



- Breves reflexiones en torno a la iniciativa de reforma constitucional del Presidente de la República en materia de propaganda gubernamental

“BREVES REFLEXIONES EN TORNO A LA INICIATIVA DE REFORMA CONSTITUCIONAL DEL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA EN MATERIA DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL”.

Eliud DE LA TORRE VILLANUEVA¹.
Melissa JIMENEZ MARÍN².

Índice

1. Definición de propaganda gubernamental.
2. Propósito de la suspensión o restricción de difusión de la propaganda gubernamental.
3. Reforma Electoral de 2007.
4. Principio de imparcialidad, neutralidad y equidad.
5. Excepciones de la propaganda gubernamental.
6. Regulación de la propaganda gubernamental.
 - 6.1 Nivel Constitucional.
 - 6.2 Legislativo.
 - 6.3 Nivel internacional.
7. Cuadro comparativo entre el texto constitucional vigente y la iniciativa con proyecto de decreto del Presidente de la República en materia de propaganda gubernamental.
8. Reflexiones finales.
9. Fuentes de información.

1. Definición de propaganda gubernamental

La propaganda gubernamental puede definirse como: “las campañas de comunicación de los gobiernos que difunden sus acciones o logros.”³

Por su parte, la Sala Superior del TEPJF, ha sostenido que la propaganda gubernamental es aquella que es difundida por los poderes federales, estatales y municipales, el conjunto de actos, escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que llevan a cabo los servidores o entidades públicas que tenga como finalidad difundir para el conocimiento de la ciudadanía la existencia de

¹ Jefe del Área de Investigación del Tribunal Electoral de Quintana Roo.

² Auxiliar administrativo del Tribunal Electoral de Quintana Roo.

³ Central Electoral- INE, 2021. Consultable en: <https://centralelectoral.ine.mx/>

logros, programas, acciones, obras o medidas de gobierno para conseguir su aceptación.⁴

2. Propósito de la suspensión o restricción a la difusión de la propaganda gubernamental.

Según afirma Guevara, la suspensión de la propaganda gubernamental tiene un doble propósito: 1) evitar que los gobiernos beneficien a determinado partido político o candidato a través de la difusión de sus logros, y; 2) evitar que los recursos públicos provenientes del gasto en comunicación social se apliquen, precisamente, para favorecer a un instituto político o personaje.

De lo anterior, es dable señalar que la restricción a la difusión en medios de comunicación social de toda propaganda gubernamental durante las campañas electorales tiene como propósito fundamental evitar que los entes públicos puedan influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ya sea en pro o en contra de determinado partido político o candidato, en concordancia con los principios de equidad e imparcialidad que rigen en la contienda electoral.⁵

3. Reforma Electoral de 2007.

Los conflictos posteriores a las elecciones federales celebradas el 2 de junio de 2006, en la cual los votantes acudieron a votar para elegir un nuevo Presidente de la República por un periodo de seis años en sustitución al otrora Presidente de la República Vicente Fox Quezada, en la que de igual forma se llevaron a cabo votaciones locales en el Distrito Federal, Guanajuato, Jalisco y Morelos y regidores en varios estados.⁶

⁴ Guevara, Adalberto, "Suspensión de propaganda gubernamental y derecho de acceso a la información pública: hacia un punto de equilibrio en México", Estudios en Derecho a la Información. Revista Jurídicas UNAM, México. Consultable en: <https://revistas.juridicas.unam.mx/index.php/derecho-informacion/article/view/10426/12497>

⁵ Idem.

⁶ AcademiaLab, 2022. Consultable en <https://academia-lab.com/>

Uno de los hechos más importantes fue la influencia que presuntamente realizó el entonces Presidente de la República Vicente Fox Quezada, para favorecer al candidato Felipe Calderón el cual tuvo como resultado una ventaja del 0.6% de los votos sobre López Obrador, en lo relativo al Programa de Resultados Preliminares (Prep) que difundió a la opinión pública el mismo día y momento a momento la información sobre la votación en cada circunscripción electoral⁷.

Ese programa dio a conocer información inconclusa sobre las votaciones y dejó fuera de la difusión pública los datos de un gran número de mesas receptoras de voto. La percepción social parecía indicar que había sido diseñado para resaltar artificialmente una ventaja a favor de partido opositor del PAN, pues la información no reflejaba las altas y bajas de la votación ni los cruzamientos en las tendencias entre el candidato López Obrador y Calderón, sino que los resultados aparecían en una línea continua, lo que no se avenía con la composición geográfica y política del país. La autoridad electoral no pudo dar el 2 de julio información sobre el ganador.

La autoridad electoral entró en cuestionamiento frente a los partidos y más aún a López Obrador. Pues este señalaba que lo que debía hacerse consistía en hacer el recuento total de los votos, y hacer hincapié en las irregularidades del proceso electoral. Para lograrlo interpusieron 240 juicios de inconformidad en más del 30% de los órganos electorales del país en los que entre otras cosas demandaron la apertura de las urnas, el recuento de los votos y la nulidad de la elección presidencial. Sin embargo aún después de que estos resultados no fueran a su favor, el Partido de la Revolución Democrática inició diversas movilizaciones populares y "plantones" en las principales calles y avenidas del centro histórico de la ciudad de México.

A pesar de todo esto, el 6 de julio de 2006 el Instituto Federal Electoral anunció el conteo final de votos de las elecciones, resultando un estrecho margen de 0.58 puntos para Felipe Calderón Hinojosa y posteriormente el 5 de septiembre de 2006 el Tribunal Electoral al calificar la elección, otorgó el triunfo a Felipe Calderón. En consecuencia, la sociedad lo catalogó como un presidente ilegítimo lo que tuvo como resultado ser las

⁷ Revista Jurídicas UNAM, 2022. Consultable en: <https://revistas.juridicas.unam.mx/>

elecciones más disputadas en los tiempos recientes para la historia de México al ser una jornada comicial llena de cuestionamientos y descalificaciones. La ciudadanía calificó al entonces IFE como impotente para actuar de forma efectiva ante las problemáticas entre los participantes.

Por las razones anteriores, la elección presidencial de 2006 puso en tela de juicio la eficacia del sistema electoral mexicano, en lo que respecta a las controversias en materia electoral específicamente en los actores políticos y los propios ciudadanos, debido a que la opinión popular consideró que dicha jornada comicial circundó en condiciones con *falta de equidad* en la contienda, así como la participación de particulares en actos de campaña y el financiamiento de partidos, el uso excesivo de los medios masivos de comunicación, así como spots negativos en contra de los candidatos.

En este sentido, la reforma constitucional de 2007 parece reconocer la serie de factores cuestionables que tuvieron lugar durante la campaña así como la elección de 2006. Al establecer entre otras cosas el derecho de réplica como garantía constitucional, recortes presupuestarios, los partidos políticos, así como a los dineros destinados a las campañas electorales; regulación del acceso de los partidos políticos a los medios electrónicos de comunicación; prohibición de contratación de tiempos en medios electrónicos; limitación a la intervención de terceros en las contiendas electorales; prohibición de la utilización de recursos públicos para la promoción personal de gobernantes y funcionarios; regulación de precampañas y acotamiento temporal de las campañas; nueva conformación e incremento de facultades del IFE⁸.

Derivado de lo anterior, esta reforma busca procesos electorales más equitativos, que tiene como eje limitar la actividad propagandística de los gobernantes con la prohibición de cualquier tipo de publicidad gubernamental, de cualquier orden, durante los procesos electorales. Ahora bien, en lo que refiere al artículo 41, base III, apartado C, segundo párrafo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, constituye el marco normativo del actual diseño de comunicación política de los procesos electorales, tanto federales como locales. Este nuevo modelo redirecciona las

⁸ 1library, 2022. Consultable en: <https://1library.co/>

competencias para que el INE sea la autoridad única para administrar los tiempos del Estado en radio y televisión, con la obligación de vigilar y garantizar el cumplimiento de la ley.

Su finalidad, impedir que actores que no formen parte del Proceso Electoral incidieran en las campañas electorales y sus resultados a través de los medios de comunicación. Es por ello, que se prohibió a los partidos políticos, precandidaturas y candidaturas, así como cualquier otra persona física o moral, contratar o adquirir tiempos en radio y televisión con el fin de influir en las preferencias electorales.

De igual forma, se reformó el artículo 134 párrafos séptimo y octavo, de la Constitución General, la cual establece la obligación de las y los servidores públicos de los tres niveles de gobierno, de aplicar en todo momento con imparcialidad los recursos públicos, sin influir en la equidad de la contienda.

Dicho artículo, al ser la base del marco normativo del nuevo modelo de comunicación política de los procesos electorales, marcó la directriz para que el entonces IFE (ahora INE) sea el encargado de administrar los tiempos de radio y televisión. Sin olvidar otro de los puntos torales de la reforma, que fue la regulación de la propaganda gubernamental y promoción personalizada de las y los servidores públicos.

Esa reforma sin duda fue un parte aguas que fijó un nuevo modelo de comunicación política, en donde la finalidad era poner el piso parejo en los medios de comunicación y así, evitar que existan condiciones que generen inequidad entre los contendientes en un Proceso Electoral.

4. Principios de imparcialidad, neutralidad y equidad.

Para la SCJN el principio de imparcialidad consiste en que “en el ejercicio de sus funciones las autoridades electorales eviten irregularidades, desviaciones o la proclividad partidista”⁹.

⁹ Jurisprudencia 144/2005, SCJN.

Para Orozco, este principio “exige que los órganos electorales actúen y decidan en el marco de sus atribuciones, de manera objetiva, atendiendo exclusivamente a los méritos y características propias del asunto en cuestión, por encima de sus preferencias políticas, es decir, supeditando cualquier interés personal o partidario al servicio de la voluntad del ciudadano y de la democracia”.¹⁰

Por su parte, el principio de neutralidad¹¹, está intrínsecamente relacionado con el principio constitucional de imparcialidad, puesto que el primero de los mencionados crea una obligación para las y los servidores públicos de mantenerse “neutros”, es decir, de no emplear el poder público o su investidura para influir al electorado.

Lo anterior, es acorde con lo que han determinado otros tribunales constitucionales, como la Corte Constitucional alemana en el caso identificado como 2 BvE 1/76, al sostener que no se permite que las autoridades públicas se identifiquen, a través de su función, con candidatos o partidos políticos en elecciones, ni que los apoyen mediante el uso de recursos públicos o programas sociales, en especial, propaganda.

Y con ello, se busca inhibir o desalentar toda influencia de los entes públicos que incline la balanza a favor o en contra de determinado candidato o que distorsione las condiciones de equidad entre los contendientes; siendo así, que cualquier actuación que vaya más allá de los mencionados límites, implicaría la conculcación del principio de neutralidad que la Constitución General exige a todos y todas las personas servidoras públicas, para que el ejercicio de sus funciones se realice sin sesgos, en cumplimiento estricto de la normatividad aplicable.

¹⁰ Curso virtual: “Régimen Sancionador Electoral; POS y PES”. Unidad 1. Escuela Judicial Electoral del TEPJF.

¹¹ Tesis V/2016 aprobada por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Consultable en el siguiente link: <https://www.te.gob.mx/IUSEapp/tesisjur.aspx?idtesis=V/2016&tpoBusqueda=S&sWord=principio,de,neutralidad>

Finalmente, el principio de equidad en la contienda electoral, supone que las condiciones materiales y reglas de la competencia electoral, no favorezcan ni perjudiquen indebidamente a alguno de los participantes.

Ahora bien, tratándose de la equidad por parte de los servidores públicos, la Sala Superior del TEPJF, ha señalado que en una sociedad democrática las autoridades estatales, particularmente aquellas que ostentan una alta investidura pública, tienen no solamente una posición de garante de los derechos fundamentales de las personas, sino también un especial deber de cuidado para evitar aquellas conductas que pudieran incidir en el ejercicio pleno de esos derechos o constituir injerencias directas o indirectas de presión en el electorado.

Asimismo, cabe mencionar que toda propaganda que difundan los entes públicos, a través de cualquier medio de comunicación social, debe guardar en todo momento un carácter institucional, tener fines informativos, educativos o de orientación social.¹²

5. Excepciones de la propaganda gubernamental.

Existen supuestos de excepción de la propaganda gubernamental, los cuales se encuentran previstos en el artículo 41, base III, apartado C, de la Constitución General. *Tales supuestos son:* las campañas de información de las autoridades electorales, las relativas a servicios educativos y de salud, o las necesarias para la protección civil en casos de emergencia.

Es importante precisar que las referidas excepciones, siempre deberán de cumplir con los principios constitucionales de imparcialidad y equidad. Ya que si bien el Constituyente permanente consideró esos rubros de excepción como prioritarios y, por ende, que no se suspendiera su difusión incluso en las campañas electorales (periodo prohibido); lo anterior, no quiere decir que tales rubros queden exentos de cumplir con

¹² Idem.

los citados principios, puesto que, de no hacerlo así, se cometería un fraude a la normativa constitucional y legal en la materia.

Lo anterior, toda vez que, como ya fue referido con anterioridad, la restricción a la difusión en medios de comunicación social de toda propaganda gubernamental durante las campañas electorales, tiene como fin evitar que los entes públicos puedan influir en las preferencias electorales de la ciudadanía, ya sea en pro o en contra de determinado partido político o candidato.¹³

6. Regulación de la propaganda gubernamental.

6.1 Nivel Constitucional

El artículo 41, base III, apartado C, segundo párrafo, de la Constitución General establece lo relativo a la regulación de la propaganda gubernamental. Dicho precepto constitucional establece a la literalidad lo siguiente:

“Artículo 41 [...]

I...III

Apartado A...B

Apartado C [...]

Durante el tiempo que comprendan las campañas electorales federales y locales y hasta la conclusión de la respectiva jornada comicial, deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación social de toda propaganda gubernamental, tanto de los poderes federales, como de las entidades federativas, así como de los Municipios, de las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México y cualquier otro ente público. Las únicas excepciones a lo anterior serán las

¹³ Jurisprudencia 18/2011, bajo el rubro: PROPAGANDA GUBERNAMENTAL. LOS SUPUESTOS DE EXCEPCIÓN A QUE SE REFIERE EL ARTÍCULO 41, BASE III, APARTADO C, DE LA CONSTITUCIÓN FEDERAL, DEBEN CUMPLIR CON LOS PRINCIPIOS DE EQUIDAD E IMPARCIALIDAD”, aprobada por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Consultable en el siguiente link: <https://www.te.gob.mx/USEapp/tesisjur.aspx?idtesis=18/2011&tpoBusqueda=S&sWord=jurisprudencia,18/2011>

campañas de información de las autoridades electorales, las relativas a servicios educativos y de salud, o las necesarias para la protección civil en casos de emergencia”.

Es importante hacer mención, que los principios constitucionales tutelados por la Constitución General en relación a la suspensión de la propaganda gubernamental en periodo prohibido, así como en el uso de recursos públicos, son el de imparcialidad y equidad, establecidos en el artículo 134, párrafo séptimo, de la Constitución General.

De igual manera, el artículo 134, párrafo octavo, de la Constitución General, en lo relativo a dicho tópico establece lo siguiente:

“Artículo 134 [...]

[...]

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

6.2 Nivel legislativo

A nivel legislativo, la propaganda gubernamental está regulada en el artículo 209, numeral 1, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE). Dicho precepto legal, contiene la misma redacción que el ya referido artículo 41, apartado C, de la Constitución General.

Asimismo, el artículo 449, numeral 1, inciso C, de la LGIPE, prevé las infracciones de las servidoras y los servidores públicos, así como de cualquier ente público de los tres niveles de gobierno; entre las que se encuentran, en la parte que interesa, difundir propaganda gubernamental dentro del periodo prohibido.

6.3 Nivel internacional

En el contexto del derecho internacional de los derechos humanos, la CIDH y la OEA elaboraron el documento denominado: “*Principios sobre regulación de la publicidad oficial y libertad de expresión*”, el cual recoge experiencias positivas y negativas, que en este tópico han tenido algunos de sus miembros, además de emitir recomendaciones generales a los Estados en materia de comunicación pública.

El ordenamiento jurídico de cada país sobre publicidad oficial o propaganda gubernamental, dice el informe, debe definirla “de manera sencilla y abarcadora, por ejemplo, señalando que: “es publicidad estatal toda comunicación, anuncio o espacio solventado con fondos públicos, en cualquier medio de comunicación y en cualquier soporte”.¹⁴

Es importante precisar, que si se analizan conjuntamente los conceptos de propaganda gubernamental y publicidad oficial que señalan el TEPJF, la CIDH y la OEA, respectivamente, se observa que en términos generales se refieren al mismo objeto: la información de los entes públicos que se difunde a la sociedad en general.

En el mismo documento, la CIDH enuncia los **objetivos legítimos de la publicidad oficial**, los cuales son: a) informar sobre los servicios que prestan y las políticas que impulsan; b) conocer las actividades oficiales; c) tener un propósito de utilidad pública; d) no debe inducir a error a sus destinatarios, y; e) en general, comunicarse con la población a fin de cumplir sus cometidos y garantizar el derecho a la información.

¹⁴ Guevara, Adalberto, “Suspensión de propaganda gubernamental y derecho de acceso a la información pública: hacia un punto de equilibrio en México”. Estudios en Derecho a la Información, Jurídicas UNAM, México. Consultable en: <https://revistas.juridicas.unam.mx/index.php/derecho-informacion/article/view/10426/12497>

A su vez, señala que dicha publicidad no debe utilizarse con fines discriminatorios para violar los derechos humanos de la ciudadanía, con fines electorales o partidarios, no puede ser propaganda encubierta de quienes controlan el gobierno o de sus intereses, ni debe ser utilizada para la estigmatización de sectores o críticos del gobierno.¹⁵

7. Cuadro comparativo entre el texto constitucional vigente y la iniciativa con proyecto de decreto del Presidente de la República en materia de propaganda gubernamental.

TEXTO CONSTITUCIONAL VIGENTE	INICIATIVA DEL PRESIDENTE
<p>Artículo 35. ... I. a VIII ... 1o. a 4o [...]</p> <p>Durante el tiempo que comprende el proceso de consulta popular, desde la convocatoria y hasta la conclusión de la jornada, deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación de toda propaganda gubernamental de cualquier orden de gobierno, salvo aquellas que tengan como fin difundir campañas de información de las autoridades electorales, las relativas a los servicios educativos y de salud, o las necesarias para la protección civil en casos de emergencia;</p> <p>Apartado reformado DOF 10-02-2014, 20-12-2019</p> <p>5o. ...</p> <p>Artículo 41. [...] I...III</p>	<p>Artículo 35. ... I. a VIII ... 1o. a 4o [...]</p> <p>Durante el tiempo que comprende el proceso de consulta popular, desde la convocatoria y hasta la conclusión de la jornada, deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación de toda propaganda gubernamental de cualquier orden de gobierno, salvo aquellas que tengan como fin difundir campañas de información de las autoridades electorales, las relativas a los servicios públicos, o las necesarias para la protección civil en casos de emergencia;</p> <p>5o. ...</p> <p>Artículo 41. [...] I...III</p>

¹⁵ Idem.

<p>Apartado A...B</p> <p>Apartado C...</p> <p>Durante el tiempo que comprendan las campañas electorales federales y locales y hasta la conclusión de la respectiva jornada comicial, deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación social de toda propaganda gubernamental, tanto de los poderes federales, como de las entidades federativas, así como de los Municipios, de las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México y cualquier otro ente público. Las únicas excepciones a lo anterior serán las campañas de información de las autoridades electorales, las relativas a servicios educativos y de salud, o las necesarias para la protección civil en casos de emergencia.</p>	<p>Apartado A...B</p> <p>Apartado C...</p> <p>Durante el tiempo que comprendan las campañas electorales federales y locales y hasta la conclusión de la respectiva jornada comicial, deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación social de toda propaganda gubernamental, es decir, aquella contratada con recursos públicos por los sujetos obligados, conforme al artículo 134 de esta Constitución y su ley reglamentaria. Las únicas excepciones a lo anterior serán la difusión de mensajes de carácter informativo con relación al proceso electoral, las relativas a servicios públicos y las necesarias para la protección civil en casos de emergencia.</p>
--	---

Del anterior cuadro, podemos llegar a las siguientes **conclusiones:**

- En primer lugar, podemos señalar como *aspectos novedosos de la iniciativa de reforma*, que se define la *propaganda gubernamental*, como aquella contratada con recursos públicos por los sujetos obligados, conforme al artículo 134 de la Constitución General y su ley reglamentaria.
- Como segundo aspecto, la iniciativa de reforma establece que las únicas excepciones a la suspensión de la difusión en los medios de comunicación de la propaganda gubernamental, serán la difusión de mensajes de carácter informativo con relación al proceso electoral, las relativas a **servicios públicos** y las necesarias para la protección civil en casos de emergencia.

En este último punto, podemos observar que, la primera excepción fue ampliada, ya que, el texto constitucional vigente establece como excepción: “*las campañas de información de las autoridades electorales [...]*”, mientras que la iniciativa de reforma señala como excepción: “*la relativa a la difusión de mensajes de carácter informativo con relación al proceso electoral [...]*”.

Quizá *a priori* daría la impresión que se refiere a lo mismo, sin embargo, leyendo entre líneas nos damos cuenta que, mientras la primera excepción en el texto constitucional vigente se refiere a las campañas o mensajes informativos de las autoridades electorales, es decir, refiriéndose al INE¹⁶, OPLES¹⁷, Tribunales Electorales (federales o locales); por el contrario, la primera de las excepciones de la iniciativa de reforma, también se refiere a la difusión de mensajes de carácter informativo, pero haciendo la distinción que dichas campañas de información o difusión de mensajes de carácter informativo, no solo las puedan realizar las autoridades electorales.

Sino que, ahora, abre la posibilidad a que las puedan difundir cualquier autoridad o servidor público. Lo anterior, al quitar el candado del texto vigente, que establece que tales campañas de difusión las realicen las autoridades electorales, En ese sentido, no existe restricción alguna para que cualquier otra autoridad que no sea electoral, pueda realizar difusión de mensajes de carácter informativo con relación al proceso electoral. Clara muestra de ello, lo vemos con las famosas “*conferencias matutinas o mañaneras*” del Presidente de la República, Andrés Manuel López Obrador.

Por otro lado, una de las excepciones fundamentales y muy debatible de la iniciativa de reforma, es la excepción concerniente a que ahora en vez de que únicamente los rubros de *educación y salud*, sean las excepciones en cuanto a los servicios públicos que no son sujetos de suspensión o restricción durante el periodo de veda electoral, ahora la iniciativa de reforma de MORENA amplía dichas excepciones a: “*servicios públicos*”¹⁸.

¹⁶ Instituto Nacional Electoral.

¹⁷ Organismos públicos locales electorales.

¹⁸ Significados, “*Servicios Públicos*”, consultable en: <https://www.significados.com/servicios-publicos/>

“Son todas aquellas actividades llevadas a cabo por los organismos del Estado o bajo el control y la regulación de este, cuyo objetivo es satisfacer las necesidades de una colectividad”. “Los servicios públicos

Existen innumerables servicios públicos, entre ellos, podemos mencionar los siguientes: abastecimiento de agua, electricidad, gas, servicio de salud, educación, servicios de emergencia (bomberos, policía, paramédicos), servicio de recolección y gestión de residuos, servicio judicial, servicio de seguridad, servicio social, servicio militar, correo o servicio postal, bibliotecas públicas, telecomunicaciones, servicio de planeamiento urbanístico, servicio de protección al medio ambiente, radiodifusión pública, transporte público, tratamiento de aguas residuales y vivienda pública.¹⁹

8. Reflexiones Finales

La iniciativa de reforma a mi punto de vista tiene dos propósitos fundamentales:

1. Que el Presidente de la República o cualquier otro funcionario de primer nivel del Gobierno en turno, pueda manifestarse en torno al proceso electoral, para ganar adeptos o inclinar la balanza hacía su partido político o candidato;
2. Al ampliar las excepciones a “servicios públicos”, esto genera la posibilidad de “abrir la llave” para que MORENA y, en su momento el gobierno en turno, pueda difundir en periodo prohibido una amplia gama de servicios públicos en todos los rubros, con lo cual, evidentemente, se pretende que el gobierno siga teniendo la máxima publicidad en la actividad mediática y, con ello, posicionar al partido en el gobierno; así como también seguir generando adeptos entre la ciudadanía, vulnerando con ello los principios de imparcialidad y equidad en la contienda.

son una función de Estado, puesto que el Estado no es sino una corporación de servicios públicos administrados por los gobernantes sobre quienes recae, a su vez, la función y la obligación de crear, organizar y garantizar el adecuado funcionamiento de los servicios públicos”.

¹⁹ Idem.

Lo anterior, ya que si bien es cierto, que en términos de la jurisprudencia 18/2011²⁰ los supuestos de excepción a que se refiere el artículo 41, base III, apartado C, de la Constitución General (incluidos los “servicios públicos” de aprobarse la iniciativa de reforma), invariablemente deben de cumplir con los principios de imparcialidad y equidad, esto genera muchas suspicacias. Ya que podría tratarse solamente de un “fraude a la ley”, es decir, una mera simulación. Y de ser así, desencadenaría una cascada de impugnaciones entre los partidos políticos.

No debe olvidarse que la restricción a la difusión en medios de comunicación de toda propaganda gubernamental durante las campañas electorales, tiene como objetivo evitar que los entes públicos puedan influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ya sea en pro o en contra de determinado partido político o candidato, atento a los principios de equidad e imparcialidad que rigen en la contienda electoral.

En ese orden de ideas, si en vez de restringir los supuestos de excepción, se amplía el abanico de posibilidades (incluyendo en la iniciativa todos los servicios públicos), esto conlleva al efecto contrario, es decir, más que abonar a preservar los referidos principios de imparcialidad y equidad, representa una “ventaja” para el partido político que se encuentre en el poder.

En ese sentido, consideramos que si bien se ha comentado en diversos medios que esta iniciativa del Presidente “nació muerta”, ya que todo apunta a que no será aprobada (por no alcanzar la mayoría calificada que se necesita de los partidos de oposición), lo cierto es que a nuestro punto de vista, al menos en lo que respecta a este tópico en materia de propaganda gubernamental, más que abonar a la democracia y a los principios constitucionales de imparcialidad y equidad en la contienda, representa una iniciativa “a modo” previo a las elecciones de 2024.

²⁰ Aprobada por la Sala Superior del TEPJF, consultable en el siguiente link: <https://www.te.gob.mx/IUSEapp/tesisjur.aspx?idtesis=18/2011&tpoBusqueda=S&sWord=propaganda,gubernamental>

9. Fuentes de información

Central Electoral- INE, 2021. Consultable en: <https://centralectorale.ine.mx/>

Guevara, Adalberto, “Suspensión de propaganda gubernamental y derecho de acceso a la información pública: hacia un punto de equilibrio en México”, Estudios en Derecho a la Información, Jurídicas UNAM, México. Consultable en: <https://revistas.juridicas.unam.mx/index.php/derecho-informacion/article/view/10426/12497>

AcademiaLab, 2022. Consultable en <https://academia-lab.com/>

Revista Jurídicas UNAM, 2022. Consultable en: <https://revistas.juridicas.unam.mx/>

1library, 2022. Consultable en: <https://1library.co/>

Curso virtual: “Régimen Sancionador Electoral; POS y PES”. Escuela Judicial Electoral del TEPJF.

Significados, “*Servicios Públicos*”, consultable en: <https://www.significados.com/servicios-publicos/>

LEGISLACIÓN

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Iniciativa con proyecto de decreto del Presidente de la República en materia de propaganda gubernamental.

Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (LGIPE).