INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL

INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL
DIRECCIÓN EJECUTIVA DE PRERROGATIVAS Y PARTIDOS POLÍTICOS

No. Oficio INE/DEPPP/DE/DAI/0879/2015

Ciudad de México a 26 de febrero de 2015.

LIC. AMADEO DÍAZ MOGUEL
DIRECTOR GENERAL DE RADIO,
TELEVISIÓN Y CINEMATOGRAFÍA
DE LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN
P r e s e n t e

Hago de su conocimiento que el Consejo General del Instituto Nacional Electoral, en Sesión Extraordinaria del dieciocho de febrero de dos mil quince, aprobó el *"Acuerdo […] mediante el cual se emiten Normas Reglamentarias sobre Propaganda Gubernamental a que se refiere el artículo 41, Base III, Apartado C de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, para el Proceso Electoral Federal 2014-2015, los Procesos Electorales Locales coincidentes con el Federal, así como para los Procesos Locales Ordinarios y Extraordinarios que se celebren en 2015"*, identificado con la clave INE/CG61/2015, en cuyo punto DÉCIMO, instruye lo siguiente:

> *"DÉCIMO.-Se instruye al Secretario Ejecutivo a que notifique, por conducto de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, el presente Acuerdo a la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación, así como a los gobiernos estatales y, por su conducto, a los gobiernos municipales."*

En consecuencia, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 160, numerales 1 y 2; 162, numeral 1, inciso c); en relación con el 55, numeral 1, incisos g) y o) de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales; 42, numeral 1, incisos a) y n) del Reglamento Interior del Instituto Nacional Electoral; y 6, numeral 4, inciso p) del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, y en cumplimiento al punto de Acuerdo citado, por este medio se le notifica dicho instrumento, mismo que se encuentra adjunto al presente en copia simple, para los efectos legales conducentes.

Sin otro particular, reciba un cordial saludo.

A t e n t a m e n t e

MTRO. PATRICIO BALLADOS VILLAGÓMEZ
DIRECTOR EJECUTIVO DE PRERROGATIVAS
Y PARTIDOS POLÍTICOS

SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN
DIRECCIÓN GENERAL DE RADIO, TELEVISIÓN Y CINEMATOGRAFÍA
RECIBIDO
27 FEB 2015
16:31
DIRECCIÓN JURÍDICA

C. c. p. Mtro. Rodrigo Cervantes Laing.- Director de Análisis e Integración.-

Autorizó:	Rodrigo Cervantes Laing	
Revisó:	Sandra Flores Calvo	
Elaboró:	Javier Cuahonte Cárdenas	

SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN
DIRECCIÓN GENERAL DE RADIO, TELEVISIÓN Y CINEMATOGRAFÍA
RECIBIDO
27 FEB 2015
DIRECCIÓN GENERAL
RECIBIÓ: HORA: 16:13

Instituto Nacional Electoral
CONSEJO GENERAL

INE/CG61/2015

ACUERDO DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL MEDIANTE EL CUAL SE EMITEN NORMAS REGLAMENTARIAS SOBRE LA PROPAGANDA GUBERNAMENTAL A QUE SE REFIERE EL ARTÍCULO 41, BASE III, APARTADO C DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, PARA EL PROCESO ELECTORAL FEDERAL 2014-2015, LOS PROCESOS ELECTORALES LOCALES COINCIDENTES CON EL FEDERAL, ASÍ COMO PARA LOS PROCESOS LOCALES ORDINARIOS Y EXTRAORDINARIOS QUE SE CELEBREN EN 2015

A N T E C E D E N T E S

I. El trece de noviembre de dos mil siete, se publicó en el Diario Oficial de la Federación, el Decreto que reforma los artículos 6, 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.

II. El dieciséis de junio de dos mil diez, la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación emitió la sentencia recaída al expediente identificado como SUP-RAP-57/2010, por el recurso de apelación promovido por el Partido Nueva Alianza para impugnar el "*Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral por el que se modifica el CG601/2009 denominado 'Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral mediante el cual se emiten normas reglamentarias sobre propaganda gubernamental a que se refiere el artículo 41, Base III, Apartado C, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, para los procesos electorales de 2010*", identificado con la clave CG155/2010, el cual fue aprobado en sesión extraordinaria celebrada el diecinueve de mayo de dos mil diez.

III. El veintidós de junio de dos mil once, la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación emitió la sentencia recaída a los expedientes identificados como SUP-RAP-123/2011 y SUP-RAP-124/2011 acumulado, por el recurso de apelación promovido por el Partido Revolucionario Institucional y el Partido de la Revolución Democrática respectivamente para impugnar el "*Acuerdo [...] por el que se modifica el*

"Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral mediante el cual se emiten normas reglamentarias sobre la propaganda gubernamental a que se refiere el artículo 41, Base III, Apartado C de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, para los Procesos Electorales Locales de 2011", identificado con la clave CG135/2011, con motivo de la solicitud presentada por el Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos", identificado con la clave CG180/2011.

IV. El siete de marzo de dos mil doce, la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación emitió la sentencia recaída al expediente identificado como SUP-RAP-54/2012 y sus acumulados SUP-RAP-56/2012, SUP-RAP-58/2012, SUP-RAP-82/2012, SUP-RAP-84/2012, por los recursos de apelación promovidos por los partidos políticos Revolucionario Institucional, de la Revolución Democrática y Acción Nacional, así como por el Subsecretario de Normatividad de Medios de la Secretaría de Gobernación y la Secretaría de Gobernación para impugnar el *"Acuerdo del Consejo General del Instituto Federal Electoral mediante el cual se emiten normas reglamentarias sobre la propaganda gubernamental a que se refiere el artículo 41, Base III, Apartado C de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, para el Proceso Electoral Federal 2011-2012, así como de los Procesos Electorales Locales con jornada comicial coincidente con la federal y los procesos electorales extraordinarios a celebrarse en los Municipios de Santiago Tulantepec de Lugo Guerrero y Xochicoatlán, en el Estado de Hidalgo y el Municipio de Morelia, en el estado de Michoacán"*, identificado con la clave CG75/2012, el cual fue aprobado en sesión extraordinaria celebrada el ocho de febrero de dos mil doce.

V. De acuerdo a lo señalado en el transitorio Noveno de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, mediante sesión Extraordinaria del Consejo General del Instituto Nacional Electoral, celebrada el siete de octubre de dos mil catorce, se dio formal inicio al Proceso Electoral Federal 2014-2015.

VI. El quince de octubre de dos mil catorce, la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación emitió la sentencia recaída al expediente identificado como SUP-RAP-121/2014 y sus acumulados SUP-RAP132/2014 y SUP-RAP134/2014, por los recursos de apelación promovidos por Partido Político MORENA, Amadeo Díaz Moguel y Fórmula Radiofónica S.A. de C.V., para impugnar la "*Resolución del Consejo General del Instituto Nacional Electoral respecto del Procedimiento Especial*

Sancionador incoado con motivo de la denuncia presentada por el Partido Acción Nacional en contra del Secretario de Gobernación, del subsecretario de normatividad de medios, del Director General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación, así como de diversos concesionarios de radio, por hechos que considera constituyen infracciones a la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, identificado con el número de expediente SCG/PE/PAN/CG/19/INE/35/2014.", identificado con la clave CG155/2010, el cual fue aprobado en sesión extraordinaria celebrada el diecinueve de mayo de dos mil diez.

VII. En la sesión décima primera especial del Comité de Radio y Televisión del Instituto Nacional Electoral, celebrada el tres de diciembre de dos mil catorce, se aprobó el *"Acuerdo* [...] *por el que se aprueba el catálogo de estaciones de radio y canales de televisión que participarán en la cobertura del Proceso Electoral Federal 2014-2015 y de los Procesos Electorales Locales ordinarios que se llevarán a cabo en el dos mil quince, así como para el periodo ordinario posterior, para dar cumplimiento al artículo 173, numeral 5 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.*", identificado con la calve INE/ACRT/18/2014.

VIII. En sesión extraordinaria del Consejo General del Instituto Nacional Electoral, celebrada el diez de diciembre de dos mil catorce, se aprobó el *"Acuerdo [...] por el que se ordena la publicación del catálogo de estaciones de radio y canales de televisión que participarán en la cobertura del Proceso Electoral Federal 2014-2015 y de los Procesos Electorales Locales ordinarios que se llevarán a cabo en el dos mil quince, así como para el periodo ordinario posterior6*", identificado con la clave INE/CG305/2014.

IX. Mediante oficio OP/089/2014, de treinta y uno de julio de dos mil catorce, la Procuradora Federal del Consumidor, Lic. Lorena Martínez Rodríguez, solicitó que se incluyera como excepción a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental, los programas y/o campaña que realiza la PROFECO durante el año dos mil quince.

X. Mediante oficio SNM/057/2014, de diecinueve de diciembre de dos mil catorce, el Lic. Andrés Chao Ebergenyi, Subsecretario de Normatividad de Medios de la Secretaría de Gobernación, solicitó sean sometidas al Consejo General treinta y ocho solicitudes de dependencias y entidades de la

Administración Pública Federal, para que se incluyese como excepción a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental, lo siguiente:

1. La propaganda orientada a la asistencia pública de la Lotería Nacional;
2. La propaganda de Pronósticos para la Asistencia Pública, con el mismo objetivo que la anterior;
3. La publicidad informativa sobre promoción turística de la Secretaría de Turismo (SECTUR);
   La informativa sobre promoción turística del Consejo de Promoción Turística;
4. La del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) para promoción turística;
5. La relativa a incentivar el cumplimiento de las obligaciones fiscales de personas físicas y morales co-emitida por el Servicio de Administración Tributaria (SAT) y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP);
6. Las planteadas por la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (CONSAR) para el fomento de la cultura del ahorro a largo plazo;
7. Las que promuevan la venta de productos para generar recursos de la Casa de Moneda de México (CMM);
8. La relacionada a la publicidad de los procedimientos de venta que realiza el Servicio de Administración y Enajenación de Bienes (SAE);
9. La campaña de la Secretaría de Energía (SENER), referente al inicio y término del Horario de Verano, en sus versiones fronterizo y resto de la República;
10. La que difunda la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente (PRODECON), con el objeto de fomentar una nueva cultura contributiva, así como garantizar el derecho de los contribuyentes a recibir justicia en materia fiscal en el orden federal;
11. La relativa a la Secretaría de Marina (SEMAR), para la promoción de los hechos históricos del ámbito naval del país;
12. Las de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) para la prevención de incendios forestales, en conjunto con la Comisión Nacional Forestal (CONAFOR), y para la protección a centros de población sobre la cultura de información personal y grupal ante fenómenos meteorológicos;
13. La de fomento a la cultura del agua de la Comisión Nacional del Agua (CONAGUA);
14. Las campañas de sensibilización que fomenten la cultura del cuidado de la salud, y en general el trabajo informativo del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE);

15. Las campañas de vacunación del Centro Nacional para la Salud de la Infancia y Adolescencia (CENSIA);
16. Las campañas de prevención del consumo de sustancias psicoactivas del Centro Nacional para la Prevención y el Control de las Adicciones (CENADIC);
17. Las campañas del Desarrollo Integral de la Familia (DIF) para promover el registro de nacimiento, así como la eliminación de la violencia;
18. las de salud sexual y reproductiva de la Secretaría General del Consejo Nacional de Población;
19. La del Servicio Nacional de Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA), como órgano desconcentrado de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), para mantener informada a la población respecto de la Sanidad e inocuidad de los alimentos y el sector agropecuario;
20. Las de la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) para la protección y defensa de los consumidores;
21. La relacionada a la difusión de cultura por parte de del Instituto Nacional de las Bellas Artes y Literatura (INBA);
22. La de difusión de la importancia del patrimonio antropológico e histórico del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH);
23. La campaña del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), para fomentar la campaña de auto-cuidado, para motivar un estilo de vida saludable y prevenir enfermedades;
24. Las campañas planteadas por la Secretaría de Educación Pública (SEP): "Quehacer Educativo" respecto de Cédulas Profesionales, Programa Nacional de Lectura, Programa Nacional de Activación Física y Convivencia escolar libre de violencia, y Opciones de educación media superior, versión "Becas Etapas 1";
25. La relativa a la emisora SEP Radio Educación para tratar temas educativos y de orientación a la sociedad mediante Radio Educación;
26. La de información de los servicios educativos y de capacitación del Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica (CONALEP);
27. La de difusión de la cultura en radio de Radio Educación;
28. Las de la Secretaría de Gobernación (SEGOB) y la Dirección General de Juegos y Sorteos para la prevención a la ludopatía o adicción a los juegos con apuestas;
29. Las del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) para conocer sus actividades y servicios para motivar el interés cultural y artístico;

30. Las del Consejo Nacional de Fomento Educativo (CONAFE) para fomentar la participación en servicios comunitarios en zonas marginadas;
31. Las del Fondo de Cultura Económica (FCE) para la difusión de prestaciones de libros y actividades culturales;
32. Las del Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA) para la alfabetización y abatimiento del rezago educativo;
33. Las de Correos de México (SEPOMEX) para la oferta de los servicios de correos y Mexpost;
34. Las de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) para la seguridad en periodos vacacionales;
35. Las de la Secretaría Técnica del Consejo de Coordinación para la Implementación del Sistema de Justicia Penal (SETEC) para fomentar una cultura de legalidad y de respeto de los derechos humanos;
36. Las de la Procuraduría Federal de la Defensa del Trabajo (PROFEDET) para la participación de utilidades, y
37. Las del Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED) para promover el derecho a la no discriminación e incidir en la prevención y eliminación de la misma.

XI. Mediante oficio SG.DGCS/653/2014, de veintiséis de diciembre de dos mil catorce, el Director General de Comunicación Social de la Secretaría de Gobernación, Mtro. Roberto Femat Ramírez, solicitó que se incluyera como excepción a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental, las campañas relativas a la promoción de los derechos humanos, la prevención social de la violencia y la delincuencia, así como aquéllas que tengan como fin alertar a la ciudadanía acerca de la trata de personas y la prevención del embarazo adolescente no planificado.

XII. Mediante oficio SNM/02/2015, de cinco de enero de dos mil quince, el Subsecretario de Normatividad de Medios de la Secretaría de Gobernación, Lic. Andrés Chao Ebergenyi, en alcance al oficio SNM/057/2014 de fecha diecinueve de diciembre de dos mil catorce, solicitó que se incluyera como excepción a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental, los programas y/o campaña que realiza la Nacional Financiera y de la Dirección General de Comunicación Social de la Secretaría de Gobernación durante el año dos mil quince.

XIII. Mediante oficio IFT/212/CGVI/077/2015, de veintiocho de enero de dos mil quince, el Lic. Eduardo Álvarez Ponce, Coordinador General del Instituto Federal de Comunicaciones, solicitó que se incluyeran como excepción a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental las campañas informativas sobre la Televisión Digital Terrestre, portabilidad numérica y terminación del cobro de larga distancia que lleva a cabo dicho Instituto.

C O N S I D E R A N D O

1. Que el artículo 41, párrafo segundo, Base V, Apartado A, párrafo primero de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos dispone que la organización de las elecciones federales es una función estatal que se realiza a través de un organismo público autónomo denominado Instituto Nacional Electoral, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio, en cuya integración participan el Poder Legislativo de la Unión, los Partidos Políticos Nacionales y los ciudadanos, en los términos que ordena la Ley, y que en el ejercicio de esa función estatal la certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, máxima publicidad y objetividad son principios rectores.

2. Que el Instituto Nacional Electoral es la autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines y a los de otras autoridades electorales, así como al ejercicio de los derechos y las prerrogativas de los partidos políticos y candidatos independientes; es independiente en sus decisiones y funcionamiento, de conformidad con los artículos 41, Base III, Apartados A y B, así como Base V de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 30 numeral 1, inciso h); 31, numeral 1, y 160, numeral 1 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales; y 7, numeral 3 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral.

3. Que como lo señalan los numerales 1 y 2 del artículo primero de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, las disposiciones de la misma son de orden público y de observancia general en el territorio nacional, asimismo que tienen por objeto establecer las disposiciones aplicables en la materia y distribuir competencias.

4. Que como lo establecen los artículos 159, numerales 1, 2 y 3 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales; 23, numeral 1, inciso d), y 26, numeral 1, inciso a) de la Ley General de Partidos Políticos, los Partidos Políticos Nacionales tienen como derecho el uso permanente de los medios de comunicación y es su prerrogativa acceder a la radio y a la televisión a través del tiempo que la Constitución les otorga.

5. Que los artículos 162 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales y 4, numeral 2 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral disponen que el Instituto ejercerá sus facultades en materia de radio y televisión a través del Consejo General, de la Junta General Ejecutiva, de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, del Comité de Radio y Televisión y de la Comisión de Quejas y Denuncias, así como de los Vocales Ejecutivos y juntas ejecutivas de los órganos desconcentrados, locales y distritales.

6. Que de conformidad con el artículo 35, numeral 1 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, el Consejo General es el órgano superior de dirección del Instituto Nacional Electoral y es el responsable de vigilar el cumplimiento de las disposiciones constitucionales y legales en materia electoral.

7. Que la facultad reglamentaria del Consejo General como órgano máximo de dirección del Instituto Nacional Electoral ha sido expresamente reconocida en las resoluciones dictadas por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, dentro de los expedientes identificados con las claves SUP-RAP-44/2007; SUP-RAP-243-2008; SUP-RAP-53/2009 y SUP-RAP-94/2009, en las cuales se señala que el Consejo General del ahora Instituto Nacional Electoral, es el único órgano legalmente facultado para emitir Reglamentos o normas generales con el objeto de desarrollar o explicitar las disposiciones contenidas en el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, por lo que en ese sentido, las normas que regulan la materia de radio y televisión para fines electorales, solamente pueden ser emitidas por el máximo órgano de dirección del Instituto.

8. Que de acuerdo con el artículo 44, numeral 1, incisos k), n), aa) y jj) de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, el Consejo General del Instituto tiene como atribuciones vigilar que en lo relativo a las prerrogativas de los partidos políticos se actúe con apego a la propia ley, así

como a lo dispuesto en los Reglamentos que al efecto expida; vigilar de manera permanente que el Instituto ejerza sus facultades como autoridad única en la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines, a los de otras autoridades electorales federales y locales y al ejercicio del derecho de los Partidos Políticos Nacionales, agrupaciones políticas y candidatos de conformidad con lo establecido en la ley y demás leyes aplicables; conocer de las infracciones y, en su caso, imponer las sanciones que correspondan, en los términos previstos en la propia ley; así como dictar los Acuerdos necesarios para hacer efectivas las anteriores atribuciones y las demás señaladas en la ley o en otra legislación aplicable.

9. Que como es de conocimiento público, durante el año dos mil quince se celebrarán en la República Mexicana dieciséis Procesos Electorales Locales con jornadas comiciales coincidentes con el Proceso Electoral Federal y un Proceso Electoral Local no coincidente con el Proceso Electoral Federal.

10. Que en relación con el Acuerdo señalado en el Antecedente IV, se dispuso que *"los catálogos se conformarán por el listado de concesionarios que se encuentren obligados a transmitir las pautas para la difusión de los promocionales de partidos políticos, candidatos/as independientes y autoridades electorales que les sean notificadas, y por aquellos que se encuentren obligados a suspender la trasmisión de propaganda gubernamental durante los periodos de campaña y hasta el día en que se celebre la jornada comicial respectiva."*

11. Que de conformidad con los artículos 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 209, numeral 1 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales; y 7, numeral 8 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, 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, salvo la relativa a las campañas de información de las autoridades electorales, las relativas a servicios educativos y de salud, o las necesarias para la protección civil en casos de emergencia.

12. Que en cumplimiento a las disposiciones constitucionales y legales previstas en los puntos considerativos precedentes, no podrá difundirse propaganda gubernamental durante el periodo de campañas y hasta el día en que se celebre la jornada comicial del Proceso Federal Electoral, así como de los Procesos Electorales Locales coincidentes y no coincidentes con el Federal en los medios de comunicación social incluyendo las emisoras de radio y televisión que estén previstas en el Catálogo señalado el Antecedente IV del presente Acuerdo, dentro de los periodos siguientes:

	Periodo de Campaña		Jornada Electoral
	Inicio	Final	
Baja California Sur	5 abril	3 de junio	7 de junio
Campeche	14 marzo	3 de junio	7 de junio
Colima	7 marzo-gobernador 7 abril-diputados y ayuntamientos	3 de junio	7 de junio
Distrito Federal	20 abril	3 de junio	7 de junio
Guanajuato	5 abril	3 de junio	7 de junio
Guerrero	6 marzo-gobernador 5 abril-diputados 25 abril-ayuntamientos	3 de junio	7 de junio
Jalisco	5 abril	3 de junio	7 de junio
México	30 abril	3 de junio	7 de junio
Michoacán	5 abril-gobernador 20 abril-diputados y ayuntamientos	3 de junio	7 de junio
Morelos	20 abril	3 de junio	7 de junio
Nuevo León	6 marzo	3 de junio	7 de junio

	Periodo de Campaña		Jornada Electoral
	Inicio	Final	
Querétaro	5 abril	3 de junio	7 de junio
San Luis Potosí	6 marzo-gobernador 5 abril-ayuntamientos	3 de junio	7 de junio
Sonora	6 marzo-gobernador 5 abril-disputados y ayuntamientos 25 abril-ayuntamientos	3 de junio	7 de junio
Tabasco	20 abril	3 de junio	7 de junio
Yucatán	5 abril	3 de junio	7 de junio
Federal	5 abril	3 de junio	7 de junio
Chiapas (no coincidente)	16 de junio	15 de julio	19 de julio

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.

13. Que según lo establecido en el artículo 134 constitucional, la propaganda que, bajo cualquier modalidad de comunicación social, difundan 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.

    En este sentido, la propaganda que se transmita deberá tener carácter institucional y abstenerse de incluir frases, imágenes, voces o símbolos que pudieran ser constitutivos de propaganda política o electoral, o bien elementos de propaganda personalizada de servidor público alguno.

Es decir, no podrá difundir logros de gobierno, obra pública, ni emitir información sobre programas y acciones que promuevan innovaciones en bien de la ciudadanía.

Su contenido se limitará a identificar el nombre de la institución de que se trata sin hacer alusión a cualquiera de las frases, imágenes, voces o símbolos que pudieran ser constitutivos de propaganda política o electoral.

La propaganda podrá incluir el nombre de la dependencia y su escudo oficial como medio identificativo, siempre y cuando éstos no se relacionen de manera directa con la gestión de algún gobierno o administración federal o local.

La propaganda no podrá contener logotipos, slogans o cualquier otro tipo de referencias al gobierno federal o a algún otro gobierno o administración, o a sus campañas institucionales, ni incluir elementos de propaganda personalizada de servidor público alguno.

La propaganda exceptuada mediante este Acuerdo, deberá tener fines informativos sobre la prestación de un servicio, alguna campaña de educación o de orientación social, por lo que no está permitida la exaltación, promoción o justificación de algún programa o logro obtenido en los gobiernos local o federal o de alguna administración específica.

14. Que el artículo 242, numeral 5 de la ley electoral establece que 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 la difusión se limite a una vez al año en estaciones y canales con cobertura regional correspondiente al ámbito geográfico de responsabilidad del servidor público y no exceda de los siete días anteriores y cinco posteriores a la fecha en que se rinda el informe. En ningún caso, la difusión de tales informes podrá tener fines electorales, ni realizarse dentro del periodo de campaña electoral.

15. Que este Acuerdo tiene como finalidad garantizar que se cumplan los principios de seguridad jurídica, certeza, imparcialidad y equidad durante las campañas electorales y hasta la conclusión de la Jornada Electoral, de los procesos electorales a celebrarse en dos mil quince. Ello, en cuanto a las restricciones sobre la difusión en los medios de comunicación social de toda

propaganda gubernamental en periodos de campaña previstas en el artículo 41, Base III, Apartado C, párrafo segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

16. Que en sesión pública celebrada el diecinueve de octubre de dos mil once, la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación aprobó la jurisprudencia 18/2011, misma que señala lo siguiente:

> ***PROPAGANDA GUBERNAMENTAL. LOS SUPUESTOS DE EXCEPCIÓN A QUE SE REFIERE EL ARTÍCULO 41, BASE III, APARTADO C, DE LA CONSTITUCIÓN FEDERAL, DEBEN CUMPLIR CON LOS PRINCIPIOS DE EQUIDAD E IMPARCIALIDAD.***—*De la interpretación de los artículos 41, Base III, Apartado C, segundo párrafo, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; y 2, párrafo 2, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, se colige que la restricción a la difusión en medios de comunicación social de toda propaganda gubernamental durante las campañas electorales tiene como fin evitar que los entes públicos puedan influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ya sea en pro o en contra de determinado partido político o candidato, atento a los principios de equidad e imparcialidad que rigen en la contienda electoral. En consecuencia, los supuestos de excepción relativos a las campañas de información, servicios educativos, de salud y las de protección civil en caso de emergencia, a que se refieren ambos preceptos jurídicos, deberán colmar los mencionados principios, dado que de ninguna manera pueden considerarse como exentos de cumplir con la normativa constitucional y legal en la materia.*

17. Que a efecto de conocer las excepciones a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental a que se refiere el artículo 41, Base III, Apartado C, párrafo segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, se deben atender los conceptos sobre educación, protección civil y salud, interpretando dichas disposiciones de manera armónica, a fin de que convivan todas las normas y principios contenidos en la misma y en particular los principios de equidad e imparcialidad que deben regir en las contiendas electorales.

- **Supuestos de excepción relativos a servicios educativos:**

18. Que la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, en la sentencia recaída al expediente identificado como SUP-RAP57/2010, se manifestó entre sus consideraciones sobre la interpretación del concepto de educación que el artículo 3, párrafo 2 y fracción II de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece, en el sentido que la educación que imparta el Estado tenderá a desarrollar armónicamente, todas las facultades del ser humano y fomentará en él, a la vez, el amor a la Patria, el respeto a los derechos humanos y la conciencia de la solidaridad internacional, en la independencia y en la justicia.

    Asimismo el texto constitucional determina que el criterio que orientará la educación será democrático, considerando a la democracia no solamente como una estructura jurídica y un régimen político, sino como un sistema de vida fundado en el constante mejoramiento económico, social y cultural del pueblo, que debe ser nacional, en cuanto a la necesidad de atender a la comprensión de nuestros problemas, al aprovechamiento de nuestros recursos, a la defensa de nuestra independencia política y aseguramiento de nuestra independencia política y económica, así como la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura.

    Se entiende que debe contribuir a la mejor convivencia humana, el aprecio para la dignidad de la persona y la integridad de la familia, la convicción del interés general de la sociedad, cuanto por el cuidado que ponga en sustentar los ideales de fraternidad e igualdad de derechos de todos los hombres y mujeres, evitando los privilegios de razas, de religión, de grupos, de sexos o de individuos; y toda ella será de calidad, con base en el mejoramiento y el máximo logro de los individuos.

    Igualmente se señala en la sentencia mencionada que debe contemplarse, dentro del concepto de educación, el acceso a la cultura y al disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado, determinándose que el Estado tiene a su cargo promover los medios para la difusión y desarrollo de la cultura, atendiendo a la diversidad cultural en todas sus manifestaciones y expresiones con pleno respeto a la libertad creativa.

19. Que de la totalidad de solicitudes recibidas por este Instituto, aquellas que presuntamente encuadran dentro de la excepción prevista en el artículo 41 Constitucional, Base III, Apartado C, segundo párrafo dentro del concepto de educación son las siguientes:

I.- Las campañas informativas que remitieron la Secretaría de Educación Pública, y los organismos desconcentrados y descentralizados adscritos a la misma, al tratar temas educativos y de orientación a la sociedad, se analizan de la siguiente forma

a) La Secretaría de Educación Pública, según el artículo 38 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, es la dependencia encargada de poner en práctica, así como vigilar el sistema educativo nacional, por lo que sus campañas "Quehacer Educativo", en sus versiones, Programa Nacional de Lectura, Programa Nacional de Activación Física, Convivencia Escolar Libre de Violencia y "Opciones de educación media superior" versión Becas Etapa 1, deberán considerarse como exceptuadas a la prohibición de difundir propaganda gubernamental. No quedará exceptuada la campaña "Quehacer Educativo" versión Cédulas profesionales.

   La principal razón es que, por medio de las campañas exceptuadas, se darán a conocer los diferentes programas que se han planteado para fomentar la lectura, promover el ejercicio y el deporte como distracción sana, las becas a las cuales pueden acceder las personas para continuar con sus estudios y una campaña de esfuerzo continuo para erradicar el acoso escolar.

   Dicho lo anterior, dado que la educación es un concepto global que abarca no solo la educación impartida como ejercicio de la actividad docente, sino también medios, prevenciones, programas y propósitos, como lo son las campañas de la Secretaría de Educación Pública, que buscan activar la educación en el país, desde diferentes puntos.

b) El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), de conformidad con lo señalado en los artículos 1, 2 y 20 del Decreto por el que se crea, es un órgano desconcentrado de la Secretaría de Educación Pública que tiene como atribución principal promover y difundir la cultura y las artes en el país, y dar congruencia al

funcionamiento y asegurar la coordinación de las entidades paraestatales que realicen funciones de promoción y difusión de la cultura y las artes, inclusive a través de medios audiovisuales de comunicación, agrupadas o que se agrupen en el subsector de la cultura de la Secretaría de Educación Pública.

La campaña de comunicación social del CONACULTA tiene como propósito el cumplimiento de los objetivos del Programa Sectorial de Educación 2013-2018, en lo relativo a la promoción y difusión del arte y la cultura como recursos formativos privilegiados para impulsar la educación integral.

Cabe mencionar que, de acuerdo al Programa Sectorial de Educación 2013-2018, se pretende implementar una estrategia para lograr una nueva agenda cultural, en la cual el CONACULTA se constituye como eje articulador del sistema de administración cultural del país, y encabeza los esfuerzos para dar un nuevo enfoque a los campos de acción permanentes de la tarea cultural: patrimonio, promoción y difusión; educación e investigación artística y cultural, estímulo a la creación, fomento al libro y la lectura, medios audiovisuales, culturas populares e indígenas y cooperación cultural internacional.

En ese contexto dentro de los temas específicos se encuentran el fomento a la educación artística y cultural; infraestructura cultural; fortalecimiento de la identidad nacional, a través de la difusión del patrimonio y diversidad cultural; acceso a bienes y servicios culturales para la población; así como el fortalecimiento del acceso a la cultura mediante el uso de tecnologías digitales.

En este sentido, dado que el texto constitucional concibe la educación como una herramienta necesaria para la formación del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a la difusión de las actividades y servicios en materia artística y cultural llevadas a cabo por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, con el fin de que la población mexicana conozca con oportunidad las actividades y servicios que en materia artística y cultural lleva a cabo, y motivar así el interés de la población y la asistencia a dichos eventos.

c) El Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) y el Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA) son órganos desconcentrados de la Secretaría de Educación Pública. Respecto del primero, sus campañas se encargan de difundir las principales actividades y servicios culturales a su cargo, como exposiciones internacionales y nacionales, zonas arqueológicas, museos nacionales, actividades académicas y protección del patrimonio cultural; y del segundo, sus campañas se orientan a la difusión cultural en las áreas de música, teatro, danza, museos y literatura por medio de carteleras semanales.

En esa tesitura, las campañas de difusión de las actividades y servicios en materia artística y cultural llevadas a cabo por el INAH y el INBA, con el fin de promover en la población la asistencia a los eventos citados, tienen una naturaleza educativa, ya que, como se ha manifestado, la Constitución concibe a la educación de forma integral, para el conocimiento social y cultural del pueblo, y que tiende a desarrollar armónicamente todas las facultades del ser humano y fomente en él, a la vez, el amor a la Patria, el respeto a los derechos humanos y la conciencia de solidaridad internacional, en la independencia y en la justicia.

Asimismo, la Constitución dispone que la educación se basará en los resultados del progreso científico, luchará contra la ignorancia y sus efectos, las servidumbres, los fanatismos y los prejuicios, fomentando el respeto por la diversidad cultural; y, en su artículo cuarto, reconoce el derecho de toda persona al acceso a la cultura y a los bienes y servicios que presta el Estado en la materia. También, dispone que el Estado tiene el deber de promover los medios para la difusión y desarrollo de la cultura, atendiendo a la diversidad cultural en todas sus manifestaciones y expresiones con pleno respeto a la libertad creativa.

Dicho lo anterior, es claro que las campañas del Instituto Nacional de Antropología e Historia y del Instituto Nacional de Bellas Artes encuentran cobijo en el concepto de educación a que se refiere el texto constitucional, razón por la cual esta Autoridad considera como necesario exceptuarlas.

d) El Consejo Nacional de Fomento Educativo (CONAFE) es un organismo descentralizado de la Secretaría de Educación Pública, creado mediante Decreto Presidencial del once de septiembre de mil

novecientos setenta y uno, modificado mediante el diverso de fecha once de febrero de mil novecientos ochenta y dos. , Su objetivo principal es llevar los beneficios de la educación básica a las comunidades vulnerables, brindándoles herramientas útiles para desenvolverse con éxito en su entorno social y productivo.

Tiene como misión ofrecer alternativas de acceso, permanencia y mejora de aprendizajes en la educación inicial y básica, y alcanzar la equidad educativa de infantes y jóvenes que viven en condiciones de pobreza y marginalidad, a partir de convocar al compromiso y corresponsabilidad de los diferentes niveles de gobierno, así como de los sectores público, privado y social.

En ese sentido, la campaña del CONAFE busca invitar a los jóvenes a participar en la experiencia educativa de los servicios comunitarios en las zonas más marginadas del país, a través de una convocatoria en medios. Se considera importante realizar esta campaña de comunicación durante los meses previos al inicio escolar, para potenciar su impacto y lograr un mayor acceso a los servicios educativos en las regiones más desfavorecidas.

Por lo anterior, se considera pertinente exceptuar la campaña de comunicación que realiza ese órgano, ya que es un mecanismo que se utiliza para invitar a los jóvenes a participar en la experiencia educativa de los servicios comunitarios y con ello cumplir con su objetivo principal, mismo que se encuentre relacionado con el concepto de educación que la propia Constitución establece.

e) El Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA) es un organismo descentralizado, conforme al Decreto Presidencial del treinta y uno de agosto de mil novecientos ochenta y uno, y tiene entre sus atribuciones la de proponer y desarrollar modelos educativos, elaborar y distribuir materiales didácticos, aplicar sistemas para la evaluación del aprendizaje de los adultos, y acreditar y certificar la educación básica de mayores de 15 años que no hubiera concluido esos estudios.

Su "Campaña Nacional de Alfabetización y Abatimiento del Rezago Educativo" busca promover y difundir la alfabetización y abatimiento de rezago educativo. Toda vez que su objetivo está orientado directamente a los servicios educativos en adultos, resulta evidente que su difusión se encuentra amparada en el artículo 41, párrafo segundo, Base III,

Apartado C, párrafo segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

De acuerdo con las cifras del INEA, en México hay alrededor de treinta y dos millones de jóvenes mayores de 15 años y adultos en condición de rezago educativo; de los cuales más de cinco millones son analfabetas, diez millones carecen de educación primaria y dieciséis millones no tienen secundaria certificada. La campaña del INEA tiene el propósito de atender a siete punto cinco millones de personas: dos punto dos millones de analfabetas; dos punto dos millones en educación primaria y tres punto un millones en secundaria.

f) Por último, el Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica (CONALEP) es un organismo público descentralizado, creado por decreto presidencial en mil novecientos setenta y ocho, cuya misión es formar profesionales técnicos, así como capacitar y evaluar con fines de certificación de competencias laborales y servicios tecnológicos.

Su campaña de comunicación se encuentra dirigida a los jóvenes y pretende ofrecerles la información necesaria sobre los servicios educativos y de capacitación que el colegio oferta.

Ahora bien, como ha sido señalado, la educación se basará en los resultados del progreso científico, luchará contra la ignorancia y sus efectos, las servidumbres, los fanatismos y los prejuicios, fomentando el respeto por la diversidad cultural. Y, dado que la educación es un concepto global que abarca no solo la educación entendida como actividad docente, sino también medios, prevenciones, programas y propósitos, la campaña de CONALEP debe exceptuarse, pues se encuentra dirigida a satisfacer y a proveer información a la población, sin que esto vulnere los principios rectores de la contienda electoral, pues por el contrario privilegia la educación continua y la formación profesional.

g) En relación con la campaña del Fondo de Cultura Económica, relacionada con inserciones publicitarias para la difusión de presentaciones de libros y actividades culturales, conviene realizar las manifestaciones siguientes:

El Fondo de Cultura Económica es un organismo público descentralizado de la Administración Pública Federal cuyo objeto, de conformidad con el artículo 2 del Estatuto Orgánico del Fondo de Cultura Económica, es la promoción, fomento, edición, publicación, exhibición y comercialización de obras escritas o registradas en toda clase de medio tradicionales o electrónicos, con la finalidad de difundirlas y facilitar su acceso a todos los sectores de la población.

Además, es preciso tomar en consideración que la educación, como derecho de todo individuo, debe ser considerada como un sistema de vida fundado en el constante mejoramiento cultural del pueblo; así como un medio fundamental para acrecentar la cultura nacional.

En razón de ello, y como quedó establecido en el considerando anterior, el Estado debe contemplar el acceso a la cultura y disfrute de los bienes que presta, para lo cual tiene a su cargo la promoción de los medios para la difusión y desarrollo de la cultura, atendiendo a la diversidad cultural en todas sus manifestaciones y expresiones con pleno respeto a la libertad creativa.

Así pues, esta autoridad considera que el objeto de la campaña del Fondo de Cultura Económica, relacionada con la difusión de actividades y eventos culturales y de presentación de libros, está relacionado con una visión integral de la educación, que abarca las obras escritas.

En consecuencia, la campaña del Fondo de Cultura Económica a juicio de esta autoridad encuadra en las excepciones previstas en el artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C, párrafo segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos.

II.- Las campañas informativas que remiten las dependencias de la Secretaría de Turismo, al tratar temas educativos y de orientación a la sociedad, se analizan de la siguiente forma:

a) Según lo dispuesto en el artículo 38 de la Ley General de Turismo, la Secretaría de Turismo será auxiliada en materia de promoción turística, nacional e internacional, por la empresa de participación estatal mayoritaria denominada Consejo de Promoción Turística de México. La promoción de centros turísticos del país que realiza este Consejo tiene

carácter informativo y de orientación sobre los diversos destinos turísticos de México.[1]

Así, se considera que la promoción del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, cuyo sustento es el concepto integral de educación que proporcionan los artículos 3° y 4° de la Constitución.

En ese sentido, la campaña de promoción turística de México pretende hacer del conocimiento de la población lugares específicos del territorio nacional, para incentivar el turismo interno, además de la promoción de la educación respecto de la geografía, historia y costumbres de determinados centros de población y bellezas naturales.

Es importante señalar que la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, en la sentencia señalada en el apartado de Antecedentes e identificada como SUP-RAP 57/2010, dejó de manifiesto lo que se transcribe a continuación:

"Respecto a la promoción nacional de México o de centros turísticos del país, [...] emitida por el Consejo de Promoción Turística de México, resulta admisible sostener que se trata de una campaña de naturaleza educativa, a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3°, de la Constitución General de la República, por lo que también se actualiza el caso de excepción que ordena la suspensión de la difusión en los medios de comunicación social de toda propaganda gubernamental.

Resulta palmario que la promoción nacional de México, en relación a los lugares del país y sus destinos turísticos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres.

[1] Mediante recurso de apelación SUP-RAP 54/2012, la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación determinó que se encontraban dentro de las excepciones establecidas en el artículo 41, Base III, apartado C de la Constitución, las campañas relativas a la asistencia pública que emitan tanto la "Lotería Nacional" como "Pronósticos para la Asistencia Pública"; la publicidad informativa sobre la promoción turística nacional de México y de otros centros turísticos del país; la campaña de educación del Servicio de Administración Tributaria para incentivar el pago de impuestos y el cumplimiento de las obligaciones fiscales.

De esa manera, las campañas publicitarias emitidas por el Consejo de Promoción Turística de México, en las que se hace una promoción nacional de México, incluyendo las campañas de "vive México", quedan comprendidas dentro del concepto de educación, tal como lo consideró la autoridad responsable, sin que la permisión de su difusión en el periodo de campañas electorales vulnere la norma constitucional que obliga a suspender en esa época toda promoción gubernamental, ya que también se determinó que no podrán contener logotipos o referencias a los gobiernos federal, estatal, municipal o delegacional.

Por tanto, se estima que es conforme a Derecho sostener que se trata de una campaña de naturaleza educativa, a partir del multicitado concepto integral de educación; en concordancia con los Acuerdos del Consejo General dictados para los procesos electorales de dos mil diez (CG155/2010); dos mil once-dos mil doce (CG75/2012), así como el Proceso Electoral celebrado en dos mil catorce (CG83/2014), en las que el Consejo de Promoción Turística difundió campañas de la misma naturaleza.

b) Relacionado con lo anterior, corresponde analizar las campañas de la propia Secretaría de Turismo denominadas "Ángeles Verdes de Semana Santa, Verano y Diciembre", relacionadas con el servicio que ofrece el número de teléfono 088.

La campaña citada se encuentra dirigida a la seguridad de los viajeros en los periodos vacacionales, con el apoyo de la Corporación Ángeles Verdes, el servicio que esta ofrece a través del número 088 y la labor que brinda a los turistas que viajan en las temporadas vacacionales por carreteras de la República Mexicana.

Las tres temporadas incluidas en la campaña se rigen por el calendario que anualmente aprueba la Secretaría de Educación Pública, por lo cual el periodo de semana santa señalado en dicho calendario es el comprendido del **treinta de marzo al diez de abril de dos mil quince**; mientras que el periodo actualmente publicado para vacaciones de verano abarca únicamente el plazo señalado en el calendario escolar 2014-2015, es decir, del quince al treinta y uno de julio, pues a partir del mes de agosto, la Secretaría de Educación Pública deberá publicar el calendario escolar 2015-2016.

Dicho lo anterior, se considera que la campaña es de índole educativa, dado que su contenido es meramente informativo y contribuye a la formación de conciencia de los habitantes del país.

En ese sentido, el derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. La acción en materia de prevención de accidentes comprende la adopción de medidas para prevenirlos, así como el fomento de programas de educación y orientación a la población. Lo anterior tiene una evidente finalidad de educación vial y prevención de accidentes, por lo cual atendiendo al concepto integral de educación que proporciona el artículo tercero de la carta magna, resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de educación, por el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros, lo que también implica que para el disfrute del turismo en país deben de existir los medios necesarios, tanto para su difusión, como para el cuidado y protección de los turistas nacionales y extranjeros.

Ahora bien, en relación con el servicio que ofrece el número 088, refuerza lo anterior lo establecido por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en la Sentencia señalada en el apartado de Antecedentes del presente Acuerdo, identificada con el expediente SUP-RAP-121/2014 y acumulados, en la que señaló que era posible concluir que dicha campaña, en el año dos mil catorce, tuvo por objeto informar y fomentar la utilización de un mecanismo o herramienta (número telefónico 088) para realizar denuncias anónimas, como la base para la prevención y persecución de los delitos. De manera que, en opinión de la Sala Superior del Tribunal Electoral se estaría ante una comunicación institucional con fines educativos y, por tanto, esa propaganda gubernamental no vulnera los principios de equidad e imparcialidad, aun cuando se haya transmitido durante la fase de campaña electoral y hasta la conclusión de la respectiva Jornada Electoral, dentro del pasado Proceso Electoral Local de Nayarit.

Por todo lo anterior, se estima que es conforme a Derecho sostener que la campaña de la Secretaría de Turismo denominada "Ángeles Verdes" debe ser consideradas como una excepción a la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante las campañas electorales,

únicamente en su versión "Semana Santa" y sólo entre el treinta de marzo y el diez de abril de dos mil quince.

III.- Las campañas informativas que remiten los órganos y dependencias de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público u organismos descentralizados vinculados a la materia tributaria que, al tratar temas educativos y de orientación a la sociedad, se analizan de la siguiente forma:

a) De conformidad con lo dispuesto en el artículo 31, fracción XI de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público tiene como atribución cobrar los impuestos, contribuciones de mejoras, derechos, productos y aprovechamientos federales en los términos de las leyes aplicables y vigilar y asegurar el cumplimiento de las disposiciones fiscales.

   De igual forma, los artículos 1, 2 y 19 de la Ley del Servicio de Administración Tributaria, señalan que el Servicio de Administración Tributaria es el órgano desconcentrado de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público encargado de aplicar la legislación fiscal y aduanera con el fin de que las personas físicas y morales contribuyan, proporcional y equitativamente, al gasto público; de fiscalizar a los contribuyentes para que cumplan con las disposiciones tributarias y aduaneras; de facilitar e incentivar el cumplimiento voluntario de dichas disposiciones; y, de generar y proporcionar la información necesaria para el diseño y la evaluación de la política tributaria. Adicionalmente, tiene a su cargo la difusión de la información y orientación necesarias que permita crear una conciencia tributaria entre la sociedad.

   En este sentido, se considera que los programas en torno a una cultura de contribución, tales como las campañas "Declaración Anual e Informativa 2014" y "Buzón Tributario" que la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, en comisión con el Servicio de Administración Tributaria, tiene planeadas, se insertan en el concepto de educación, toda vez que se traducen en acciones tendentes a lograr una formación cívica que, a partir del conocimiento y concientización de que el gasto público se destina a cubrir aquellas necesidades de la sociedad que son de interés público, generan una cultura de solidaridad en el cumplimiento voluntario y oportuno de las obligaciones fiscales. Al mismo tiempo, tiene por objeto la educación del pueblo en torno al pago de las cargas tributarias para el sostenimiento del Estado, así como el

inicio de la operación del mecanismo buzón tributario para las personas físicas, las funciones del mismo y las implicaciones legales de las notificaciones realizadas a través del mismo.

No obstante lo anterior, es importante que las campañas relacionadas con la Declaración Anual que realizan las personas físicas y morales deben circunscribirse al ámbito temporal en que dichas declaraciones deben efectivamente de realizarse, esto es, no deben difundirse más allá del 30 de abril del dos mil quince.

b) La Procuraduría de la Defensa del Contribuyente es un organismo público descentralizado que tiene como propósito principal el garantizar el derecho de los contribuyentes a recibir justicia en materia fiscal en el orden federal, mediante la asesoría, representación y defensa, recepción de quejas y emisión de recomendaciones.

Al respecto, tal como se desprende del artículo 5, fracción V, IX y XV de la Ley Orgánica de la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente, la misma tendrá entre sus facultades, la de promover el estudio, la enseñanza y la divulgación de las disposiciones fiscales, particularmente las relativas a garantías, elementos del acto administrativo, facultades de las autoridades competentes, procedimientos y medios de defensa al alcance del contribuyente. Tiene, también, la facultad de fomentar y difundir una nueva cultura contributiva, por medio de campañas de comunicación y difusión social respecto de los derechos y garantías de contribuyente.

Además, la Procuraduría está facultada para recabar y analizar la información necesaria sobre quejas y reclamaciones interpuestas, con la intención de verificar que la actuación de la autoridad fiscal esté apegada a Derecho a fin de proponer, en su caso, la recomendación o adopción de las medidas correctivas necesarias, así como denunciar ante las autoridades competentes la posible comisión de delitos, o bien, actos que puedan dar lugar a responsabilidad civil o administrativa de las autoridades fiscales federales.

Ahora bien, de conformidad con el artículo 7, fracción VI de la Ley General de Educación, la educación tendrá como uno de sus fines el de promover el valor de la justicia y la igualdad de los individuos ante la ley, propiciando la cultura de la legalidad; esto es, que ante los actos de

la autoridad fiscal que no se encuentren ajustados a derecho, o de la ausencia de ellos, el contribuyente tenga las herramientas adecuadas para su defensa. Por tanto, a juicio de esta autoridad, la propaganda de la Procuraduría va encaminada a fomentar una cultura en la que se acuda a solicitar servicios de asesoría, de consulta, de representación e incluso de interposición de quejas y reclamaciones en defensa del contribuyente ante las autoridades fiscales federales.

Al respecto, la difusión de la campaña citada, representa un beneficio al contribuyente ya que protege sus derechos y procura una asesoría y defensa adecuada, otorgándole la oportunidad de allegarse de herramientas para recibir justicia en el orden fiscal, creando con ello una cultura de legalidad en el ejercicio de sus garantías y el acceso a medios de defensa en materia fiscal.

En consecuencia, las campañas que realice la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente deben ser consideradas como una excepción a la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante las campañas electorales ya que están vinculadas directamente con el concepto de educación, dado que la información referente a difundir los derechos de los contribuyente constituye una labor educativa necesaria para promover el valor de la justicia y la igualdad de los individuos ante la ley, así como la cultura de la legalidad.

IV.- La campaña informativa que remite la Secretaría de Energía, al tratar temas educativos y de orientación a la sociedad, se analiza de la siguiente forma:

De conformidad con el artículo Único del Decreto por el que se Establece el Horario Estacional que se aplicará en los Estados Unidos Mexicanos, publicado en el Diario Oficial de la Federación el día primero de marzo de dos mil dos y adicionado el seis de enero de dos mil diez, este horario inicia a partir de las dos horas del primer domingo de abril y termina a las dos horas del último domingo de octubre de cada año, con excepción de las entidades fronterizas. Por tanto, en dos mil quince el Horario de Verano en México iniciará el cinco de abril del presente año, salvo en las entidades fronterizas, en las que iniciará el segundo domingo de marzo, es decir el día ocho.

Se considera como procedente exceptuar de las reglas de propaganda gubernamental la campaña informativa relativa al inicio de Horario de Verano, pues uno de los objetivos por los que vela la educación, según lo dispuesto en la Carta Magna, consiste en entender el aprovechamiento de nuestros recursos naturales.

El programa de Horario de Verano se enmarca dentro de lo dispuesto en los artículos 3, 4, 5, 6 y 7 de la Ley para el Aprovechamiento Sustentable de la Energía, el Ejecutivo Federal, pues tiene como propósito el aprovechamiento sustentable de los recursos energéticos, aspecto relacionado con la educación y cultura de un medio ambiente sano.

Por las consideraciones anteriores, se determina que **la difusión del inicio del Programa del Horario de Verano, previo al ocho de marzo (día en que inicia el horario de verano en zona fronteriza) y no más allá del cinco de abril (día en que inicia el horario de verano en el resto de la República Mexicana),** debe exceptuarse de la prohibición de transmitir propaganda gubernamental, pues se trata de mensajes meramente informativos con fines educativos tendientes a fortalecer la cultura del aprovechamiento y cuidado de la energía.

V.- La campaña informativa que remite la Secretaría de Marina, al tratar temas educativos y de orientación a la sociedad, se analiza de la siguiente forma:

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 9, fracción XXII del Reglamento Interior de la Secretaría de Marina, al Jefe del Estado Mayor General de la Armada le corresponde promover, organizar y realizar eventos que coadyuven a la difusión de la historia y cultura naval del país.

En ese sentido, esta autoridad reconoce el valioso significado que representan los hechos históricos del ámbito naval del país como lo es el "CI Aniversario de la Gesta Heroica del Puerto de Veracruz", que se conmemorará el veintiuno de abril del presente año, ya que la defensa realizada por la población dio a Veracruz su cuarto título de Heroica y las acciones de los cadetes de la Escuela Naval refrendaron el compromiso de la Marina con la Nación.

Así, de conformidad con el concepto integral de educación que la Constitución contiene, el conocimiento de la historia nacional permite que la población aprenda sobre el pasado y su trascendencia en la vida actual. La difusión de los hechos mencionados permite promover entre la población mexicana una comprensión cada vez más profunda de éstos.

Por lo anterior, es pertinente exceptuar de las reglas de propaganda gubernamental las campañas educativas promovida por la Secretaría de Marina, relativas a la difusión de hechos navales históricos de nuestro país, tales como los festejos del "CI Aniversario de la Gesta Heroica del Puerto de Veracruz", a celebrarse en este año, ya que, como se señaló anteriormente, la Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, en una visión amplia de la comprensión histórica y cultural de la Nación, y exceptuar dicha campaña de celebración es fomentar la actividad cívica.

VI.- Las campañas informativas que remiten órganos o dependencias de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, al tratar temas educativos y de orientación a la sociedad, se analizan de la siguiente forma:

a) Respecto a la campaña relativa a la prevención de incendios forestales que tiene por objetivo el llamado a la ciudadanía para aplicar medidas preventivas, que realiza la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, en conjunto con la Comisión Nacional Forestal (CONAFOR), se tomar en consideración lo siguiente:

De conformidad con el artículo 32 Bis, fracciones II, V y XI de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, a la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales le corresponde, formular y conducir la política nacional en materia de recursos naturales, siempre que no estén encomendados expresamente a otra dependencia, así como en materia de ecología, agua, entre otras. En esa tesitura, está facultada para evaluar y dictaminar las manifestaciones de impacto ambiental de proyectos de desarrollo que le presenten los sectores público, social y privado, resolviendo sobre los programas para la prevención de accidente con incidencia ecológica, además de encargarse de vigilar y estimular, en coordinación con las autoridades federales, estatales y

municipales, el cumplimiento de los programas relacionados con recursos naturales, medio ambiente, aguas y bosques.

Por su parte, la CONAFOR, creada por decreto presidencial del cuatro de abril de dos mil uno, es un organismo público descentralizado cuyo objetivo es desarrollar e impulsar las actividades productivas, de conservación y de restauración en materia forestal.

Ahora bien, tal como se desprende del oficio número CGCS/111/388/2014 que remite el Coordinador General de Comunicación Social de la Secretaría antes mencionada, el temporal de lluvias durante el año dos mil catorce ha favorecido en la mayoría de los estados la formación de grandes excedentes de vegetación, misma que se transformará en material de combustión de gran riesgo para la generación de incendios forestales.

Aunado a ello, se tiene reportado que más del noventa y seis por ciento de los incendios forestales son el resultado de actividades y descuidos humanos por lo que resulta indispensable insistir en el llamado a la ciudadanía para aplicar medidas preventivas mediante la difusión del programa "Prevención de incendios forestales 2015".

En relación con lo anterior, dado que la Constitución concibe a la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, dichas actividades de prevención corresponden a la educación informal y contribuyen a generar o modificar hábitos y patrones de conducta en beneficio de la ciudadanía, y a la conservación de los bosques como parte del medio ambiente. La protección de los recursos forestales de México representa, también, un factor de crecimiento económico y real importancia para el desarrollo sustentable del país.

b) El artículo 3, fracciones XII y XXVIII de la Ley de Aguas Nacionales señala que la Comisión Nacional del Agua (CONAGUA) es un órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, con funciones de Derecho Público en materia de gestión de las aguas nacionales y sus bienes públicos inherentes. Entre estas funciones se incluye un conjunto de principios, políticas, actos, recursos, instrumentos, normas formales, derechos, atribuciones y responsabilidades, mediante los cuales, coordinadamente el Estado, los usuarios del agua y las organizaciones de la sociedad, promueven e

instrumentan para lograr el desarrollo en beneficio de los seres humanos y su medio social, económico y ambiental, así como la preservación y sustentabilidad de los recursos hídricos en cantidad y calidad, considerando los riesgos ante la ocurrencia de fenómenos hidrometeorológicos extraordinarios y daños a ecosistemas vitales y al medio ambiente.

Además, de conformidad con el artículo 9, fracción XL de la ley referida, la Comisión Nacional del Agua tiene como atribución participar en el sistema nacional de protección civil y apoyar en la aplicación de los planes y programas de carácter federal para prevenir y atender situaciones de emergencia, causadas por fenómenos hidrometeorológicos extremos.

En esa tesitura, es importante considerar la campaña denominada "Protección a Centros de Población", en virtud de que durante el dos mil catorce, se presentaron precipitaciones de gran intensidad en el país, como por ejemplo el huracán "Odile" de categoría III que causó graves afectaciones en los estados de Baja California Sur, Sonora y Sinaloa. Por ello, resulta indispensable difundir los mensajes de la campaña "Protección a Centros de Población" que estarán dirigidos a las personas que habitan en los lugares de alto riesgo de inundaciones y/o deslaves, a fin de que se mantengan pendientes de la emisión de alertas meteorológicas.

La campaña referida está relacionada con los servicios educativos pues dicho término no se reduce a la educación que se recibe por medio de actividad docente, sino que en su acepción más amplia incluye el aprovechamiento de los recursos naturales, así como la convicción del interés general de la sociedad en el aprovechamiento sustentable de los bosques, los recursos hídricos y en general el medio ambiente.

c) Consideración aparte merece la campaña Cultura del Agua, versión "Juntos valoremos el Agua", también de la Comisión Nacional del Agua, en razón de lo siguiente:

Según lo dispuesto en el artículo 84 bis de la Ley de Aguas Nacionales, la Comisión Nacional del Agua, con el concurso de los Organismos de Cuenca, deberá promover entre la población, autoridades y medios de comunicación, la cultura del agua acorde con la realidad del país y sus

regiones hidrológicas para lo cual deberá, entre otras cosas, instrumentar campañas permanentes de difusión sobre la cultura del agua y fomentar el uso racional y conservación del agua como tema de seguridad nacional, y alentar el empleo de procedimientos y tecnologías orientadas al uso eficiente y conservación del agua.

Dado que, como se ha mencionado de manera reiterada, la Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, se considera pertinente exceptuar la campaña relativa al cuidado y uso eficiente y sustentable del agua en los ámbitos doméstico, urbano, agrícola e industrial, ya que estas actividades corresponden a la educación informal y contribuyen a generar y/o modificar hábitos y patrones de conducta en beneficio de la ciudadanía.

Además, esta autoridad considera que dicha campaña educativa con vigencia del 1° de marzo al 31 de mayo de 2015, cuyo propósito es fomentar el cuidado y el uso eficiente y sustentable del agua, después de la temporada invernal y durante la época de estiaje, coadyuva a la educación de los niños y las niñas y complementa las acciones de educación básica en nuestro país.

En suma, las campañas relativas a la prevención de incendios forestales, la de información personal y colectiva ante el acontecimiento de fenómenos hidrometeorológicos, y la de cultura del cuidado y buen uso del agua, están relacionadas directamente con el concepto de educación integral previsto en la Constitución, ya que al contar con una campaña que se difunda entre los ciudadanos en las que se informe de las medidas preventivas que se han de tomar ante la presencia de dichos sucesos, se pueden evitar tragedias como las sucedidas en años anteriores.

Al encuadrar dichas campañas en el concepto constitucional de educación, deben quedar exceptuadas de las reglas de propaganda gubernamental, pues, en el sentido amplio, se fomenta un interés general de la sociedad por salvaguardar el derecho fundamental reconocido en el artículo 4°constitucional, que establece que toda persona tiene derecho al acceso, disposición y saneamiento de agua para consumo personal y doméstico en forma suficiente, salubre, aceptable y asequible.

VII.- Las campañas informativas que remiten órganos o dependencias de la Secretaría de Gobernación, al tratar temas educativos y de orientación a la sociedad, se analizan de la siguiente forma:

a) La campaña de la Secretaría General del Consejo Nacional de Población denominada "Prevención integral del embarazo no planificado e infecciones de transmisión sexual en adolescentes", cuyo objetivo es promover entre los jóvenes la toma de decisiones libres e informadas en materia de salud sexual y reproductiva, debe ser considerada como un supuesto de excepción a la difusión de la propaganda gubernamental, en consideración de lo siguiente:

El artículo 4° de la Constitución dispone que el Estado protegerá la organización y desarrollo de la familia, mientras que el artículo 5° de la Ley General de Población, señala que el Consejo Nacional de Población tiene a su cargo la planeación demográfica del país.

En adición de lo anterior, el artículo 17 del Reglamento de la Ley General de Población estipula que los programas de planificación familiar informarán de manera clara y llana sobre los fenómenos demográficos y de salud reproductiva, así como sobre el derecho de los individuos a planificar su familia, de manera informada y responsable.

Adicionalmente, el artículo 27 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal establece que la Secretaría de Gobernación tiene, entre sus atribuciones, la de formular y conducir la política de población.

En concordancia con la anterior, según las encuestas nacionales citadas en el oficio DGPPAI/111/2014, el embarazo adolescente y las enfermedades de transmisión sexual van en aumento, por lo que la campaña que la Secretaría Técnica del Consejo Nacional de Población busca sensibilizar a los jóvenes de quince a diecinueve años, con un lenguaje sencillo, amigable y afín a sus intereses, para que tomen decisiones asertivas que les permitan disminuir los riesgos de un embarazo no planeado y de una infección de transmisión sexual.

Es dable concluir que la Secretaría Técnica del Consejo Nacional de Población, en uso del derecho a la educación que cada mexicano posee, busca que los adolescentes tengan información necesaria sobre las situaciones que pudieran afectar su vida sexual y reproductiva.

Este el objetivo, también, del Grupo Interinstitucional de la Estrategia Integral para la Prevención del Embarazo Adolescente creado en julio de dos mil catorce y encabezado por el Secretario de Gobernación, en su calidad de presidente del Consejo Nacional de Población. Este Grupo integra a instancias de salud, educación y desarrollo social para el tratamiento integral de este tema que incide directamente en las posibilidades de educación y desarrollo de ese grupo poblacional.

Por lo anterior, se considera que existen razones suficientes para que esta Autoridad considere como excepción a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental a que se refiere el artículo 41, Base III, Apartado C, párrafo segundo de la Constitución, la campaña "Prevención integral del embarazo no planificado e Infecciones de Transmisión Sexual en adolescentes".

b) De conformidad con el artículo 20, fracciones XX, XXIX y XXXII de la Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación, el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación tiene como facultades generar y promover políticas, programas o acciones cuyo objetivo sea la prevención y eliminación de la discriminación; promover el derecho de no discriminación mediante campañas y elaborar, difundir y promover que en los medios de comunicación se incorporen contenidos para prevenir y eliminar las prácticas discriminatorias.

   La campaña del Consejo, cuyo objetivo es sensibilizar a la población sobre los problemas de la discriminación, promover el respeto al derecho a la no discriminación e incidir en la prevención y eliminación de la misma, encuadra a la perfección en el concepto constitucional de educación, pues a través de la mencionada propaganda se pretende generar una cultura de la igualdad incluyente y de respeto.

c) Las campañas "Protección civil, versiones invierno y lluvias" y "Prevención del embarazo adolescente", que plantea difundir la Dirección General de Comunicación Social de la Secretaría de Gobernación, se encuadran en los supuestos de excepción a la prohibición impuesta por la Constitución Federal, pues a razón de esta Autoridad es evidente que guardan relación con los servicios educativos que son indispensables para la población.

En ese sentido, el derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. La acción en materia de prevención de accidentes, así como la prevención de embarazos en la adolescencia comprende la adopción de medidas para prevenirlos, así como el fomento de programas de educación y orientación a la población. Lo anterior tiene una evidente finalidad de educación en caso de inundaciones o por las bajas temperaturas, así como la educación sexual en los adolescentes, por lo cual atendiendo al concepto integral de educación que proporciona el artículo 3 de la carta magna, resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de educación, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de fenómenos naturales como ciclones tropicales durante la temporada de lluvias y la prevención de embarazos adolescentes con el fin de evitar que los jóvenes limiten sus aspiraciones por falta de información.

Así, tal y como se expresó en el considerando 18 del presente instrumento, el concepto de educación debe ser entendido en un sentido amplio, es decir, que permita a la población hacerse de conocimientos necesarios para enaltecer la persona, para conocer el entorno en el que se desenvuelve, el sistema jurídico que lo rige y protege, y que a su vez le brinda las herramientas necesarias para su adecuado desarrollo.

Sin embargo, en relación con la campaña "Protección civil", y tomando en consideración el periodo en que se llevarán a cabo las campañas electorales, procede exceptuar de la prohibición de suspender la propaganda gubernamental únicamente la versión "lluvias" de la mencionada campaña, y ello solamente **entre el primero de mayo y hasta la conclusión de las jornadas comiciales**. Este plazo se estima suficiente para alertar a la población sobre fenómenos hidrometeorológicos, pues, conforme a la información publicada por el Sistema Nacional de Protección Civil en su página de Internet, la acción de ciclones tropicales en ambos litorales --Pacífico y Golfo de México y Mar Caribe— ha iniciado históricamente alrededor del quince de mayo.

VIII.- Las campañas informativas que remite la Procuraduría Federal del Consumidor, un organismo descentralizado de la Secretaría de Economía, que al tratar temas educativos y de orientación a la sociedad se analizan de la siguiente forma:

Que procede el análisis de las campañas relacionadas con el Registro Público para Evitar Publicidad (REPEP) y con los periodos vacacionales y de celebraciones como lo son semana santa, día del niño y día de las madres que emite la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), por lo que de conformidad con lo dispuesto por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos prevé en el artículo 28 que en los Estados Unidos Mexicanos quedan prohibidos los monopolios, las prácticas monopólicas, los estancos y las exenciones de impuestos en los términos y condiciones que fijan las leyes. El mismo tratamiento se dará a las prohibiciones a título de protección a la industria.

En esa tesitura, también dispone que las autoridades perseguirán con eficacia, toda concentración o acaparamiento en una o pocas manos de artículos de consumo necesario y que tenga por objeto obtener el alza de los precios; todo Acuerdo, procedimiento o combinación de los productores, industriales, comerciantes o empresarios de servicios, que de cualquier manera hagan, para evitar la libre concurrencia o la competencia entre sí y obligar a los consumidores a pagar precios exagerados y, en general, todo lo que constituya una ventaja exclusiva indebida a favor de una o varias personas determinadas y con perjuicio del público en general o de alguna clase social.

Por su parte, la Ley Federal de Protección al Consumidor establece en el artículo 1 como objetivo primordial el de promover y proteger los derechos y cultura del consumidor y procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

De igual forma la citada ley establece como principios básicos en las relaciones de Consumo, entre otros, los siguientes:

• La educación y divulgación sobre el consumo adecuado de los productos y servicios, que garanticen la libertad para escoger y la equidad en las contrataciones.

• La información adecuada y clara sobre los diferentes productos y servicios, con especificación correcta de cantidad, características, composición, calidad y precio, así como sobre los riesgos que representen.

De esta manera, uno de los organismos del Estado encargado de cumplir con los principios constitucionales y legales referentes a la protección de los consumidores es la Procuraduría Federal del Consumidor, ya que de conformidad con lo dispuesto en el artículo 20 de la citada ley, es la encargada de promover y proteger los derechos e intereses del consumidor y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

Así, y en concordancia con lo establecido en los artículos 8 Bis y 24 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, dentro de las múltiples atribuciones de la Procuraduría Federal del Consumidor se encuentra la de fomentar permanentemente una cultura de consumo responsable e inteligente, entendido como aquel que implica un consumo consciente, informado, crítico, saludable, sustentable, solidario y activo, a fin de que los consumidores estén en la posibilidad de realizar una buena toma de decisiones, suficientemente informada, respecto del consumo de bienes y servicios, los efectos de sus actos de consumo, y los derechos que los asisten.

Para este propósito, elaborará contenidos y materiales educativos en esta materia a fin de ponerlos a disposición del público por los medios a su alcance, incluyendo su distribución en los establecimientos de los proveedores, previo Acuerdo con éstos.

De igual manera, dentro de sus atribuciones se encuentran las de formular y realizar programas de educación para el consumo, así como de difusión y orientación respecto de esa materia y promover y realizar directamente, en su caso, programas educativos y de capacitación en las materias a que se refiere esta la Ley Federal de Protección al Consumidor.

En este sentido las campañas relacionadas con el Registro Público para Evitar Publicidad (REPEP), que pretende informar a la población sobre su derecho a no ser molestados con publicidad no deseada y a que su información no sea utilizada con fines mercadotécnicos o publicitarios, y los mensajes relacionados con los periodos vacacionales y de celebraciones como lo son semana santa, día del niño y día de las madres que realice la Procuraduría Federal del Consumidor deben ser consideradas como una excepción a la prohibición de difundir

propaganda gubernamental durante las campañas electorales ya que están vinculadas con el concepto de educación a que se hace referencia en el Considerando 18 del presente Acuerdo dado que la información referente a difundir los derechos de los consumidores debe ser considerada como parte de la educación necesaria para propiciar un sistema de vida fundado en el constante mejoramiento económico, social y cultural del pueblo; que debe ser nacional en cuanto a la necesidad de atender a la comprensión de nuestros problemas, aprovechamiento de los recursos, la defensa y aseguramiento de nuestra independencia política y económica, así como la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura.

IX.- Las campañas informativas que remite la Secretaría de Comunicaciones y Transportes que, al tratar temas educativos y de orientación a la sociedad, se analizan de la siguiente forma:

La Secretaría de Comunicaciones y Transportes año con año difunde una de sus más importantes campañas titulada "Seguridad", misma que se divide en tres versiones: "Semana Santa", "Verano" e "Invierno". Una de las finalidades de esta campaña es la generación de entornos protegidos, eficaces, certeros y confiables para la movilidad segura en periodo vacacional.

En este sentido, los artículo 3, fracción XI, 162 y 163 de la Ley General de Salud, disponen que es materia de salubridad general la educación para la salud, y que el derecho a la protección a la misma tienen como finalidad la prolongación de la vida humana. Asimismo, que la acción en materia de prevención de accidentes comprende la adopción de diversas medidas entre las que se encuentra el fomento de programas de educación y orientación a la población.

En razón de lo anterior, no obstante que el fundamento legal radica en la Ley General de Salud, al ser una materia de educación y orientación para prevenir accidentes y generar entornos protegidos, eficaces, certeros y confiables resulta necesario exceptuar de las reglas de propaganda gubernamental la campaña "Seguridad" únicamente en su versión "Semana Santa", difundida por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes en co-emisión con Caminos y Puentes Federales, organismo descentralizado de la mencionada Secretaría, en

materia de prevención de accidentes, como una forma de educación de la población para efectos preventivos.

La campaña "Seguridad" en su versión "Semana Santa", conforme lo manifestado por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes en su solicitud, se pretende difundir en los días previos y hasta la conclusión del periodo conocido como vacaciones de semana santa, que es coincidente con diversas campañas en las entidades de la República y a nivel federal, por lo que la difusión de dicha campaña no debe rebasar el día en que termina el periodo vacacional, es decir, el diez de abril de dos mil quince.

X.- La campaña "Participación de Utilidades 2015" de la Procuraduría Federal de la Defensa del Trabajo (PROFEDET) que, al promover la defensa de un derecho laboral, se analiza de la siguiente forma:

El artículo 530 de la Ley Federal del Trabajo dispone que la Procuraduría es un órgano desconcentrado de la Secretaria del Trabajo y Previsión Social, cuyas principales facultades son representar o asesorar a los trabajadores y sus sindicatos, interponer los recursos jurídicos para la defensa de los mismos y solucionar conflictos.

Adicionalmente, en los artículos 117 al 131 del mismo ordenamiento, se dispone que el reparto de utilidades es un pago adicional al salario que realizan los centros de trabajo cuando han tenido ganancias en el año. La participación de utilidades es un reconocimiento a los trabajadores por su aportación en la producción y es considerado como parte de los derechos humanos.

Al respecto, cabe precisar que el reparto de utilidades debe efectuarse sesenta días después de la fecha en que deba pagarse el impuesto anual (treinta y uno de marzo), por lo que en el caso de personas morales del régimen general a más tardar el treinta de mayo deberá entregarse a los trabajadores su participación en las utilidades, y el veintinueve de junio para las personas físicas del Régimen General de Actividades Empresariales.

Por lo anterior, se considera que la campaña "Participación de Utilidades 2015" de la Procuraduría de la Defensa del Trabajo debe vincularse al concepto de educación, en virtud de que dicha información

contribuye a que el sector trabajador del país conozca y ejerza sus derechos laborales.

XI.- Las campañas informativas que remite la Secretaría de Salud, referente al Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF), que al tratar temas preventivos, educativos y de orientación a la sociedad se analizan de la siguiente forma:

a) La denominada "Campaña de *Bullying*" es una medida preventiva para hacer frente a la protección y el bienestar de las familias mexicanas, en específico el de las niñas, los niños y los adolescentes. Es decir, es una campaña encaminada a proteger a este sector del acoso escolar y la violencia fuera de las escuelas, como una forma de educación de la población para efectos preventivos.

Considerando los principios de libertad y justicia proclamados en la Carta de las Naciones Unidas, así como el reconocimiento de la dignidad intrínseca y de los derechos iguales e inalienables de todos los miembros de la familia, el Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia propone, entre otras acciones, instrumentar una campaña informativa para prevenir el *Bullying* como una forma de violencia deliberada y repetitiva que ocurre entre compañeros y compañeras, que constituye agresiones o humillaciones a niños, niñas y adolescentes, que sin importar su origen, han sido víctimas del acoso escolar, situación que se traduce en un problema grave y de especial atención en las escuelas y con los padres de familia.

La acción en materia de prevención de acoso escolar y fuera de las escuelas comprende la adopción de medidas para prevenirlos, así como el fomento de programas de educación y orientación a la población en general. Lo anterior tiene una evidente finalidad de educación preventiva frente al problema del *bullying*. Por lo cual, atendiendo al concepto integral de educación que proporciona el artículo 3 de la carta magna, resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de educación.

b) Por su parte, la "Campaña Nacional para el Registro Universal y Oportuno de Nacimientos" que llevará a cabo el DIF, deberá ser considerada como una respuesta del Estado al contenido del artículo 7 de la Convención sobre los Derechos del Niño, que dispone que todo

niño "*será inscrito inmediatamente después de su nacimiento y tendrá derecho desde que nace a un nombre y a adquirir una nacionalidad.*"

Considerando los principios de libertad y justicia proclamados en la Carta de las Naciones Unidas, el reconocimiento de la dignidad intrínseca y de los derechos iguales e inalienables de todos los miembros de la familia y las obligaciones derivadas de la Convención sobre los Derechos del Niño señalada, el Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia pretende instrumentar una campaña nacional de difusión del "Derecho a la Identidad", cuyo objetivo es promover que todas las niñas y niños que carecen de su acta de nacimiento sean inscritos en el Registro Civil correspondiente y, de esta forma, estén en posibilidades de acceder a los servicios de educación y salud, entre otros.

En ese sentido, y con base en la reforma al artículo primero constitucional, se debe interpretar de conformidad con la Constitución y con los tratados internacionales para la aplicación de las normas que más favorezcan a la persona, es decir con la aplicación del principio *pro personae,* con lo que se beneficie en todo tiempo a las personas con una protección más amplia.

Por lo anterior, esta autoridad considera que la "Campaña Nacional para el Registro Universal y Oportuno de Nacimientos" que llevará a cabo el DIF, debe ser considerada dentro del concepto de educación que la Constitución establece como excepción a la prohibición de la difusión de propaganda gubernamental, pues tiene como objetivo difundir e informar a la población acerca del derecho a la identidad de todas las personas.

XI.- La campaña informativa que remite el Instituto Federal de Telecomunicaciones, como Órgano Constitucional Autónomo, que al tratar temas educativos y de orientación a la sociedad se analiza de la siguiente forma:

Que la campaña del Instituto Federal de Telecomunicaciones sobre la difusión de información relacionada con la Televisión Digital Terrestre, que se solicita exceptuar de las reglas de propaganda gubernamental, debe considerarse como una de las excepciones previstas en el artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C de la Constitución Política de

los Estados Unidos Mexicanos toda vez que guarda relación con servicios educativos.

De acuerdo a lo dispuesto por el artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 7 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), es el órgano constitucional autónomo, dotado de personalidad jurídica y patrimonios propios, que tiene por objeto regular y promover la competencia y el desarrollo eficiente de las telecomunicaciones y la radiodifusión.

Que el artículo 3 constitucional, establece que el criterio que orientará la educación será democrático, considerando a la democracia no solo como una estructura o forma de gobierno, sino como un sistema de vida en constante mejoramiento económico, social y cultural.

Por otro lado, dispone que la educación que imparta el Estado será nacional, en cuanto a que atenderá a la comprensión de nuestros problemas, al aprovechamiento de nuestros recursos, a la defensa de nuestra independencia política, al aseguramiento de nuestra independencia económica y a la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura; asimismo, contribuirá a la mejor convivencia humana, tanto por los elementos que aporte a fin de robustecer el aprecio para la dignidad de la persona y la integridad de la familia, la convicción del interés general de la sociedad, así como el cuidado que ponga en sustentar los ideales de fraternidad e igualdad de derechos de todos los hombres y mujeres, evitando los privilegios de razas, de religión, de grupos, de sexos o de individuos.

En ese sentido los párrafos cuarto y quinto del artículo Décimo Noveno Transitorio del Decreto por el que se expide la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, dispone que el IFT deberá concluir señales analógicas de televisión radiodifundida anticipadamente al 31 de diciembre del presente año.

Debe recordarse que en dos mil trece, el entonces Instituto Federal Electoral, estableció como excepción, por encuadrar dentro del concepto de educación la difusión de información relacionada con Televisión Digital Terrestre y el apagón analógico, con base en el Acuerdo por el que se adoptó el estándar tecnológico de televisión

digital terrestre en México, de los que se desprendieron objetivos que se encuentran ligados a la educación, entendiendo a ésta en su más amplia concepción.

Al respecto dicho Acuerdo dispuso que la Televisión Digital Terrestre tiene el potencial de favorecer la optimización en el uso y aprovechamiento del espectro radioeléctrico, mejorar la calidad de las señales, incrementar el número de programas de televisión que la población pueda recibir, mejorar la confiabilidad para captar las señales, así como generar las condiciones para el desarrollo de la convergencia en beneficio de la sociedad.

En ese orden de ideas, conviene traer a colación el criterio establecido por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en la sentencia que resolvió el recurso de apelación identificado con la clave SUP-RAP-54/2012, en el que se señala que conforme a la Constitución Federal, se debe concebir a la educación como una forma integral del ser humano, misma que no reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente, sino ampliando su espectro.

En este sentido, la campaña que realice la Instituto Federal de Telecomunicaciones relacionada con la Televisión Digital Terrestre debe ser considerada como una excepción a la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante las campañas electorales ya que están vinculadas con el concepto de educación a que se hace referencia en el Considerando 18 del presente Acuerdo.

- **Supuestos de excepción relativos a servicios de salud:**

20. Que el artículo 4 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, establece que toda persona tiene derecho a la protección de la salud y que la ley definirá las bases y modalidades para su acceso.

    Asimismo, el artículo 73, fracción XVI de la norma fundamental establece que la autoridad sanitaria será ejecutiva y sus disposiciones serán obedecidas por las autoridades administrativas del país. Ahora bien, el concepto de servicios de salud debe entenderse como el conjunto de actividades que se llevan a cabo para la satisfacción de dicha necesidad colectiva de interés

público, las cuales comprenden todos aquellos actos, medios y recursos que son indispensables para su adecuada prestación.

Así, el concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, ya que necesariamente abarca, entre otros aspectos, la planificación y control de los servicios de atención médica, salud pública y la asistencia social; la adopción de las medidas que sean indispensables para la debida prestación de los servicios médicos; la ejecución de prácticas tendentes a la conservación de la salud; luchar contra enfermedades trasmisibles, así como combatir epidemias sociales que afectan la salud como el alcoholismo, las toxicomanías, otros vicios sociales y la mendicidad; la creación y administración de los establecimientos de salubridad y de asistencia pública; la implementación de programas que apoyen los servicios de salud y de aquéllos que sean afines; la conducción de políticas en materia de asistencia social, servicios médicos y salubridad; la realización de campañas sanitaras y asistenciales; igualmente, conlleva la aplicación y administración de los recursos materiales y económicos y de los fondos y financiamiento que se requieren para la adecuada prestación de los servicios de salud.

Al respecto, conviene señalar lo establecido en la sentencia de la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación identificada como SUP-RAP-57/2010 en el sentido de que en lo que respecta a la protección de la salud, se estatuye que la ley definirá las bases y modalidades para el acceso a los servicios de esa naturaleza, además de establecer la concurrencia de la Federación y las entidades federativas en materia de salubridad general, conforme a lo que dispone el artículo 73, fracción XVI de la Ley Fundamental, precepto este último que establece entre otras cuestiones que en caso de epidemias de carácter grave o peligro de invasión de enfermedades exóticas en el país, la Secretaría de Salud tendrá obligación de dictar inmediatamente medidas preventivas indispensables, que la autoridad sanitaria será ejecutiva y sus disposiciones serán obedecidas por las autoridades administrativas del país; y que las medidas que el Consejo de Salubridad General haya puesto en vigor en la campaña contra el alcoholismo y la venta de sustancias que envenenan al individuo o degenera la especie humana, así como las adoptadas para prevenir y combatir la contaminación ambiental, serán después revisadas por el Congreso de la Unión en los casos que le competan.

21. Que de la totalidad de solicitudes recibidas por este Instituto, aquellas que presuntamente encuadran dentro de la excepción prevista en el artículo 41 Constitucional, Base III, Apartado C, segundo párrafo dentro del concepto de salud son las siguientes:

I.- Las campañas informativas que remiten las dependencias en materia de seguridad social que se encuentran íntimamente relacionados con la salud mental, física, psicológica y social de la sociedad, se analizan de la siguiente forma:

a) Que respecto de las campañas de sensibilización que fomenten la cultura del cuidado de la salud, y en general el trabajo informativo del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE) organismo descentralizado, en beneficio de su derechohabiencia, en relación con su participación activa durante las semanas nacionales de salud, en sus distintas áreas de prevención, vacunación, salud bucal, los programas de atención médica preventiva sobre enfermedades transmisibles, los de autocuidado y detección oportuna de padecimientos, de combate a la drogadicción, alcoholismo y tabaquismo, de salud reproductiva y planificación familiar, en casos de emergencia y/o contingencia a la población en general,;

b) De igual manera, las campañas del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) organismo descentralizado, para la prevención, curación y rehabilitación de diversas enfermedades, motivar a la población a llevar una vida saludable y prevenir el mayor número de enfermedades posibles, generando una cultura de auto-cuidado, como lo es la campaña "chécate, mídete, muévete 2015" para la prevención y control de sobrepeso, la obesidad y la diabetes, deberán exceptuarse de la prohibición constitucional.

Dicho lo anterior, debe decirse que la propaganda de ambas instituciones no requiere de la interpretación que realice esta Autoridad para encuadrarla en las excepciones previstas en el artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C, párrafo segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos toda vez que su objetivo está destinado directamente a los servicios de salud, en consecuencia, su difusión se encuentra amparada en el precepto citado.

II.- Las campañas informativas que remiten las dependencias en materia de salud que se encuentran íntimamente relacionados con la salud mental, física, psicológica y social de la sociedad, se analizan de la siguiente forma:

Que corresponde analizar como supuesto de excepción las campañas relacionadas con el Centro Nacional para la Salud de la Infancia y la Adolescencia (CENSIA); la relacionada con el Centro Nacional para la Prevención y el Control de las Adicciones (CENADIC), bajo los siguientes argumentos:

La campaña "Segunda Semana de Salud 2015" que realizará el CENSIA entre el veintitrés y el veintinueve de mayo, es la continuación de un amplio trabajo que han realizado las instancias públicas en materia de vacunación, mientras que la campañas del CENADIC se inscribe en una estrategia nacional y de colaboración internacional para que, en el marco de la conmemoración del "Día Mundial sin Tabaco" (que se celebra cada año el treinta y uno de mayo) y el "Día Internacional de la Lucha contra el Uso Indebido y Tráfico Ilícito de Drogas" (que se celebra cada año el veintiséis de junio), se proporcione información clara a la población sobre los efectos perniciosos del consumo de diferentes sustancias.

En razón de lo anterior, el derecho a la protección de la salud, del que todo mexicano goza, debe ser razonado en los términos expresados en el considerando 33 del presente instrumento, esto es, las instancias Centro Nacional para la Salud de la Infancia y la Adolescencia y Centro Nacional para la Prevención y el Control de las Adicciones son claramente autoridades administrativas cuyo propósito de creación es realizar toda acción encaminada a proteger, promover y realizar actividades relacionadas con la protección del derecho de gozar de buena salud. Por tanto, se estima procedente considerar dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales durante los periodos de campaña que se lleven a cabo en los procedimientos electorales a las campañas de ambas instancias.

Tomando en consideración las fechas en las que se habrán de celebrar los eventos indicados por el CENSIA y el CENADIC, se estima

procedente exceptuar de la prohibición de difundir propaganda gubernamental únicamente durante los siguientes periodos:

- Para el caso de la campaña "Segunda Semana de Salud 2015", del primero al veintinueve de mayo.
- Para la campaña relacionada con la conmemoración del "Día Mundial sin Tabaco", del primero al treinta y uno de mayo.
- Para la campaña relacionada con la conmemoración del "Día Internacional de la Lucha contra el Uso Indebido y Tráfico Ilícito de Drogas", del primero al veintiséis de junio.

III.- Las campañas informativas que remiten las dependencias para la Asistencia Pública que se encuentran íntimamente relacionadas con la salud mental, física, psicológica y social de la sociedad, se analizan de la siguiente forma:

Que en términos del artículo 39, fracción I y III de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, el artículo 1 de la Ley Orgánica de la Lotería Nacional para la Asistencia Pública y el *"Decreto del Ejecutivo Federal publicado en el Diario Oficial de la Federación el veinticuatro de febrero de mil novecientos setenta y ocho por el que se crea la Lotería Nacional y los Pronósticos para la Asistencia Pública"*, dichos organismos descentralizados de la Administración Pública Federal tienen como fin apoyar los programas y servicios de salud.

En este sentido, las campañas que llevan a cabo la Lotería Nacional y Pronósticos para la Asistencia Pública tienen como finalidad recabar fondos que se destinan a programas de servicios de salud y en consecuencia se encuentran inmersos dentro del conjunto de actividades que posibilitan la adecuada prestación de dicho servicio.

A mayor abundamiento conviene señalar que el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación al resolver el recurso de apelación identificado con la clave SUP-RAP-54/2012, resolvió que el concepto de servicios de salud se debe entender como el conjunto de actividades que se llevan a cabo para la satisfacción del interés público de la colectividad, lo que comprenden todos aquellos actos, medios y recursos que son indispensables para su prestación adecuada.

Así, consideró que la prestación de los servicios de salud conlleva la ejecución de diversos actos y actividades, como son los relativos a la atención de servicios médicos y de asistencia social, como serían la implementación de prácticas y políticas preventivas, y las alusivas a la aplicación, administración y control de los recursos materiales y económicos, debiendo destacar que, por cuanto hace a estos últimos, la ley dispone que se deben aplicar a la asistencia pública los fondos que proporcionan la "Lotería Nacional" y "Pronósticos para la Asistencia Pública" a fin de apoyar a los programas de servicios de salud.

En esas condiciones, dispuso que derivado de una interpretación sistemática y funcional de los artículos 4, párrafo tercero y, 41, Base III, Apartado C, párrafo segundo, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 209, numeral 1, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales; 39 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 1 y 2, de la Ley Orgánica de la Lotería Nacional para la Asistencia Pública, y primero y segundo, del Decreto de creación de Pronósticos para la Asistencia Pública; es conforme a derecho afirmar que los programas y campañas que se llevan a cabo, por parte de la "Lotería Nacional" y "Pronósticos para la Asistencia Pública", para hacer promoción de los productos que comercializan, a fin de recabar fondos para cumplir sus funciones, entre las que destacan la relativa a apoyar los programas de servicios de salud, están inmersos en el conjunto de actividades que posibilitan la adecuada prestación de los servicios de salud.

Por tanto, concluyó que las campañas publicitarias de los mencionados organismos, al tener como finalidad la promoción de los productos que comercializan para obtener recursos, para que se apliquen a los programas de salud, se deben considerar dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales durante los periodos de campaña que se lleven a cabo en los procedimientos electorales.

IV. La campaña informativa que remite la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación en materia de salud, se analiza de la siguiente forma:

Conforme a lo dispuesto por el artículo 35, fracción IV de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, corresponde a la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación "[...] atender, coordinar, supervisar y evaluar las campañas de sanidad [...]."

Por su parte, el Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA), órgano desconcentrado de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, tiene entre sus atribuciones la de regular y vigilar que los animales, vegetales, sus productos o subproductos que se importan, movilizan o exportan, no pongan en riesgo el bienestar general; así como constatar la calidad e inocuidad de productos en materia agropecuaria, acuícola y pesquera.

Dicho lo anterior, las campañas que se solicitan exceptuar son las relativas a la sanidad e inocuidad de los alimentos, las cuales están orientadas a un tema prioritario de salud pública, que es el combate a la propagación e introducción de riesgos microbiológicos, así como a la presencia de plagas y enfermedades.

En consideración de lo antes expuesto, las campañas de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, en co-emisión con el Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria, deben ser exceptuadas de la prohibición de difundir propaganda gubernamental establecida en la Carta Magna, pues resulta evidente que son campañas dirigidas a la protección del derecho a la salud, así como a la prevención, protección y garantía de la misma.

- **Supuestos no procedentes como excepción**

22. Que por lo que se refiere a la campaña denominada "Difusión de la cultura en radio" de Radio Educación, órgano desconcentrado de la Secretaría de Educación Pública, cuyo objetivo es difundir únicamente la programación de la emisora a manera de agenda cultural, con el fin de encontrar nuevos públicos para estos contenidos y mantener informada a la ciudadanía de los servicios de información y comunicación que Radio Educación ofrece, es evidente que la programación de dicha emisora estará encaminada principalmente a la difusión de temas educativos, por lo que no requiere,

durante el periodo de campañas electorales y hasta la conclusión de las jornadas electorales correspondientes de ser exceptuada de la obligación de suspender propaganda gubernamental.

Lo anterior en virtud de que en las excepciones previstas en el artículo 41, Base III, Apartado C, párrafo segundo de la Carta Magna, toda vez que no guardan relación con servicios educativos ni de salud y tampoco se estima necesario para la protección civil en casos de emergencia.

23. Que por lo que hace a la segunda campaña citada por la Secretaría de Turismo, relacionada con el Día Mundial del Turismo, a realizarse el veintisiete de septiembre de dos mil quince, y que se encuentra dirigida a cubrir fines turísticos, con el objetivo de que la población en general esté enterada sobre la celebración del evento, no resulta susceptible de ser parte de las excepciones previstas en el artículo 41, Base III, Apartado C, de la Constitución, pues si bien es cierto son campañas con mensajes meramente informativos, cuya finalidad es educativa, lo cierto es que su temporalidad no interviene con el inicio de las campañas de los procesos electorales a celebrarse.

    Lo anterior, en virtud de que el Día Mundial del Turismo se celebra el veintisiete de septiembre de dos mil quince, por lo que aún después de las jornadas electorales correspondientes al Proceso Electoral Federal y los locales coincidentes, la Secretaría de Turismo cuenta con más de sesenta días para difundir el evento en cuestión.

24. Que respecto la campaña del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) relativa a las actividades que realiza, no obstante se señala en su solicitud que es una Institución enfocada a promoción turística, siendo la razón por la cual se basa para justificar la difusión de su propaganda, se considera que la misma no debe exceptuarse de las reglas de propaganda gubernamental ya que no encuadran en las excepciones previstas en el artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C, párrafo segundo constitucional toda vez que no guardan relación con servicios educativos, ni de salud y tampoco se estima necesario para la protección civil en casos de emergencia.

La razón radica en que, si bien es cierto, en los artículos 4, fracción II, 38, 42 y 44, fracción VIII de la Ley General de Turismo, se señala que dicho Fondo contribuirá a la planeación, programación, fomento y desarrollo de la actividad turística y de los recursos turísticos, así como a la promoción del financiamiento de las inversiones privadas y sociales, para lo cual deberá realizar la promoción y publicidad de sus actividades, también lo es que, el Poder Ejecutivo Federal ejercerá a través de la Secretaría de Turismo la atribución de promover, a su vez, a través del Consejo de Promoción Turística, la actividad turística, nacional e internacional.

En consecuencia, la campaña para promover la actividad turística le corresponde a dicho Consejo de Promoción Turística y no así, al Fondo citado, motivo por el cual, la propaganda que difunda el primero, estará exceptuada de las reglas a la propaganda gubernamental en términos de lo señalado en el Considerando 19, numeral II, inciso a) del presente Acuerdo.

25. Que conviene hacer un análisis en conjunto respecto de la campaña de la Secretaría Técnica del Consejo de Coordinación para la "Implementación del Sistema de Justicia Penal", y las campañas relativas al "Nuevo Sistema de Justicia Penal" y "Prevención de la Violencia" que propone la Dirección General de Comunicación Social de la Secretaría de Gobernación, por la similitud en los temas a difundir, y en virtud de que dichas campañas no resultan aptas dentro de los conceptos de excepción de suspender la transmisión de propaganda gubernamental por las siguientes razones:

El Constituyente permanente estimó como lesivo de la democracia: a) que el ejercicio del poder sea usado para favorecer o afectar a las distintas fuerzas y actores políticos; y b) que la propaganda gubernamental sea utilizada con fines distintos a los de tipo institucional, salud, educativos y de protección civil. De esa manera buscó tutelar un bien jurídico esencial de nuestro sistema democrático, que es que los poderes públicos, en todos los órdenes, observen una conducta de imparcialidad, respecto a la competencia electoral, en virtud de la forma en que pueden influir en la ciudadanía, a partir de que se encuentran en una posición de primacía con relación a quienes carecen de esa calidad.

De ahí que exceptuó aquellos casos que, a virtud de su naturaleza, no tienen el poder de influir en las preferencias electorales y por tanto, de trastocar los principios de imparcialidad y equidad rectores de los procesos electorales.

En ese sentido, las campañas de "Implementación del Sistema de Justicia Penal", "Nuevo Sistema de Justicia Penal" y "Prevención de la Violencia" que se solicita exceptuar de las reglas de propaganda gubernamental, no encuadran en las excepciones previstas en el artículo 41, Base III, Apartado C, párrafo segundo de la Carta Magna, toda vez que no guardan relación con servicios educativos ni de salud y tampoco se estima necesario para la protección civil en casos de emergencia.

26. Que tampoco pueden ser consideradas dentro de los conceptos establecidos en el artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, las campañas de difusión correspondiente a los siguientes organismos o dependencias de la administración pública, como excepciones a la difusión de propaganda gubernamental durante el periodo de campañas las que se señalan a continuación y por las consideraciones establecidas para cada uno:

    Que referente a la campaña con temas derivados del "Sistema de Ahorro para el Retiro" difundida por la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (CONSAR) debe decirse que los artículos 1°, 2°, 3°, fracción X de la Ley de los Sistemas de Ahorro para el Retiro; 1° y 13 del Reglamento Interior de la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro, señalan que un Sistema de Ahorro para el Retiro, es el regulado por las leyes de seguridad social que prevén que las aportaciones de los trabajadores, patrones y del Estado sean manejadas a través de cuentas individuales propiedad de los trabajadores, con el fin de acumular saldos, mismos que se aplicarán para fines de previsión social o para la obtención de pensiones o como complemento de éstas.

    Por otro lado, el artículo 7° de la Ley del Impuesto Sobre la Renta establece que la previsión social tiene por objeto satisfacer contingencias o necesidades presentes o futuras, otorgando beneficios a favor de los trabajadores, tendientes a su superación económica entre otras, que les permitan el mejoramiento en su calidad de vida y en la de su familia.

27. Que la campaña de la Casa de la Moneda de México (CMM) para promover la venta de sus productos a través de la actividad comercial en momentos convenientes para la venta; la campaña del Servicio de Administración y Enajenación de Bienes (SAE), sobre la publicidad de los procedimientos de

venta de los bienes que le son transferidos (subastas, licitaciones y remates), a fin de poner a la venta diversos tipos de bienes para la población en general; y las campañas del Servicio Postal Mexicano (SEPOMEX) sobre los servicios que ofrece para generar recursos a través de elementos comerciales como lo son: la presencia de la marca y la posición de la misma, así como ampliar el margen de ventas, que se solicitan exceptuar de las reglas de propaganda gubernamental, no encuadran en las excepciones previstas en el artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C, párrafo segundo Constitucional toda vez que no guardan relación con servicios educativos, ni de salud y tampoco se estima necesario para la protección civil en casos de emergencia.

En efecto, el Constituyente Permanente estimó como lesivo de la democracia: **a)** que el ejercicio del poder sea usado para favorecer o afectar a las distintas fuerzas y actores políticos; y **b)** que la propaganda gubernamental sea utilizada con fines distintos a los de tipo institucional, salud, educativos y de protección civil. De esa manera buscó tutelar un bien jurídico esencial de nuestro sistema democrático, que es que los poderes públicos, en todos los órdenes, observen una conducta de imparcialidad respecto a la competencia electoral, en virtud de la forma en que pueden influir en la ciudadanía, a partir de que se encuentran en una posición de primacía con relación a quienes carecen de esa calidad.

De ahí que exceptuó aquéllos casos que, en virtud de su naturaleza, no tienen el poder de influir en las preferencias electorales y por tanto, de trastocar los principios de imparcialidad y equidad rectores de los procesos electorales.

En ese contexto, debe referirse que la misión de la Casa de la Moneda de México es producir y comercializar monedas y medallas con los más elevados rangos de calidad y competitividad para el Banco de México y demás clientes institucionales y particulares, para consolidarse como una empresa pública eficiente y moderna con reconocido prestigio en el mercado nacional e internacional; sin embargo, tal y como se desprende del oficio identificado como SNM/057/2014/2014 que remite el Subsecretario de Normatividad de Medios de la Secretaría de Gobernación, su actividad, la promoción y difusión que pretende hacer de ella, es formal y materialmente comercial.

Por lo que hace al Servicio de Administración y Enajenación de Inmuebles, de igual forma no guarda relación alguna con alguna de las excepciones previstas por el precepto arriba citado ya que del oficio número SNM/057/2014/2014 que remite el Subsecretario de Normatividad de Medios de la Secretaría de Gobernación como anexo a la solicitud principal, se desprende que el objeto de dicha campaña publicitaria es de carácter eminentemente comercial, objeto que no tiene relación alguna con servicios informativos a la población en general con fines educativos, de salud, o bien, para la protección civil en casos de emergencia.

Por último, como se desprende el oficio 0103 emitido por la Directora Corporativa Comercial, el Servicio Postal Mexicano busca el incremento de recursos, el uso del servicio y por lo tanto generar mayores ingresos, por lo que al ser un campaña eminentemente comercial, no cabe en las excepciones previstas en el artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C, párrafo segundo del texto constitucional.

28. Que el "Programa para eliminar el uso de maquinitas tragamonedas prohibidas por la ley" de la Dirección General de Juegos y Sorteos de la Secretaría de Gobernación, es una campaña que no puede ser encuadrada como una de las excepciones previstas en el texto constitucional, en razón de no guardar similitud alguna con los temas de educación y salud estipulados en el artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C, párrafo segundo de la Carta Magna.

Al respecto, cabe señalar que, conforme a la reforma al Reglamento de la Ley Federal de Juegos y Sorteos publicada en el Diario Oficial de la Federación el veintitrés de octubre de dos mil trece, en el artículo 12 de ese ordenamiento se establece la prohibición de las máquinas tragamonedas, en cualquiera de sus modalidades; entendiéndose por estas, todo dispositivo a través del cual, el usuario, sujeto a la destreza, realiza una apuesta, mediante la inserción de dinero, ficha, dispositivo electrónico o cualquier objeto de pago, con la finalidad de obtener un premio no determinado de antemano.

La reforma referida, se puso en marcha como respuesta del Ejecutivo Federal a diversos sectores de la población que han demandado a las autoridades su intervención a fin de proteger a los sectores vulnerables de la población, como son los menores de edad, y de acotar los espacios a la

delincuencia organizada que, en la mayoría de los casos, opera en la instalación y uso de este tipo de máquinas.

Sin embargo, aunque la prohibición de las máquinas tragamonedas pudiera estar indirectamente vinculada con la lucha contra la ludopatía, su difusión no resulta imprescindible durante el periodo de campañas electorales y hasta el fin de las jornadas electorales correspondientes; además de que la publicidad del programa que ha implementado para este caso la Secretaría de Gobernación podría traducirse en la difusión de un logro de gobierno.

29. Que respecto a las campañas propias de la Secretaría de Educación Pública, dependencia que según el artículo 38, de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal es la encargada de poner en práctica, así como vigilar el sistema educativo nacional, por lo que su campaña "Quehacer Educativo", específicamente en su versión "Cédulas Profesionales", tiene como objetivo dar a conocer una nueva cédula profesional con un diseño que evite su falsificación.

En la especie se considera que la misma no debe exceptuarse de las reglas de propaganda gubernamental ya que no encuadran en las excepciones previstas en el artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C, párrafo segundo constitucional toda vez que no guardan relación con servicios educativos, ni de salud y tampoco se estima necesario para la protección civil en casos de emergencia.

Así, a efecto de determinar si dicha campaña se enmarca dentro de las excepciones establecidas por la Constitución, debe recordarse que de conformidad con el concepto de educación que se ha tomado en consideración y que ha sido confirmado por el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, ésta comprende el derecho de todo individuo a recibir educación atendiendo a un criterio democrático, en dónde dicho término comprenda un sistema de vida fundado en el mejoramiento económico, así también basado en un criterio nacional, en cuanto asegure nuestra independencia económica.

Sin embargo, en la especie se considera que la campaña en cita no se debe considerar inserta en la excepción relacionada con servicios educativos, ya que si bien es cierto las cédulas profesionales se vinculan al ejercicio de una profesión, no se considera que sea indispensable o trascendente que

durante el periodo de campañas electorales se dé a conocer una nueva cédula profesional con un diseño que evite su falsificación. Adicionalmente, debe tomarse en consideración que el trámite para obtener la cédula profesional no es el que se suspende, sino únicamente su difusión, por lo que el acceso a ese servicio no se vería afectado.

30. Que las campañas adicionales que el Instituto Federal de Telecomunicaciones propone para difundir la portabilidad numérica y terminación del cobro de larga distancia, no deben ser consideradas dentro de las excepciones que establece el artículo 41, Base III, Apartado C, párrafo segundo de la Constitución Política, para lo cual resulta pertinente citar textualmente el contenido del artículo Décimo Noveno Transitorio párrafo cuarto de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, fundamento que el Instituto Federal de Telecomunicaciones utiliza para sostener las campañas relacionadas con portabilidad numérica y terminación del cobro de larga distancia.

> *[...]*
>
> *La Secretaría de Comunicaciones y Transportes y el Instituto Federal de Telecomunicaciones realizarán campañas de difusión para la entrega o distribución de equipos y para la conclusión de la transmisión de señales analógicas de televisión, respectivamente.*

Lo anterior, ya que, si bien es cierto que el Artículo transitorio citado dispone que el Instituto Federal de Telecomunicaciones debe realizar campañas de difusión para la conclusión de la transmisión de señales analógicas a Televisión Digital Terrestre, dicho fundamento no promueve la difusión de la portabilidad numérica y la terminación del cobro de larga distancia. Aunado a que dichas reformas han tenido difusión a través de noticieros y promocionales en radio y televisión y que es evidente que una campaña de esta naturaleza no es imprescindible que la sociedad conozca a través de medios de comunicación social, en particular durante la etapa de campañas electorales y hasta la conclusión de las jornadas electorales correspondientes.

Adicionalmente es dable decir, que no obstante dicho fundamento establece que se deben realizar campañas de difusión para la entrega o distribución de equipos, quedará estrictamente prohibido, durante el periodo de campañas

electorales federal y locales que se celebren durante el dos mil quince, que se difundan en medios de comunicación masiva, en virtud de asociarse a un programa del gobierno federal para este ámbito, situación que puede poner en riesgo los principios de equidad e imparcialidad que deben velar dichos procesos electorales.

31. Que de conformidad con los considerandos en los cuales se prevé analizar las excepciones a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental, para tales efectos, no podrán incluir nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público, ni hacer referencias visuales o auditivas a las frases, imágenes, voces o símbolos que pudieran ser constitutivos de propaganda política o electoral, ni contener logotipos, slogans o cualquier otro tipo de referencias al gobierno federal o a algún otro gobierno, o a sus campañas institucionales. Dicha propaganda además deberá de abstenerse de difundir logros de gobierno, obra pública, e incluso emitir información sobre programas y acciones que promuevan innovaciones en bien de la ciudadanía.

En razón de los Antecedentes y Considerandos expresados, y con fundamento en lo dispuesto por los artículos 41, Base III, Apartado C, párrafo segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 29, numeral 1; 34, numeral 1, inciso a); 35, numeral 1 y 44, numeral 1, inciso jj) de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales; 4, numeral 2, inciso d); 6, numeral 2, incisos a); 7, numeral 3; 12, numerales 1 y 4; y 19 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, este órgano colegiado emite el siguiente:

A C U E R D O

PRIMERO.- Se aprueban las normas reglamentarias sobre la propaganda gubernamental a que se refiere el artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, para el Proceso Electoral Federal, los Procesos Electorales Locales coincidentes con el federal, así como aquellos procesos ordinarios y extraordinarios a celebrarse en dos mil quince.

SEGUNDO.- Atento a los principios de equidad e imparcialidad que rigen en la contienda electoral y en términos de lo dispuesto en la parte final de la jurisprudencia 18/2011, emitida por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, las campañas de información, servicios educativos, de salud y las de protección civil en caso de emergencia, a que se refieren los artículos 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C, segundo párrafo, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 209, numeral 1, de la Ley Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, deberán colmar los mencionados principios.

TERCERO.- Deberá suprimirse o retirarse toda propaganda gubernamental en medios de comunicación social, tanto de los poderes federales y estatales, como de los municipios, órganos de gobierno del Distrito Federal, sus delegaciones y cualquier otro ente público, en los términos y con las excepciones establecidas en el artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C, párrafo segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, a partir del inicio de cada una de las campañas respectivas y hasta el siete de junio de dos mil quince, incluyendo las emisoras de radio y televisión previstas en el Catálogo señalado en el Antecedente IV del presente Acuerdo para las entidades con Proceso Electoral ordinario.

CUARTO.- Deberá suprimirse o retirarse toda propaganda gubernamental en medios de comunicación social, tanto de los poderes federales y estatales, como de los municipios, órganos de gobierno del Distrito Federal, sus delegaciones y cualquier otro ente público, en los términos y con las excepciones establecidas el artículo 41, Base III, Apartado C, párrafo segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y las que se aprueban mediante el presente instrumento a partir del inicio de las campañas electorales extraordinarias a celebrarse en dos mil quince, incluyendo todas las emisoras previstas en el Catálogo que en su momento apruebe este Consejo General para los procesos electorales extraordinarios en comento.

QUINTO.- Se considerará que forman parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental prevé el artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C, segundo párrafo, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, siempre y cuando no incluyan nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público, ni contengan logotipos, slogans o cualquier otro tipo de referencias al gobierno federal o a algún otro gobierno o administración, o a sus campañas

institucionales, en términos de lo previsto en los diversos Acuerdos CG193/2011 y CG247/2011, las siguientes:

- Las campañas del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes; del Consejo Nacional de Fomento Educativo; las del Instituto Nacional para la Educación de los Adultos; aquellas del Instituto Nacional de Antropología e Historia y del Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura; las del Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica; las del Fondo de Cultura Económica y las de la Secretaría de Educación Pública, salvo la llamada "Quehacer Educativo" versión "Cédulas Profesionales" para tratar temas educativos y de orientación a la sociedad;

- La publicidad informativa sobre la promoción turística nacional de México y de otros centros turísticos del país difundida por el Consejo de Promoción Turística;

- La campaña "Ángeles Verdes" en su versión "Semana Santa".

- La campaña de educación de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y el Servicio de Administración Tributaria "Declaración Anual e Informativa" y "Buzón Tributario";

- La campaña que difunde la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente;

- La campaña de la Secretaría de Energía (SENER), referente al Horario de Verano.

- La propaganda de la Secretaría de Marina, relativa a la promoción de eventos que coadyuven a la difusión de la historia y cultura naval;

- Las campañas de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales a través de sus organismos Comisión Nacional Forestal y la Comisión Nacional de Agua, relativas a la prevención de incendios forestales, prevención en casos de fenómenos hidrometeorológicos y cultura del agua;

- La campaña "Prevención integral del embarazo no planificado e Infecciones de Transmisión Sexual en adolescentes" de la Secretaría General del Consejo Nacional de Población;

- La campaña del Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación;

- Las campañas "Protección civil", versión "lluvias", y "Prevención del embarazo adolescente" de la Dirección General de Comunicación Social de la Secretaría de Gobernación;

- Las campañas de la Procuraduría Federal del Consumidor;

- Las campañas de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes "Seguridad" en su versión "Semana Santa";

- La campaña del Instituto Federal de Telecomunicaciones relacionada con apagón analógico y transición a la Televisión Digital Terrestre.

- Las campañas del Instituto Mexicano del Seguro Social y del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado;

- La campaña de la Procuraduría Federal de la Defensa del Trabajo.

- Las campañas del Centro Nacional para la Salud de Infancia y Adolescencia, Centro Nacional para la Prevención y el Control de las Adicciones.

- Las campañas del Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia denominadas "Campaña de *Bullying*" y "Campaña Nacional para el Registro Universal y Oportuno de Nacimientos";

- La propaganda que para la asistencia pública que emitan tanto la Lotería Nacional como Pronósticos para la Asistencia Pública; y

- Las campañas del Servicio Nacional de Inocuidad y Calidad Agroalimentaria.

La propaganda referida deberá tener carácter institucional y abstenerse de incluir frases, imágenes, voces o símbolos que pudieran ser constitutivos de propaganda política o electoral, o bien elementos de propaganda personalizada de servidor público alguno.

Es decir, no podrá difundir logros de gobierno, obra pública, e incluso, emitir información dirigida a justificar o convencer a la población de la pertinencia de una administración en particular.

Su contenido se limitará a identificar el nombre de la institución de que se trata sin hacer alusión a cualquiera de las frases, imágenes, voces o símbolos que pudieran ser constitutivos de propaganda política o electoral.

La propaganda podrá incluir el nombre de la dependencia y su escudo oficial como medio identificativo, siempre y cuando éstos no se relacionen de manera directa con la gestión de algún gobierno o administración federal o local.

La propaganda no podrá contener logotipos, slogans o cualquier otro tipo de referencias al gobierno federal o a algún otro gobierno o administración, o a sus campañas institucionales, ni incluir elementos de propaganda personalizada de servidor público alguno.

La propaganda exceptuada mediante este Acuerdo, en todo momento, deberá tener fines informativos sobre la prestación de un servicio, alguna campaña de educación o de orientación social, por lo que no está permitida la exaltación, promoción o justificación de algún programa o logro obtenido en los gobiernos local o federal o de alguna administración específica.

La difusión de la propaganda que se encuadre en los supuestos establecidos en el artículo 41, Base III, Apartado C, segundo párrafo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, deberá hacerse durante el periodo que sea estrictamente indispensable para cumplir con sus objetivos.

SEXTO.- Durante la emisión radiofónica denominada "La Hora Nacional" deberá suprimirse toda alusión a propaganda de poderes públicos o de cualquier ente público desde el inicio de los respectivos periodos de campañas y hasta el día en que se celebre la jornada comicial respectiva. Asimismo, en dicho espacio no podrán difundirse frases o cualquier tipo de referencias al gobierno federal o a

algún otro gobierno, o a sus campañas institucionales, ni elementos de propaganda personalizada de servidor público alguno.

Además, la emisión antes referida deberá de abstenerse de difundir logros de gobierno, obra pública e incluso, emitir información dirigida a justificar o convencer a la población de la pertinencia de una administración en particular, o bien, información sobre programas y acciones que promuevan innovaciones en bien de la ciudadanía; así como las referencias visuales o auditivas a las frases, imágenes, voces o símbolos que pudieran ser constitutivos de propaganda política o electoral.

SÉPTIMO.- Los portales de los entes públicos en internet deberán abstenerse de difundir logros de gobierno, así como referencias visuales o auditivas a las frases, imágenes, voces o símbolos que pudieran ser constitutivos de propaganda política, electoral o personalizada. Lo anterior no implica, bajo ningún supuesto, que los entes públicos dejen de cumplir las obligaciones en materia de transparencia y acceso a la información.

OCTAVO.- Las normas de propaganda gubernamental aprobadas mediante el presente Acuerdo entrarán en vigor a partir del inicio de cada una de las campañas respectivas y concluirá su vigencia al día siguiente de la Jornada Electoral. Por lo que hace a los Procesos Electorales Locales y extraordinarios a celebrarse en dos mil quince, el presente Acuerdo entrará en vigencia con el inicio de la campaña electoral local o extraordinaria correspondiente y concluirá su vigencia al día siguiente de la Jornada Electoral.

NOVENO.- La aplicación de las normas reglamentarias sobre propaganda gubernamental aprobadas mediante el presente Acuerdo no conlleva en modo alguno la restricción del acceso y difusión de la información pública necesaria para el otorgamiento de los servicios públicos y el ejercicio de los derechos que en el ámbito de su competencia deben garantizar los servidores públicos, poderes federales y estatales, municipios, órganos de gobierno del Distrito Federal, sus delegaciones y cualquier otro ente público.

DÉCIMO.- Se instruye al Secretario Ejecutivo a que notifique, por conducto de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, el presente Acuerdo a la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación, así como a los gobiernos estatales y, por su conducto, a los gobiernos municipales.

DÉCIMO PRIMERO.- Se instruye al Secretario Ejecutivo a que implemente las medidas necesarias para la oportuna publicación de este Acuerdo en el Diario Oficial de la Federación.

El presente Acuerdo fue aprobado en lo general en sesión extraordinaria del Consejo General celebrada el 18 de febrero de dos mil quince, por votación unánime de los Consejeros Electorales, Licenciado Enrique Andrade González, Maestro Marco Antonio Baños Martínez, Maestra Adriana Margarita Favela Herrera, Maestra Beatriz Eugenia Galindo Centeno, Doctor Ciro Murayama Rendón, Doctor Benito Nacif Hernández, Doctor José Roberto Ruiz Saldaña, Licenciada Alejandra Pamela San Martín Ríos y Valles, Maestro Arturo Sánchez Gutiérrez, Licenciado Javier Santiago Castillo y del Consejero Presidente, Doctor Lorenzo Córdova Vianello.

Se aprobó en lo particular el Punto de Acuerdo Quinto respecto a considerar que las campañas del Fondo de Cultura Económica forman parte de las excepciones a las prohibiciones, por seis votos a favor de los Consejeros Electorales, Licenciado Enrique Andrade González, Maestro Marco Antonio Baños Martínez, Maestra Adriana Margarita Favela Herrera, Maestra Beatriz Eugenia Galindo Centeno, Doctor Benito Nacif Hernández y Licenciado Javier Santiago Castillo, y cinco votos en contra de los Consejeros Electorales, Doctor Ciro Murayama Rendón, Doctor José Roberto Ruiz Saldaña, Licenciada Alejandra Pamela San Martín Ríos y Valles, Maestro Arturo Sánchez Gutiérrez y del Consejero Presidente, Doctor Lorenzo Córdova Vianello.

EL CONSEJERO PRESIDENTE DEL CONSEJO GENERAL

DR. LORENZO CÓRDOVA VIANELLO

EL SECRETARIO DEL CONSEJO GENERAL

LIC. EDMUNDO JACOBO MOLINA