



GOBIERNO DE
MÉXICO

BIENESTAR

SECRETARÍA DE BIENESTAR

FUNCIÓN PÚBLICA

SECRETARÍA DE LA FUNCIÓN PÚBLICA



PROGRAMA DE
BLINDAJE ELECTORAL 2019

LINEAMIENTOS DE SUSPENSIÓN
DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL

BIENESTAR

SECRETARÍA DE BIENESTAR



María Luisa Albores González

SECRETARIA DE BIENESTAR

Javier May Rodríguez

SUBSECRETARIO DE PLANEACIÓN, EVALUACIÓN Y DESARROLLO REGIONAL

Ariadna Montiel Reyes

SUBSECRETARIA DE DESARROLLO SOCIAL Y HUMANO

Baldemar Hernández Márquez

TITULAR DE LA UNIDAD DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

Víctor Manuel Sarmiento Rojas

ABOGADO GENERAL Y COMISIONADO PARA LA TRANSPARENCIA

Sergio Zavala Castillejos

TITULAR DEL ÓRGANO INTERNO DE CONTROL

Sofía Cihuatl Zúñiga Núñez

COORDINADORA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

2019

*Programa de Blindaje Electoral 2019
Lineamientos de suspensión de propaganda gubernamental*

Secretaría de Bienestar
Paseo de la Reforma, núm. 116,
Col. Juárez, C. P. 06600,
Cuauhtémoc, Ciudad de México

Impreso en México

Este programa es público, ajeno a cualquier partido político.
Queda prohibido el uso para fines distintos al desarrollo social.

CONCEPTO DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL



La Sala Superior del **Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF)** ha conceptualizado a la propaganda gubernamental difundida por los poderes federales, estatales y municipales al conjunto de actos, escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y expresiones que llevan a cabo los servidores públicos o entidades públicas que tenga como finalidad difundir para el conocimiento de la ciudadanía la existencia de logros, programas acciones, obras o medidas de gobierno para conseguir su aceptación. (SUP-RAP-119/2010 página 269)

En este sentido, para estar en presencia de propaganda gubernamental se requiere como mínimo de cuatro elementos:

- a) La emisión de un mensaje por un servidor o entidad pública;
- b) Que éste se dé mediante actos, escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones o expresiones;
- c) Que se advierta que su finalidad es difundir logros, programas, acciones, obras o medidas de gobierno; y
- d) Que tal difusión se oriente a generar una aceptación en la ciudadanía.

RESTRICCIÓN DE LA PROPAGANDA GUBERNAMENTAL



De conformidad con los artículos 41, párrafo segundo, base III, apartado C de la *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*; y 209, numeral 1 de la *Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales*:

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

En este sentido, en el recurso de apelación SUP-RAP 307/2009, la Sala Superior reconoció que los gobernantes pueden dirigir mensajes informativos a la población durante el periodo de campaña electoral, siempre que:

- a)** No constituyan propaganda gubernamental (difusión de programas, acciones, obras o logros de gobierno);
- b)** Se justifiquen plenamente en el contexto de los hechos particulares que lo motivan (siniestro, emergencia o caso de fuerza mayor);
- c)** Se refieran específicamente a los hechos particulares que motivan su difusión; y
- d)** Se trate de un mensaje inexcusable e incluso necesario, del gobernante a la población, para hacer del conocimiento público, la posición asumida por el gobierno ante esta situación particular.

Se advierte que el mensaje de un servidor público a la población con motivo de una emergencia, siniestro o caso de fuerza mayor no infringe la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante una campaña electoral.

CARÁCTER INSTITUCIONAL DE LA PROPAGANDA GUBERNAMENTAL



Con base en el artículo 134 constitucional, la propaganda bajo cualquier modalidad de comunicación social que difundan los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente público deberá tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social, precisando que en ningún caso esta propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público.

Dentro y fuera de procesos electorales la propaganda que difunda la administración pública deberá cumplir con las siguientes características:

- Ser de carácter institucional.
- Tener fines informativos o de orientación social.
- No incluir nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de servidores públicos.
- No contener mensajes destinados a influir en las preferencias electorales a favor o en contra de aspirantes, precandidatos, candidatos o partidos políticos.
- No incluir menciones sobre el proceso electoral o expresiones vinculadas a éste como “voto”, “sufragio”, “comicios”, “elección”, “elegir”, “proceso electoral” y cualquier otra expresión similar.
- No presentar logotipos, lemas, frases o cualquier otro tipo de referencias al gobierno federal, algún otro gobierno, o bien, a sus campañas institucionales, ni elementos de propaganda personalizada de servidor público alguno.

Lo que establece la Constitución en esta materia, es una triple restricción. Por un lado, la propaganda gubernamental no puede tener fines electorales, ni influir en

la equidad de la competencia de los partidos políticos; segunda, en el ámbito personal, porque no puede implicar la promoción del servidor público, y en tercer lugar, temporal, salvo algunas excepciones, en virtud de que no puede difundirse durante el periodo electoral, esto es, desde el inicio de las campañas hasta la jornada comicial.

ELEMENTOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA PROPAGANDA PERSONALIZADA



Estamos frente a propaganda personalizada, cuando se promociona al servidor público, destacando su imagen, cualidades o calidades personales, logros políticos y económicos, partido de militancia, creencias religiosas, antecedentes familiares o sociales, etcétera; asociando los logros de gobierno con la persona, más que con la institución, con el fin de posicionarlo en el conocimiento de la ciudadanía con fines político electorales, o bien, cuando el servidor público utiliza expresiones vinculadas con el sufragio, difundiendo mensajes tendientes a la obtención del voto (se trate del propio servidor, de un tercero o de un partido político) o al mencionar o aludir la pretensión de ser candidato a un cargo de elección popular o cualquier referencia a los procesos electorales.

En la Jurisprudencia 12/2015 de la Sala Superior del TEPJF, “PROPAGANDA PERSONALIZADA DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS, ELEMENTOS PARA IDENTIFICARLA”, a efecto de identificar si la propaganda es susceptible de vulnerar el mandato constitucional, debe atenderse a los elementos siguientes:

- **Elemento personal.** Cuando en la propaganda se advierten voces, imágenes o símbolos que hacen plenamente identificable al servidor público de que se trate.
- **Elemento objetivo.** Impone el análisis del contenido del mensaje a través del medio de comunicación social de que se trate, para determinar si de manera efectiva, revela un ejercicio de promoción personalizada susceptible de actualizar la infracción constitucional correspondiente.
- **Elemento temporal.** Es relevante establecer si la promoción se efectuó iniciado formalmente el proceso electoral o se llevó a cabo fuera del mismo, ya que si la promoción se verificó dentro del proceso, se genera la presunción de que la propaganda tuvo el propósito de incidir en la contienda, sin que tal periodo pueda considerarse el único o determinante para la actualización de la infracción, ya que puede suscitarse fuera del proceso.

A razón de lo anterior, se concluye que, por propaganda personalizada debemos entender aquellas expresiones con la intención de atribuir a un servidor público las acciones y logros de gobierno, pues el mensaje se centra en su figura y cualidades personales, lo que no es propio de la naturaleza de la propaganda gubernamental de carácter informativo, educativo o de orientación social.

CRITERIOS DEFINIDOS POR LA SALA SUPERIOR DEL TRIBUNAL ELECTORAL DEL PODER JUDICIAL DE LA FEDERACIÓN (TEPJF) CON RELACIÓN A LA PROPAGANDA PERSONALIZADA

No se considera propaganda personalizada:

- La sola inclusión del nombre e imagen de algún servidor público en la propaganda gubernamental. (SUP-RAP 64/2009; SUPRAP-72/2009; SUP-RAP 96/2009).
- El hecho de que existan fotografías o nombres de servidores públicos en los portales de internet institucionales, siempre que su contenido sea meramente informativo. (SUP-RAP-106/2009).
- La sola publicación de notas informativas en medios de comunicación en relación a actos realizados por algún servidor público. (SUP-RAP-69/2009).

Se considera propaganda personalizada (prohibida por la ley):

- Información que tienda a promocionar, velada o explícitamente a algún servidor público. (SUP-RAP-150/2009).
- Utilización de expresiones vinculadas con el sufragio o relacionadas con la obtención del voto. (SUP-RAP-43/2009).
- Mencionar la pretensión de ser candidato a un cargo de elección popular. (SUP-RAP-43/2009).

En caso de alguna duda o aclaración, estará a disposición de los servidores públicos del sector social la Plataforma de Consulta, herramienta dirigida para despejar cualquier interrogante, a través del microsítio de **blindaje electoral** en la página de intranet, de manera directa al correo electrónico **consulta.pbe@bienestar.gob.mx** o llamando a la extensión **51649**.

SECRETARÍA DE BIENESTAR

El **Órgano Interno de Control** estará atento a sus quejas, denuncias, solicitudes, sugerencias y reconocimientos.

En el caso de realizar alguna queja, recuerde que deberá proporcionar los datos que identifiquen a la o el servidor público que denuncia: nombre, localidad o municipio donde trabaja, programa social en que se desempeña, y describir la manera en que sucedieron los hechos que denuncia.

Teléfono
(01 55) 5328 5000, ext. 51410 y 51475
LADA sin costo
01 800 714 8340
Correo electrónico
organo.interno@bienestar.gob.mx

SECRETARÍA DE LA FUNCIÓN PÚBLICA (SFP)

En el **Sistema Integral de Denuncias Ciudadanas (SIDECE)** puede presentar su denuncia en contra de servidores públicos.

Página electrónica
<https://sidec.funcionpublica.gob.mx/>
Aplicación para dispositivos móviles
Denuncia la corrupción

FISCALÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA

Denuncie cuando alguna o algún servidor público de la Secretaría le recoja su credencial de elector o condicione la entrega de apoyos, la prestación de un servicio o la realización de obras para que vote por algún partido político o candidato.

Para denunciar en la **Fiscalía Especializada en Delitos Electorales**, llame a **FEPADETEL** al **01 800 833 7233**

Sistema electrónico **FEPADENET**
www.fepadenet.gob.mx

Página electrónica
www.fepade.gob.mx

GOBIERNO DE MÉXICO



www.gob.mx/bienestar

 @bienestarmx

 @bienestarmx

 @bienestarmx