

PROPAGANDA



**PROCESO ELECTORAL
SAN LUIS POTOSÍ 2024**



Acción y efecto de dar a conocer algo con el fin de atraer adeptos o compradores

Difusión o divulgación de información, ideas u opiniones de carácter político, religioso, comercial, etc., con la intención de que alguien actúe de una determinada manera, piense según unas ideas o adquiera un determinado producto.



Propaganda gubernamental

ART. 2 LINEAMIENTOS PARA GARANTIZAR LOS PRINCIPIOS DE NEUTRALIDAD, IMPARCIALIDAD Y EQUIDAD EN MATERIA ELECTORAL POR PARTE DE LAS PERSONAS SERVIDORAS PÚBLICAS

Toda acción o manifestación que haga del conocimiento público, por cualquier medio de comunicación o mediante actos públicos dirigidos a la población en general, logros de gobierno, avances o desarrollo económico, social, cultural o político, o beneficios y compromisos cumplidos por parte de algún ente público, que sea ordenada, suscrita o contratada con recursos públicos y/o privados y que busca la adhesión, simpatía, apoyo o el consenso de la población, y cuyo contenido, no se pueda considerar una nota informativa o periodística.





Es el género de los medios de comunicación a través de los cuales los partidos, las y los ciudadanos, y organizaciones difunden su ideología, programas y acciones con el fin de influir en la ciudadanía para que adopten determinadas conductas sobre temas de interés social, y que no se encuentran necesariamente vinculadas a un proceso electoral.

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



5

Propaganda personalizada

ART. 2 LINEAMIENTOS PARA GARANTIZAR LOS PRINCIPIOS DE NEUTRALIDAD, IMPARCIALIDAD Y EQUIDAD EN MATERIA ELECTORAL POR PARTE DE LAS PERSONAS SERVIDORAS PÚBLICAS

Es aquella mediante la cual se promociona velada o explícitamente a una persona servidora pública a fin de posicionarle en el conocimiento de la ciudadanía con fines político-electorales, o bien, para favorecer o afectar a los diversos actores políticos.



ART. 2 LINEAMIENTOS PARA GARANTIZAR LOS PRINCIPIOS DE NEUTRALIDAD, IMPARCIALIDAD Y EQUIDAD EN MATERIA ELECTORAL POR PARTE DE LAS PERSONAS SERVIDORAS PÚBLICAS

Es aquella propaganda que promueva logros de gobierno, obra pública e, inclusive, emita información sobre programas y acciones que promuevan innovaciones en bien de la ciudadanía con el objetivo de promocionar a una persona servidora pública, a una o un tercero o a un partido político o coalición.



PROMOCIÓN PERSONALIZADA



1

¿Qué es la promoción personalizada?

ART. 326, LEY ELECTORAL DEL ESTADO

La **propaganda gubernamental contraria a la ley en materia electoral** que, desde el inicio de las precampañas, y hasta la conclusión de la jornada electoral, se difunda a través de prensa, mantas, bardas, anuncios espectaculares, eventos gubernamentales, volantes, u otros medios de comunicación, distintas a los medios de radio y televisión.

2

Actualización de la conducta

ART. 326, LEY ELECTORAL DEL ESTADO

Promocione a la persona de manera implícita o explícita con fines político-electorales

Destaque características propias como nombre, imagen, silueta, frases alusivas a su persona o se pueda asociar con su nombre, voz, cualidades y logros personales, políticos o económicos, partido de militancia, creencias, entre otros

Asocie logros de gobierno con la persona más que con la institución

2

Actualización de la conducta

ART. 326, LEY ELECTORAL DEL ESTADO

Utilice expresiones vinculadas con el sufragio, difundiendo mensajes tendentes a la obtención del voto, o mencione o aluda la pretensión de ser precandidata(o), candidata(o), candidata(o) independiente, a un cargo de elección popular o cualquier referencia a los procesos de selección interna, o electorales;

Contenga expresiones como “voto”, “vota”, “votar”, “sufragio”, “sufragar”, “comicios”, “elección”, “elegir”, “proceso electoral” y cualquier otra similar vinculada con las distintas etapas del proceso electoral

Utilice colores, emblemas, símbolos, lemas, logos o cualquier otro elemento que relacione a los servidores públicos con algún partido político, coalición, precandidata(o), candidata(o), candidata(o) independiente o proceso electoral

ARTÍCULO 134, PÁRRAFOS SÉPTIMO Y OCTAVO DE LA CONSTITUCIÓN
POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANO

Los servidores públicos de la Federación, las entidades federativas, los Municipios y las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, tienen en todo tiempo la **obligación de aplicar con imparcialidad los recursos públicos que están bajo su responsabilidad, sin influir en la equidad de la competencia entre los partidos políticos.**

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.

Las servidoras o servidores públicos, de cualquiera de los poderes del Estado; de los órganos de gobierno municipales; organismos autónomos; organismos descentralizados del Estado y municipios, y cualquier otro ente público, son sujetos de responsabilidad de las siguientes conductas:

 **Difundir**, por cualquier medio, **propaganda gubernamental**, dentro del periodo que comprende desde el **inicio de las campañas electorales hasta el día de la jornada electoral**

 **Incumplir el principio de imparcialidad** que se establece en el artículo 134 de la Constitución Federal, cuando tal conducta **afecte la equidad de la competencia** entre los partidos políticos, entre las personas aspirantes, precandidatas o candidatas, **durante los procesos electorales**

 Difundir propaganda que contravenga el carácter institucional y de fines informativos, educativos o de orientación social. En ningún caso podrá incluir nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público

 La utilización de programas sociales y de sus recursos de los ámbito federal, estatal, o municipal, así como recursos privados, con la finalidad de **inducir o coaccionar a las y los ciudadanos para votar a favor o en contra** de cualquier partido político, candidato, candidato, precandidata o precandidato

SUSPENSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL

Durante el tiempo comprendido desde el **inicio de las precampañas electorales y hasta la conclusión de la respectiva jornada electoral**, se deberá **suspender la difusión** en los medios de comunicación social, toda **propaganda gubernamental, campañas publicitarias** de todos aquellos programas, acciones gubernamentales, obras o logros de gobierno, así como la **realización de eventos organizados y auspiciados con recursos públicos o privados** en los que tenga intervención alguna entidad de gobierno, en el ámbito federal, estatal o municipal.

La suspensión de propaganda gubernamental tiene la excepción relativa a:

1. Las campañas de **información** de las **autoridades electorales**
2. Los servicios **educativos** y de **salud**
3. Las necesarias para la **protección civil** en casos de **emergencia**
4. Aquella intervención de servidores públicos en actos relacionados o con motivo de las funciones inherentes a su cargo.

Deberá tener **carácter institucional** y fines

Informativos



educativos



o de
orientación social



El informe anual de labores o gestión de los servidores públicos, así como los mensajes que para darlos a conocer se difundan en los medios de comunicación social, no serán considerados como propaganda, siempre que:

- ◆ Su difusión debe ocurrir sólo una vez al año.
- ◆ En canales con cobertura regional correspondiente al ámbito geográfico de responsabilidad del servidor público.
- ◆ No debe exceder de los siete días anteriores y cinco posteriores a la fecha en que se rinda el informe.
- ◆ No debe realizarse dentro del periodo de campaña electoral
- ◆ En ningún caso la difusión de tales informes debe tener fines electorales



ART. 325, LEY ELECTORAL DEL ESTADO

Los mensajes informativos dirigidos a la población durante el período de restricción deberán cumplir con los siguientes parámetros:

- ❖ No deberán incluir el nombre, ni la imagen de ninguna servidora o servidor público, ni contener colores, emblemas, imágenes, símbolos, lemas, logos o frases que los vinculen con algún partido político;
- ❖ No deberán referir programas, acciones, obras o logros de gobierno; y
- ❖ El contenido de los mensajes deberá estar justificado en el contexto de los hechos particulares que motivan su difusión

VEDA ELECTORAL



1

¿QUÉ ES LA VEDA ELECTORAL?

ART. 337, LEY ELECTORAL DEL ESTADO Y 251, LEY GENERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES

La veda inicia a partir de los tres días previos a la Jornada Electoral con la finalidad de generar condiciones para que los ciudadanos se tomen el tiempo para reflexionar y decidir de manera libre y consiste, sobre a que candidatos a los diferentes cargos de elección popular darán su voto en las próximas elecciones.

- ◆ Realizar actos públicos o de campaña.



- ◆ Publicar resultados de encuestas o sondeos de opinión.



***Durante
este periodo
no está
permitido:***



- ◆ Propaganda o proselitismo electoral.



- ◆ Difundir propaganda gubernamental.

