

LÍMITE DE LA PROHIBICIÓN A LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y ACCESO A LA INFORMACIÓN EN LA NUEVA REFORMA ELECTORAL

Jesús Francisco Moreno Cruz*

La nueva reforma al Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, así como a la Ley Federal de Radio y Televisión ha sido objeto constante de debate mediático entre legisladores y representantes del gremio de los medios de comunicación (como el STIRT¹), esto por los drásticos cambios y sus repercusiones económicas dentro del libre mercado. Mucho hay que criticar en cuanto a ventajas y desventajas, definitivamente merece un profundo análisis cada tema sujeto a la reforma, sin embargo, en esta ocasión hemos de puntualizar en un acierto que atañe a un posible mal entendido por parte de los medios, que es interpretado como un dilema constitucional referente a la Libertad de Expresión y el Derecho que tenemos como ciudadanos al acceso a la información.

La difusión exacta de las reformas es una gran responsabilidad conferida, ya que de ella depende el sentido y la aceptación que la ciudadanía dará como respuesta al quehacer legislativo. Partiendo de ese punto podemos calificar como un grave error la falta de cuidado en la que incurrieron los responsables del área de comunicación y diseño web de la página del Senado de la República², ya que en el apartado publicitario de la Nueva Reforma Electoral³ manejan de una manera no

* Estudiante de la Licenciatura en Derecho. Universidad de Sonora

¹ Sindicato de Trabajadores de la Industria de la Radio y Televisión

² Página Oficial del Senado de la República de los Estados Unidos Mexicanos. <http://www.senado.gob.mx>

³ Poder Ejecutivo. Secretaría de Gobernación. Decreto que reforma que reforma los artículos 60., **41**, 85, 99, 108, 116 y 122; adiciona el artículo 134 y deroga un párrafo al artículo 97 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Diario Oficial de la Federación Martes 13 de Noviembre del 2007. URL: http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5005999

exacta uno de los puntos mas importantes sujetos a debate, el cual literalmente así lo enuncian en el octavo párrafo dispuesto en la página antes citada:

“Se prohíben las campañas y mensajes que denigren instituciones, partidos políticos, candidatos o personas”, si denigrar consiste en injuriar o levantar falsos testimonios, hemos de estar totalmente de acuerdo que eso no puede ser aceptable en ningún sentido, ya que además de lacerar la reputación del prójimo, estamos incurriendo en un delito penado por diversas de nuestras legislaciones, las cuales se encuadran en los tipos de Difamación e Injurias, y cualquier sujeto que pruebe ser víctima de lo antes mencionado, se encuentra en la posibilidad de solicitar que se ejerza acción penal en contra del presunto responsable; por ende concluyo que queda sobreentendido dicha disposición y que esta demás la enfatización que se hace en la nueva reforma.

El enunciado correcto tal como fue reformado en el Artículo 41 Constitucional Apartado C es:

EN LA PROPAGANDA POLITICA O ELECTORAL QUE DIFUNDAN LOS PARTIDOS DEBERAN ABSTENERSE DE EXPRESIONES QUE DENIGREN A LAS INSTITUCIONES Y A LOS PROPIOS PARTIDOS, O QUE CALUMNIEN A LAS PERSONAS

De esta manera podemos observar la diferencia abismal en la dimensión entre los términos de redacción utilizados entre *CAMPAÑAS - MENSAJES* y *EXPRESIONES*, mientras las primeras las consideramos como una finalidad, ubicándolas a *grosso modo* dentro del terreno de la propaganda blanca⁴, entendiendo por ésta aquella que se lanza identificando la fuente u origen de la misma y publicidad negativa⁵, definiéndola como aquella que se centra en los defectos o debilidades

⁴ Tratado de Propaganda. Dr.- Aaeron Delwiche. Departmente of Communication at the University of Whashington institute for Propaganda Analysis (IPA) Septiembre, 2002.

⁵ Ídem

del rival, las EXPRESIONES corresponden a la exigencia del mantenimiento de la paz y el respeto en la contienda electoral durante el pronunciamiento directo a una institución, partido o a un individuo en lo particular, tratando de evitar que las campañas se conviertan en una mixtura de ataques o señalamientos, transgrediendo las normas éticas y de buena educación, tal como sucedió en las campañas electorales por la Presidencia de la República durante el año 2006, cuando el antes candidato por el Partido de la revolución Democrática en uno de sus discursos emitidos en el sur del país insultó la investidura presidencial, siendo susceptible de la crítica y desaprobación como un acto inaceptable⁶.

El Artículo sexto constitucional literalmente enuncia que: ***“La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que se ataque la moral, los derechos de terceros, provoque algún delito o perturbe el orden; el derecho a la información será garantizado por el Estado”.***

1.- La Libertad de expresión comprende las libertades de “buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística o por cualquier medio o por otro procedimiento a la elección”⁷. Estas tres libertades constituyen derechos subjetivos de los particulares frente al Estado, es decir, suponen que cualquier individuo, puede, en relación con aquél, buscar, recibir o difundir informaciones, opiniones e ideas por cualquier medio, y que a *contrario sensu* el Estado no le impida u obstaculice en cualquier forma estas potestades consagradas hacia el ciudadano.

2.- La Libertad de expresión incluye tanto el concepto de “informaciones” como el de “opiniones” o “ideas”. En general se admite

⁶ Diario “La Jornada” Artículo: ¡Callate, Chachalaca! Autora: Soledad Loeza. Dirección URL: <http://www.jornada.unam.mx/2006/03/23/028a2pol.php>

⁷ Decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación del 9 de enero de 1981

que la información comprende hechos, datos, noticias, acontecimientos susceptibles de ser verificados⁸

3.- Derecho a la información⁹. El Estado tiene la obligación de no entorpecer el uso de los medios de difusión masiva de ideas, prohibiéndole erigirse en guardián de la cantidad o calidad de los medios de difusión¹⁰

La garantía individual que ofrece el artículo sexto da la posibilidad de conocer al candidato, su desempeño en caso de que haya ocupado un puesto previo y sus acciones anteriores, con esto no se trata de inmiscuirnos en su vida privada, sino que desde el momento que una persona pasa a ser candidata para algún puesto político se brincan los linderos de un interés particular, a un interés público, por lo cual, tenemos el pleno de derecho de conocer esa información y cualquier señalamiento que se pronuncie de manera positiva o negativa, deberá ser veraz como también susceptible de comprobación.¹¹

Después del análisis realizado al artículo sexto constitucional podemos concluir que fue un acierto por parte de nuestros legisladores el acentuar el límite de la libertad de expresión al respeto a las instituciones, personas y partidos, con el ánimo de mejorar la calidad política y social de las campañas, privilegiando las propuestas y desfavoreciendo los ataques, aunque cabe aclarar que con la nueva reforma no se pretende desaparecer la propaganda y publicidad negativa, sino delimitar la forma de realizar pronunciamientos públicos en un margen de educación y respeto.

⁸ Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. Constitución Política Mexicana comentada y concordada. Tomo I Arts 1-29. Ciudad de México Editorial Porrúa, 2003.

⁹ Primer apartado. Poder Ejecutivo. Secretaría de Gobernación. Reforma art.- **41**, 51, 52, 53, 54, 55, 60, 61, 65, 70, 73, 74, 76, 93, 97 y 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Diario Oficial de la Federación 6 de Diciembre de 1977.

¹⁰ Semanario Judicial de la Federación, séptima época, sexta parte, vols. 145-150, pp. 226 y 227

¹¹ Seminario Judicial de la Federación. Sexta época, vol VII, segunda parte, p.10.

BIBLIOGRAFIA

- *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Comentada y Concordada. UNAM Editorial Porrúa , 2003*
- *Los medios en la política. Jorge Medina Viedas. Ediciones cal y arena, 2000*
- *El Escándalo Político Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación. John B. Thompson Editorial Paidos, 2001*
- *Garantías y Amparo. Juventino V. Castro. Editorial Porrúa. Mexico, 1996*
- *Marketing Político. Arte y ciencia de la persuasión en democracia. Lourdes Martín Salgado. Editorial: Paidós, 2003.*
- *Diario Oficial de la Federación <http://dof.gob.mx/>*