

# ADMINISTRACIÓN DE TIEMPOS OFICIALES Y DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL EN PERIODO ELECTORAL EN RADIO Y TELEVISIÓN

Mtra. Irene Emilia Trejo Hernández\*  
Lic. Hiram Melgarejo González\*\*

**Resumen:** *La Reforma Electoral Constitucional y Legal 2007-2008 surgió en un contexto de confrontación provocada por la actuación de instancias gubernamentales, electorales y de fuerzas políticas que participaron en el proceso electoral federal 2006, que en su conjunto, generaron un clima de desconfianza en el trabajo de las autoridades electorales administrativas y jurisdiccionales; de diálogo y acuerdos partidarios, una vez que las fuerzas políticas integrantes de la LX Legislatura decidieron iniciar un proceso de reformas electorales que permitieran adecuar la normatividad constitucional y legal a las nuevas condiciones de la contienda política y las nuevas relaciones entre los grupos de poder, tanto legales como fácticos. Los límites a la difusión de propaganda gubernamental y diversas problemáticas resultantes de la implementación de la Reforma Electoral Constitucional y Legal 2007-2008, son algunas de las consideraciones que se analizarán respecto al nuevo modelo de comunicación política y en especial al modelo de la Administración y difusión de la propaganda gubernamental de los Poderes Federales, Estatales, Municipales y los Órganos Constitucionales Autónomos.*

**Palabras Clave:** *Propaganda gubernamental, campañas electorales, radio y televisión, reforma electoral.*

**Abstract:** *Constitutional Electoral and Legal Reform 2007-2008 emerged in a context of confrontation provoked by the actions of governmental, electoral and political forces that participated in the 2006 federal election, which together created a climate of mistrust in the workplace electoral authorities and administrative courts; supporters of dialogue and agreements, once the political members of the LX Legislature decided to initiate a process of electoral reforms that would allow adapting constitutional and legal regulations to the new conditions of the political and new relationships between power groups, both legal and factual. The limits to the dissemination of government propaganda and various problems arising from the implementation of the Legal and Constitutional Electoral Reform 2007-2008, are some of the considerations to be discussed on the new model of political communication and especially the model of government and dissemination of government propaganda Powers of Federal, State, municipal and autonomous constitutional bodies.*

**Key Words:** *governmental ads, campaign, radio and television, electoral reform.*

Uno de los principales factores que crearon inconformidad y exacerbaron los ánimos respecto a la difusión de propaganda gubernamental y la implementación de la Reforma Electoral

Constitucional y Legal 2007-2008, fue la presencia masiva de propaganda gubernamental durante un amplio periodo de las campañas electorales, en la que se promovieron y exaltaron

intensamente los logros y obras de gobierno<sup>1</sup>, situación reconocida por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en la resolución con la que calificó la entonces elección presidencial. Ante esta situación, en primera instancia los legisladores tuvieron clara la necesidad de regular y poner límites a la difusión de la propaganda gubernamental durante los periodos electorales, especialmente en las campañas proselitistas, con el fin de evitar que los diferentes órdenes de gobierno intervinieran, mediante la difusión de propaganda gubernamental, en los procesos electorales a favor o en contra de algún candidato o partido político y, como resultado de lo anterior, fueron las propuestas de reforma a los artículos 41 y 134 Constitucionales, en los cuales los legisladores pretendieron poner límites a la utilización de recursos públicos materializados en propaganda gubernamental de los tres órdenes de gobierno, de los tres poderes y de cualquier ente público, y especialmente de aquellos funcionarios que pretendieran por alguna forma valerse de los recursos públicos para promover su imagen personal con cargo al erario<sup>2</sup>. Lo anterior, fue reconocido en el proyecto de reforma, otorgando

mayor relevancia a las restricciones del uso de la propaganda gubernamental con fines de promoción personal (párrafo octavo del artículo 134), que a los límites temporales y temáticos de la propaganda misma (párrafo segundo, Apartado C, Base III del artículo 41), situación que, a nuestro juicio y como mas adelante señalaremos, ha generado una seria problemática tanto para las autoridades administrativas, como para las autoridades electorales, toda vez que en la exposición de motivos del proyecto de reforma, aprobado por la Cámara de Senadores, se dio una amplia justificación al tema en lo relativo a la adición del párrafo octavo, del artículo 134, situación que no aconteció con el texto propuesto del párrafo segundo, Apartado C, Base III del artículo 41<sup>3</sup>.

El texto del artículo 41, Base III, Apartado C, párrafo segundo Constitucional, que no contemplaba la regulación actual de la propaganda gubernamental<sup>4</sup>, señala tres limitantes a la difusión de esta publicidad: 1) Temporal, prohibiendo su difusión a partir del inicio de las campañas electorales y hasta la conclusión de la jornada electoral; 2) espacial (nacional o estatal), dependiendo del tipo de elección de que se trate, y 3) de contenido, acotando cuatro temáticas permitidas:<sup>5</sup> a) las campañas informativas de autoridades electorales; b) las relativas a servicios educativos;

---

\* Maestra en Derecho y Especialista en Derecho Administrativo por la UNAM. Profesora de Derecho Administrativo en la DUAYED.

\*\* Licenciado en Derecho por la UNAM.

<sup>1</sup> Lorenzo Córdova Vianello, Pedro Salazar Ugarte, Coordinadores; Estudios sobre la Reforma Electoral 2007 Hacia un Nuevo Modelo; Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Tomo I, p. 80, 81; Edición Revisada, México 2009.

<sup>2</sup> Siguiendo los modelos francés y español como lo refiere Cesar Astudillo en: "El Nuevo Modelo de Comunicación Política en la Reforma Electoral de 2007. IDEM, pp. 238-246; y algunos latinoamericanos como se refiere en: Olguín Uribe, Francisco; Democracia y Medios de Comunicación en América Latina; Secretaría de Gobernación, p. 53, 1ª. Edición, México, 2007.

---

<sup>3</sup> Consideraciones Proyecto de Decreto que Reforma los artículos 6, 41, 85, 99, 108, 116 y 122; Adiciona el artículo 134 y deroga el tercer párrafo al artículo 97 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

<sup>4</sup> Centro para el Desarrollo Democrático; Análisis comparativo de la Reforma Electoral Constitucional y Legal 2007-2008, Instituto Federal Electoral, p. 119; 1ª. Edición, México 2008.

<sup>5</sup> Comúnmente denominado "Régimen de Excepción"

c) de salud y, 4) de protección civil en casos de emergencia.

Aunado a lo anterior, el precepto constitucional señala los sujetos a los que va dirigida tal prohibición, estos son: los poderes federales y estatales (ejecutivo, legislativo y judicial), los ayuntamientos (presidencia municipal y cabildos), órganos de gobierno del Distrito Federal (Jefatura de Gobierno y Delegaciones), y cualquier otro ente público, sin acotar qué se debe entender por ente público, por lo que en la práctica se ha interpretado que se trata de los Organismos Constitucionales Autónomos como la Comisión Nacional de los Derechos Humanos, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía y el Banco de México, pero extendiéndose también, en *estricto sensu*, a empresas paraestatales como la Comisión Federal de Electricidad y Petróleos Mexicanos. La aplicación de este precepto constitucional trajo consigo la reforma de la Ley Federal de Radio y Televisión (artículos 64-BIS y 79-A) y diversos artículos del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (artículo 2, párrafo 2., en el que se reproduce el texto constitucional que nos ocupa, 228, párrafo 5. *in fine* y 347, párrafo 1., inciso b); así como en la expedición, por parte del Consejo General del Instituto Federal Electoral de un reglamento<sup>6</sup> y acuerdos con los que se pretendió eficientar la aplicación de la norma constitucional, sin embargo, los problemas surgieron inmediatamente a la aplicación del nuevo modelo de regulación como fue en su caso, lo relativo a los temas cuya difusión se encontraba permitida.

---

<sup>6</sup> Reglamento del Instituto Federal Electoral en materia de Propaganda Institucional y Político Electoral de Servidores Públicos, publicado en el DOF el 7 de abril de 2008.

Ante la gama de temas de campañas que necesitaban difundirse y que al no estar contempladas en las excepciones no se permitía su divulgación, el régimen de excepción resultó ser insuficiente, ejemplo de ello fueron las campañas de promoción de venta de boletos de sorteos organizados por instituciones de beneficencia pública (Lotería Nacional y Pronósticos para la Asistencia Pública), las campañas para el pago de impuestos, las de promoción turística<sup>7</sup>, la transmisión de “La Hora Nacional” e incluso, aquellas de protección civil en materia de prevención, situación que en una interpretación del texto constitucional en *stricto sensu* no encuadraba en la excepción pues no cumplía el supuesto de “casos de emergencia” entendiendo por una emergencia una “*Situación anormal que puede causar un daño a la sociedad y propiciar un riesgo excesivo para la seguridad e integridad de la población en general*”<sup>8</sup>. El Consejo General del Instituto Federal Electoral emitió el Acuerdo número CG40/2009<sup>9</sup>, en el que expidió normas generales relativas a las características que debería reunir la propaganda gubernamental y “amplió” el régimen de excepción, permitiendo la difusión de las campañas de la Lotería Nacional y Pronósticos para la Asistencia Pública y de promoción turística (conocida como “vive México”), y dictó medidas para la continuidad de la difusión de “La Hora Nacional”. No obstante lo anterior, el Consejo General del Instituto Federal Electoral se vio en la necesidad de emitir un nuevo acuerdo en el que se ampliaban los alcances del Acuerdo

---

<sup>7</sup> Campañas de suma importancia en un entorno de crisis económica como la que se vivía en el primer semestre de 2008.

<sup>8</sup> Artículo 3, fracción XVII, Ley General de Protección Civil publicada en el DOF el 12 de mayo de 2000.

<sup>9</sup> Publicado en el DOF el 16 de febrero de 2009.

número CG40/2009 y se incluían las campañas de comunicación social del Servicio de Administración Tributaria para incentivar el pago de impuestos, las del Banco de México y las del Instituto Nacional de Estadística y Geografía<sup>10</sup>, normas complementarias que se emitieron hasta el año 2010 casi con las mismas características<sup>11</sup>. En este punto se destaca hasta el mes de marzo de 2011 el Instituto Federal Electoral no ha emitido un Acuerdo similar, por lo que se entiende que las campañas relativas a los entes públicos y las temáticas referidas anteriormente no podrían seguir difundándose durante los periodos de campañas electorales a desarrollarse durante el año 2011 (en los Estados de Coahuila, México, Nayarit, Hidalgo y Michoacán).

Otra problemática se presentó en lo relativo al ámbito espacial de aplicación de la prohibición; ésta situación se agudizó durante los procesos electorales locales desarrollados en el año 2010, debido principalmente a tres factores: la diversidad de calendarios de cada proceso electoral; la cobertura de las señales de radio y televisión de las entidades federativas sin procesos electorales y la difusión de contenidos de esas estaciones y canales en radiodifusoras de Entidades con procesos electorales locales, situaciones que actualmente no han podido ser salvadas por la autoridad electoral. Tanto la norma constitucional y como legal señalan que la propaganda gubernamental deberá suspenderse “...(en) las campañas electorales federales y

locales”, esto es, que una vez iniciada una campaña electoral en una entidad federativa, los órganos de gobierno (poderes públicos federales y locales y cualquier ente público) deben suspender la difusión de sus acciones de comunicación social si éstas no se encuentran en los supuestos del “régimen de excepción”, pero esto sólo en el territorio de aquel Estado en el que hubiese iniciado el respectivo periodo de campañas; de tal forma la difusión de propaganda gubernamental de los Poderes Locales y Federales y de los entes públicos debe suspenderse y para el caso de los poderes federales la propaganda gubernamental puede seguir siendo difundida en las entidades en donde no se desarrollen procesos electorales o existiendo éstos, aún no hubieran iniciado sus periodos de campañas. Pero ¿qué pasaba si una campaña contratada o pautada en una estación o canal de otra entidad –incluso distante– difundiera su señal en el Estado con campañas proselitistas?, la respuesta la dio uno de los partidos contendientes en las elecciones locales, el Partido Revolucionario Institucional interpuso sendas denuncias en contra del Titular del Ejecutivo Federal por la difusión de propaganda gubernamental en las 15 entidades en las que se desarrollaban procesos electorales locales<sup>12</sup> durante el año 2010, procedimientos resueltos por el Consejo General del Instituto Federal Electoral en el sentido que la difusión de la propaganda, que era violatoria de la normatividad, no fue responsabilidad de las autoridades que la pautaron y/o contrataron (Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación y Secretaría de Salud, respectivamente) y en cambio se responsabilizó de la infracción a las

<sup>10</sup> Acuerdo CG126/2009, publicado en el DOF el 16 de abril de 2009.

<sup>11</sup> Acuerdos CG601/2009 y CG155/2010, publicados respectivamente en el DOF del 15 de enero y del 16 de junio de 2010 y que solo estuvieron vigentes para los procesos electorales desarrollados durante el 2010 y aquellos cuya jornada comicial se llevo al cabo en enero y febrero de 2011, a saber, Guerrero y Baja California Sur.

<sup>12</sup> Expedientes SCG/PE/PRI/CG/058/2010 y SCG/PE/PRI/CG/065/2010 y acumulado.

estaciones y canales que habían difundido las campañas gubernamentales denunciadas<sup>13</sup>.

Así como otras denuncias presentadas por la difusión de una “Cadena Nacional” alusiva al tema de seguridad pública y de dos conferencias de prensa alusivas a información fiscal y un reporte de empleos generados<sup>14</sup> en los que el Consejo General resolvió que había responsabilidad por parte del Presidente de la República, por el contenido de la “Cadena Nacional” pero resolvió que no podía ser sancionado pues en términos de lo dispuesto por el artículo 108 Constitucional el Instituto Federal Electoral no tiene atribuciones para imponer sanciones al Titular del Ejecutivo Federal; por su parte se resolvió infundado el procedimiento y por ende se eximió de responsabilidad al Presidente de la República por considerar que las conferencias de prensa denunciadas no constituyeron una infracción en materia electoral<sup>15</sup>. Para el caso de las denuncias presentadas por la difusión de propaganda gubernamental, la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en las resoluciones de los Recursos de Apelación interpuestos contra los Acuerdos del Instituto

Federal Electoral respectivos, consideró que la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía no era responsable por la difusión de propaganda gubernamental en periodos prohibidos toda vez que aviso previamente a las estaciones de radio y canales de televisión de aquellas entidades en las que la difusión estaba prohibida que no se pautaría propaganda gubernamental prohibida y además acreditó de manera fehaciente que no había ordenado mediante pauta la difusión de dicha publicidad en aquellas entidades en las que se estaban desarrollando los periodos de campañas en los procesos electorales respectivos.

A mayor abundamiento, la Sala Superior consideró que 1) el que una estación de radio o canal de televisión actuará como “repetidora” de la señal de otra estación o canal no la eximia de su responsabilidad de evitar la difusión de propaganda prohibida (mediante un bloqueo de señal, por ejemplo) y que el carecer de la capacidad técnica para evitar la difusión no conllevaba la responsabilidad administrativa electoral de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía en la difusión de los anuncios gubernamentales prohibidos, cuando estos se hubiesen pautado a las estaciones y canales de los que se retransmite la señal y que se encuentran ubicados en otras entidades federativas; 2) durante la campaña federal, la disposición comprende todo el territorio nacional, mientras que en el transcurso de las campañas locales, no coincidentes con elecciones federales, la disposición se refiere, por regla general, sólo al territorio de la entidad federativa en la cual se eligen autoridades y, 3) la responsabilidad por la difusión de la propaganda gubernamental prohibida corresponde al concesionario o permisionario de la estación o canal respectivo, si la autoridad ordena la transmisión de mensajes gubernamentales únicamente en las estaciones y canales con cobertura en aquellas entidades

---

<sup>13</sup> Acuerdos CG169/2010 del 3 de junio de 2010, confirmada parcialmente en la resolución del SUP-RAP-74/2010 del 21 de julio de 2010; CG270/2010 del 27 de agosto de 2010 confirmada parcialmente en la resolución del SUP-RAP-126/2010 y Acumulado del 24 de diciembre de 2010; y CG268/2010 del 21 de julio de 2010, confirmada en la resolución del SUP-RAP-117/2010 y Acumulados del 24 de diciembre de 2010, respecto a la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía y revocada respecto a la Secretaría de Salud, respectivamente.

<sup>14</sup> Expedientes SCG/PE/PRI/CG/082/2010 Y ACUMULADO SCG/PE/PRI/CG/098/2010.

<sup>15</sup> Acuerdo CG269/2010 del 21 de julio de 2010, confirmada y modificada en la resolución del SUP-RAP-119/2010 y Acumulados del 25 de agosto de 2010.

federativas que no celebran proceso electoral y, sin embargo, la difusión se lleva a cabo también en las entidades en que se desarrollan comicios, en contravención a la instrucción de la autoridad, en este último supuesto, si las instrucciones de la autoridad se apegan a la disposición constitucional, y el incumplimiento se produce por la ejecución indebida o defectuosa de esas instrucciones, la responsabilidad administrativa electoral corresponde a los concesionarios y permisionarios<sup>16</sup>.

Sin embargo, para la propaganda gubernamental contratada en tiempos comerciales por parte de la Secretaría de Salud, el criterio asumido por la Sala Superior fue distinto al considerado para la propaganda difundida en tiempos oficiales, pues resolvió revocar la resolución del Instituto Federal Electoral que declaraba infundado el procedimiento sancionador contra esa dependencia del Ejecutivo Federal; en este sentido, la Sala Superior resolvió que la Secretaría de Salud (a través de su Dirección de Comunicación Social) era responsable por la difusión de propaganda gubernamental en periodos prohibidos, por no haber realizado las acciones suficientes y necesarias para evitar que la publicidad por ella contratada, fuera difundida en los periodos de campañas en estados en los que se desarrollaban procesos electorales locales, aún cuando la contratación se hubiere hecho en estaciones y canales cuya cobertura se encontraba en Entidades Federativas en los que no se desarrollaban procesos electorales locales. De tal forma se concluyó que la Dirección de Comunicación Social de la Secretaría de Salud, contrario a lo sostenido por el Consejo General del Instituto Federal Electoral, sí había sido

responsable y en consecuencia debía iniciarse el procedimiento sancionador considerado por el artículo 355, párrafo 1. del Código Federal comicial.

Respecto a la difusión de la cadena nacional y las conferencias de prensa materia impugnación de los expedientes SCG/PE/PRI/CG/082/2010 Y ACUMULADO SCG/PE/PRI/CG/098/2010, la Sala Superior resolvió confirmar la resolución del Consejo General del Instituto Federal Electoral tocante a la responsabilidad del Presidente de la República por la difusión de la cadena nacional, pero consideró que también tenía responsabilidad por la difusión de los mensajes transmitidos los días 30 de junio y 1 de julio de 2010, concluyendo que 1) una figura pública (en el caso concreto el Titular del Ejecutivo Federal) convoca a una conferencia de prensa para que, los medios de comunicación, mediante su cobertura noticiosa difundan el mensaje que dirige; de tal forma, cuando se convoca a una rueda de prensa para difundir logros, programas o proyectos de gobierno, tácitamente se realiza propaganda gubernamental, pues la única finalidad que se puede perseguir con tal acción es que el mensaje se repita en forma de una cobertura noticiosa y, 2) los mensajes que se difundan durante las campañas electorales y aun durante la jornada electoral deben obedecer a circunstancias excepcionales e ineludibles como las que marca la propia Constitución de manera expresa<sup>17</sup>.

De tal forma, consideramos claro el criterio de las autoridades electorales (tanto de la administrativa como de la jurisdiccional) respecto a la responsabilidad de las entidades de la Administración Pública Federal y de las

---

<sup>16</sup> Fojas 88 y 89, resolución del SUP-RAP-117/2010 y Acumulados del 24 de diciembre de 2010.

---

<sup>17</sup> Fojas 356, 360 y 361, resolución del SUP-RAP-119/2010 y Acumulados del 25 de agosto de 2010.

concesionarias y permisionarias de radio y televisión; sin embargo, esto trae de la mano otro problema de aplicación, como lo es que las denuncias aludidas sólo se presentaron en contra de las campañas gubernamentales difundidas por el Ejecutivo Federal, no así contra las campañas difundidas por las dos Cámaras del Congreso de la Unión, la Suprema Corte de Justicia de la Nación y las de la Comisión Nacional de los Derechos Humanos; por lo que surge de nueva cuenta interrogantes como ¿estas campañas también podrían haber sido objeto de denuncia? Eventualmente ¿podrían ser sancionables?, ante una aplicación estricta de la norma, la respuesta a ambos cuestionamientos sería contundentemente afirmativa, pero ¿por qué no se ha hecho? ¿Por qué esos dos Poderes y la Comisión, no han suspendido sus campañas de comunicación social, si como es evidente, sus campañas de comunicación social no contienen temas permitidos?, a la fecha no se ha dilucidado al respecto, en especial porque no obran constancias que se hayan iniciado procedimientos especiales sancionadores, de oficio o a petición de parte, por la difusión de dicha propaganda gubernamental.

Por otra parte, respecto al problema relativo a la temporalidad de la prohibición, de acuerdo a lo dispuesto por la norma constitucional, la propaganda gubernamental debe suspenderse *“durante las campañas electorales... y hasta la conclusión de la respectiva jornada comicial”*, puede entenderse como clara la postura del constituyente permanente de evitar que las campañas gubernamentales sirvieran como un factor que rompiera con la equidad en la contienda electoral y beneficiara a un candidato o partido político, por lo que prohibió expresamente la difusión de ésta durante el periodo de campañas electorales, sin embargo, el 26 de junio de 2009, la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación emitió la Jurisprudencia

11/2009, en la que estimó que la temporalidad de la prohibición no sólo se refería al periodo de campañas sino considerando la restricción de aplicación desde las precampañas mismas, interpretando el precepto normativo objeto de estudio<sup>18</sup>, posteriormente, en agosto de 2010, la propia Sala integró un expediente de Asunto General mediante el cual resolvió interrumpir el criterio contenido en la referida Jurisprudencia<sup>19</sup>. Pero no sólo mediante interpretaciones jurisprudenciales se ha ampliado el periodo de prohibición, actualmente se encuentran vigentes normas electorales locales que disponen la suspensión de la propaganda gubernamental desde el periodo de las precampañas, como es el caso de las constituciones y normativas electorales de los Estados de Tabasco y Coahuila. Esta situación implica que las instancias gubernamentales federales busquen opciones y mecanismos de difusión que les permitan, por una parte, no violar la norma local y por la otra, mantener la difusión de sus campañas de comunicación social en el resto de las entidades del país. Al respecto resulta ilustrativo el criterio sostenido por el Comité de Radio y Televisión del Instituto Federal Electoral emitido en el Acuerdo ACRT/041/2010 por el que se aprobó el Catálogo de estaciones de radio y canales de televisión que participarán en la cobertura del proceso electoral ordinario en el Estado de Coahuila<sup>20</sup>, mismo que fue ratificado por el

---

<sup>18</sup> Situación que a nuestra consideración no necesitaba interpretación, pues la porción normativa es clara y no da pie a interpretación alguna

<sup>19</sup> SUP-AG-45/2010, sesión pública del 22 de septiembre de 2010.

<sup>20</sup> Ratificado en sus términos por las resoluciones recaídas a los expedientes SUP-RAP-201/2010, SUP-RAP-202/2010 y SUP-RAP-204/2010 y Acumulado del 24 de diciembre de 2010.

Acuerdo CG381/2010 del Consejo General del propio Instituto; en el referido acuerdo la Autoridad Administrativa Electoral reconoce: 1) Que las emisoras domiciliadas en las entidades en las que no se celebren procesos electorales continúan obligadas a la transmisión de tiempos del Estado bajo el modelo aplicable a los periodos ordinarios, durante los cuales deben difundir las pautas de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación, y 2) que las emisoras incluidas en el catálogo respectivo no podrán difundir propaganda gubernamental durante el periodo de campañas, de conformidad con los artículos 41, Base III, Apartado C, Constitucional y 2, párrafo 2. del Código Comicial Federal<sup>21</sup>.

En conclusión, la subsistencia de la norma federal sobre la local, aún cuando no exista criterio jurisdiccional o doctrinario que así lo indique (en especial porque a consideración del Instituto Electoral y de Participación Ciudadana de Coahuila y del Congreso del Estado la norma que debe prevalecer y ser aplicada es la Constitución y el Código Electoral locales); asimismo, el nuevo modelo de administración de los tiempos oficiales, en especial lo relativo a la propaganda gubernamental, ha generado durante la vigencia de la Reforma Constitucional y Legal 2007-2008, más problemas de los que ha solucionado, en especial para las diferentes instancias gubernamentales (poderes federales y estatales, organismos autónomos, etc.), que han visto limitada su capacidad de informar a la ciudadanía de las acciones u obras realizadas, o que necesitan efectuarse, y que no persiguen como efecto secundario, el beneficio político electoral para los partidos de los que emanaron y que

incluso, por lo menos en teoría, no tienen relación o nexo alguno con ellos (como es el caso de la Suprema Corte de Justicia de la Nación o la Comisión Nacional de los Derechos Humanos), por lo que consideramos necesaria una urgente actualización del texto constitucional, a efecto de que se precisen claramente los alcances de la regulación a la propaganda gubernamental, esto mediante la expedición de leyes reglamentarias no sólo del párrafo octavo del artículo 134, también del párrafo segundo del Apartado C, Base III del artículo 41 Constitucionales, pues lo anterior, permitiría que tanto autoridades obligadas como reguladoras cumplan cabalmente las disposiciones constitucionales y se garantice con ello el desarrollo de procesos electorales que no sean tachados de inequitativos y faltos de certeza.

## Bibliografía

- CENTRO para el Desarrollo Democrático; *Análisis comparativo de la Reforma Electoral Constitucional y Legal 2007-2008*, Instituto Federal Electoral; 1ª. Edición, México 2008.
- CENTRO para el Desarrollo Democrático; *Administración del Tiempo de Estado en Radio y Televisión para Fines Electorales*, Instituto Federal Electoral; 1ª. Edición, México 2008.
- CÓDIGO Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; Instituto Federal Electoral, México 2008.
- CONSTITUCIÓN Política de los Estados Unidos Mexicanos; Secretaría de Gobernación, México 2009.
- CÓRDOVA Vianello, Lorenzo; Salazar Ugarte, Pedro, Coordinadores; *Estudios sobre la Reforma Electoral 2007 Hacia un Nuevo Modelo; Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación*, Tomos I y II; Edición Revisada, México 2009.

<sup>21</sup> Considerandos 17. y 21. del Acuerdo ACRT/041/2010 del 17 de noviembre de 2010.

LEY General de Protección Civil publicada en el DOF el 12 de mayo de 2000.

NOHLEN, Dieter; Zovatto, Daniel; Orozco, Jesús; Thompson, José, Compiladores; *Tratado de Derecho Electoral Comparado de América Latina*, Fondo de Cultura Económica; 2ª. Edición, México 2007.

OLGUÍN Uribe, Francisco; *Democracia y Medios de Comunicación en América Latina*; Secretaría de Gobernación, 1ª. Edición, México, 2007.

PROYECTO de Decreto que Reforma los artículos 6, 41, 85, 99, 108, 116 y 122; Adiciona el artículo 134 y deroga el tercer párrafo al artículo 97 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

REGLAMENTO del INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL en materia de Propaganda Institucional y Político Electoral de Servidores Públicos, DOF 7 de abril de 2008.

[www.cronica.com.mx](http://www.cronica.com.mx)