Esta obra forma parte del acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
www.juridicas.unam.mx
https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv
Libro completo en:
https://goo.gl/nKbnrF

PRESENTACIÓN

En esta entrega de la serie Comentarios a las sentencias del Tribunal Electoral, la profesora-investigadora Citlali Villafranco Robles analiza las sentencias del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) en materia de propaganda electoral.

El estudio se divide en tres partes: en la primera se analiza el marco jurídico que define el modelo de comunicación política; en la segunda parte se estudia la interpretación que el TEPJF hace en torno a cuatro temas: propaganda electoral en medios impresos, propaganda electoral en medios electrónicos, límites en los contenidos de los promocionales y en la propaganda gubernamental, y, en la tercera, se presenta una visión general del sentido de las sentencias que el TEPJF ha emitido en materia de medios de comunicación. El contenido de los apartados es el siguiente:

1) El modelo de comunicación política en México. En términos generales, la autora expone el contexto normativo de las sentencias emitidas por el TEPJF. Señala que con la reforma de 2007 el legislador se propuso modificar las condiciones de la competencia electoral y redefinir las atribuciones del órgano administrativo federal, el Instituto Federal Electoral (IFE),[1] así como las del Órgano Jurisdiccional, el TEPJF, las cuales se ampliaron considerablemente, junto con la obligación de vigilar y garantizar el cumplimiento de la ley, así como la facultad para interpretar la norma y establecer los límites de lo permitido en materia de propaganda electoral.

[1] El 10 de febrero de 2014 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones, en materia político-electoral, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Uno de los cambios sustanciales es la transformación del Instituto Federal Electoral (IFE) en Instituto Nacional Electoral (INE).

DR © 2014.
Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación-http://portal.te.gob.mx/

Esta obra forma parte del acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
www.juridicas.unam.mx
https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv
Libro completo en:
https://goo.gl/nKbnrF

2) Aplicación del modelo de comunicación política por parte del TEPJF. En este apartado, la profesora Villafranco analiza una selección de sentencias relacionadas con el modelo de comunicación política y señala que en todas las sentencias emitidas por el TEPJF en materia de medios de comunicación

> [...] es permanente la tensión entre la protección a la libertad de expresión, garantizada en el artículo sexto constitucional, y la intención de garantizar el acceso equitativo de los partidos políticos a los medios de comunicación, junto con el propósito de garantizar el derecho de los ciudadanos a la información.

De acuerdo con el análisis, en las sentencias analizadas resulta una constante la preocupación por hacer compatibles esos derechos.

En ese sentido, a continuación se incorpora un listado en el que la autora organiza su exposición a partir de las limitaciones que existen en materia de propaganda política.

a) Límites a la propaganda electoral en medios de comunicación impresos. El estudio de la profesora indica que el análisis correspondiente del TEPJF parte de la premisa de que lo publicado en medios impresos, en particular en revistas de análisis, se encuentra protegido por el artículo sexto constitucional.
b) Límites a la propaganda electoral en medios de comunicación electrónicos. La autora señala que, en términos generales, se incurre en infracciones cuando la presencia de un candidato se registra en los espacios comerciales o bien cuando el candidato contrata o adquiere tiempo en radio y televisión para difundir su candidatura.
c) Límites en los contenidos de los promocionales. El estudio indica que el contenido de los mensajes de los partidos políticos transmitidos en los tiempos oficiales no puede limitarse a la difusión de la plataforma electoral y que el debate y

DR © 2014.
Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación-http://portal.te.gob.mx/

Esta obra forma parte del acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
www.juridicas.unam.mx
https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv
Libro completo en:
https://goo.gl/nKbnrF

contrastación con los otros partidos políticos es una práctica que fortalece a la democracia. La profesora destaca la consideración del TEPJF respecto de que los ciudadanos tienen un papel activo en la evaluación de la propaganda electoral de los diferentes partidos políticos, asignándoles el papel de sujetos activos capaces de evaluar y de determinar la verosimilitud y pertinencia de los mensajes.

d) Límites a la propaganda gubernamental. La autora señala que el legislador determinó, en el artículo 134 constitucional, que la propaganda gubernamental en ningún caso debe contener nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público.

3) Sentencias del TEPJF en materia de medios de comunicación, 2007-2012. En este apartado la investigadora realiza un análisis de frecuencia considerando las sentencias que el TEPJF emitió desde la aprobación de las reformas al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (Cofipe), esto es, desde el 4 de junio de 2008 hasta el 3 de septiembre de 2012. El resultado fue el siguiente:

a) Entre los miembros del TEPJF prevalece una misma interpretación del modelo de comunicación política que origina que 88% de las sentencias se emitan por unanimidad.
b) El protagonismo de los medios de comunicación electrónicos queda de manifiesto cuando se observa que 67% de las sentencias son acerca de actos o propaganda de estos medios.
c) Los partidos políticos son los actores más interesados en la competencia electoral, por eso son los que más quejas presentan ante el TEPJF y también son los actores contra los que más se quejan. Es decir, son los mayores vigilantes y también los mayores infractores.
d) Se registra una importante actividad de los funcionarios públicos, pues 14% de las quejas se deben a actos de funcio-

DR © 2014.
Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación-http://portal.te.gob.mx/

Esta obra forma parte del acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM
www.juridicas.unam.mx
https://biblio.juridicas.unam.mx/bjv
Libro completo en:
https://goo.gl/nKbnrF

narios públicos, lo cual es consistente con el hecho de que 19% de las quejas sea por propaganda gubernamental.

Finalmente, la autora concluye que el comportamiento de los actores políticos en los procesos electorales ha probado estar alejado del cumplimiento cabal de la norma que regula la propaganda electoral, debido a la búsqueda de todos los espacios posibles para evadirla. La existencia de esta falta de lealtad hacia la norma puede ser explicada por la dinámica misma de la competencia electoral, que los conduce a buscar tanto los recursos legales como ilegales que les permitan aumentar su exposición en los medios de comunicación para tratar de incrementar sus preferencias entre los ciudadanos. Por supuesto este intento es vigilado y denunciado por sus competidores, lo que se ha traducido en la permanente intervención de las autoridades electorales para dirimir el cumplimiento de la norma y, en su caso, las sanciones a que se hacen acreedores aquellos que no respetan la ley. Por estos argumentos, la obra que se presenta es de lectura obligada para aquellos interesados en la regulación de la propaganda político-electoral y la evolución de los criterios de interpretación del TEPJF acerca del tema.

Tribunal Electoral
del Poder Judicial de la Federación

DR © 2014.
Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación-http://portal.te.gob.mx/