por otro lado también, insisto, hace un esfuerzo, creo logrado en la medida de lo posible ante la materia inasible en muchos sentidos, y por decir lo menos, novedosa vista la inversión de ruta interpretativa que tiene el Tribunal Electoral, razón por la cual sí quiero subrayar junto con mis colegas, un agradecimiento y un reconocimiento al Doctor Lizandro Núñez y a todos los directivos y trabajadores de la Unidad Técnica de Fiscalización que estuvieron involucrados en la realización de este Proyecto de Acuerdo.

Al no haber más intervenciones.

Secretario del Consejo, le ruego que tome la votación correspondiente.

**El C. Secretario:** Con gusto, Consejero Presidente.

Creo que se puede hacer una votación única en la cual se incorporen diferentes propuestas que se han hecho sobre la mesa.

En el orden en que fueron apareciendo, la adenda que propuso la misma Unidad Técnica de Fiscalización, los informes que propuso incorporar el representante de Movimiento Ciudadano, los que sugirió también el representante de Acción Nacional, tanto los informes que él señala, como el escrito de su Candidato, el engrose que propone la Consejera Electoral Pamela San Martín para fortalecer el Proyecto, e incorporar en el apartado cuarto la referencia a la que hizo referencia el Consejero Electoral Ciro Murayama, y la errata que él mismo indica.

Creo que ese conjunto de propuestas, pueden ir en la votación en lo general.

Si es así, señoras y señores Consejeros Electorales, se consulta si se aprueba el Proyecto de Acuerdo del Consejo General del Instituto Nacional Electoral, identificado en el orden del día como el punto 1, tomando en consideración la adenda circulada previamente, las propuestas de incorporar diversos informes formuladas por el representante de Movimiento Ciudadano y Acción Nacional, así como en los antecedentes, también el documento al que hizo referencia el representante de Acción Nacional, el engrose propuesto por la Consejera Electoral Pamela San Martín, la referencia que sugiere el Consejero Electoral Ciro Murayama...

**Sigue 27ª. Parte**

## **Inicia 27ª. Parte**

... de Acción Nacional, el engrose propuesto por la Consejera Electoral Pamela San Martín, la referencia que sugiere el Consejero Electoral Ciro Murayama, incorporar en el apartado cuarto, y la errata que él mismo indicó.

Quienes estén a favor...

**El C. Presidente:** Una moción del Consejero Electoral Ciro Murayama, Secretario del Consejo.

**El C. Doctor Ciro Murayama Rendón:** Nada más para decir, es que son 2 Proyectos de Resolución y lo que propuso el Partido Acción Nacional es para el que sigue, porque el primer asunto es solo sobre el de Movimiento Ciudadano, entonces, para que esa parte la dejemos para el que sigue.

**El C. Presidente:** Así es, y dado que son 2 puntos del orden del día no podemos conjuntarlos en una sola votación Secretario del Consejo.

**El C. Secretario:** De acuerdo.

Entonces, excluiríamos para el siguiente punto la propuesta del representante del Partido Acción Nacional.

Quienes estén a favor de aprobarlo en estos términos, sírvanse manifestarlo.

10 votos.

¿En contra?

1 voto.

Aprobado, por 10 votos a favor y 1 voto en contra Consejero Presidente.

Tal y como lo establece el Reglamento de Sesiones, procederé a realizar el engrose de conformidad a los argumentos expuestos, en virtud de que hay los plazos tan breves, este Proyecto se está aprobando a las 19:54 horas, para los tiempos que corren para todos los interesados al respecto.

**El C. Presidente:** Gracias, Secretario del Consejo.

Continúe con el siguiente asunto del orden del día.

**El C. Secretario:** El siguiente asunto es el relativo al Proyecto de Acuerdo del Consejo General del Instituto Nacional Electoral, por el que se da cumplimiento a la Sentencia de la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, recaída a los recursos de reconsideración SUP-REC-887/2018 y acumulados, interpuesto por el Partido Revolucionario Institucional y otros en contra de la Resolución INE/CG1088/2018, respecto del procedimiento administrativo sancionador de queja en materia de fiscalización número INE/Q-COF-UTF/548/2018 y su acumulado INE/Q-COF-UTF/645/2018.

**El C. Presidente:** Gracias, Secretario del Consejo.

Me parece que la discusión del punto anterior y la propuesta específica de la representación del Partido Acción Nacional en este punto, agotan la discusión.

Me gustaría simple y sencillamente aprovechar que está abierta, la votación para este segundo punto, antes de dar paso a la misma, para señalar que más allá de los plazos que ha señalado en el punto anterior y que señalará el Secretario del Consejo para la votación que corresponde, debe tomarse en cuenta de que, para todo efecto legal tenemos una serie de engroses que desarrollar, y consecuentemente es al término de la realización de esos engroses que es cuando empiecen a computar los plazos para una eventual impugnación, no digo nada nuevo en términos procesales, pero prefiero que quede constatado en Actas para todos los efectos jurídicos a que haya lugar.

Secretario del Consejo, al no haber intervenciones le ruego tomar la votación correspondiente, incluyendo en este caso, sí, la propuesta de adición del representante del Partido Acción Nacional, reproduciendo para este caso, todos los argumentos del punto anterior para efectos del engrose de este Proyecto de Resolución.

**El C. Secretario:** Señoras y señores Consejeros Electorales, se consulta si se aprueba el Proyecto de Acuerdo del Consejo General del Instituto Nacional Electoral, identificado en el orden del día como el punto 2, tomando en consideración en esta votación la adenda circulada previamente, los argumentos que derivan del punto anterior y la solicitud del representante del Partido Acción Nacional.

Quienes estén a favor de aprobarlo en estos términos, sírvanse manifestarlo.

10 votos.

¿En contra?

1 voto.

Aprobado, por 10 votos a favor, 1 voto en contra.

Tal y como lo establece el Reglamento de Sesiones...

**Sigue 28ª. Parte**

## **Inicia 28ª. Parte**

... estén a favor de aprobarlo en estos términos, sírvanse manifestarlo.

10 votos.

¿En contra?

1 voto.

Aprobado, por 10 votos a favor 1 voto en contra, tal y como lo establece el Reglamento de Sesiones, procedería al engrose correspondiente, y para mayor certeza, este punto se está aprobando a las 19 horas con 57 minutos del día de hoy.

Es cuanto, Consejero Presidente.

**El C. Presidente:** Secretario del Consejo, le pido que informe el contenido de los 2 Acuerdos que hemos aprobado en esta Sesión a la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación para los efectos conducentes.

Integrantes del Consejo General, se han agotado los asuntos del orden del día, razón por la cual se levanta la sesión.

Muy buenas noches.

- - - o0o - - -