

CG83/2014

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 A CELEBRARSE EN 2014 EN LOS ESTADOS DE COAHUILA Y NAYARIT, ASÍ COMO LOS PROCESOS ELECTORALES EXTRAORDINARIOS A CELEBRARSE EN 2014

ANTECEDENTES

- I. Que de conformidad con lo dispuesto por las legislaciones electorales locales de los estados de Coahuila y Nayarit, el primer domingo de julio de dos mil catorce se celebrará la Jornada Electoral Local para elegir diputados de los Congresos Locales en las citadas entidades federativas.
- II. En sesiones extraordinarias celebradas los días veintisiete de junio y diecisiete de agosto de dos mil once, el Consejo General aprobó los Acuerdos CG193/2011 y 247/2011, por el que se emiten normas reglamentarias sobre imparcialidad en la aplicación de recursos públicos a que se refiere el artículo 347, párrafo 1, inciso c) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales en relación con el artículo 134, párrafo séptimo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y por el que se modifica el Acuerdo CG193/2011 en acatamiento a lo ordenado por la H. Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en el recurso de apelación identificado con en el número expediente SUP-RAP-147/2011.
- III. En la Cuarta Sesión Extraordinaria celebrada el veinte de noviembre de dos mil trece, el Consejo General del Instituto Federal Electoral 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 periodo*

ordinario, así como de los Procesos Electorales Locales que se llevarán a cabo en el dos mil catorce, y se ordena la suspensión de la propaganda gubernamental durante el periodo de campañas en las estaciones de radio y canales de televisión incluidas en el Catálogo de las entidades federativas que tengan jornada comicial”, identificado con la clave CG361/2013.

- IV. Mediante oficio SNM/DGNC/0130/2014, de seis de febrero de dos mil catorce, la Directora General de Normatividad de Comunicación de la Secretaría de Gobernación, solicitó que se incluyera como excepción a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental, la propaganda que para la asistencia pública emiten la Lotería Nacional y Pronósticos Deportivos; la publicidad informativa sobre la promoción turística (Consejo de Promoción Turística) y (FONATUR); la relativa a incentivar el cumplimiento de las obligaciones fiscales de personas físicas y morales coemitida por el Servicio de Administración Tributaria (SAT) y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP); las correspondientes de la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (CONSAR), relativas al fomento de la cultura del ahorro a largo plazo; las que promuevan la venta de productos para generar recursos de la Casa de Moneda de México (CMM); la relacionada a la publicidad de los procedimientos de venta de los bienes que le son transferidos, del Servicio de Administración y Enajenación de Bienes (SAE).

Así también, la campaña de la Secretaría de Energía (SENER), referente al Horario de Verano en sus versiones Inicio Fronterizo y resto de la República; la difundida por la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente (PRODECON), con el objeto de garantizar el derecho de los contribuyentes a recibir justicia en materia fiscal en el orden federal; la relativa a la Secretaría de Marina (SEMAR), para la promoción de los hechos históricos del ámbito naval de nuestro país; la de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), relativa a la prevención de incendios forestales, así como a la protección a centros de población sobre la cultura de información personal y grupal ante fenómenos hidrometeorológicos de la Comisión Nacional del Agua (CONAGUA); 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).

Por último, la campaña del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), para fomentar la campaña chécate, mídete, muévete, para promover un estilo de vida saludable; la de la Comisión Nacional de Bioética (CONBIOÉTICA); la de la Secretaría de Educación Pública (SEP), para tratar temas educativos y de orientación a la sociedad; las del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA); las del Consejo Nacional de Fomento Educativo (CONAFE); las del Instituto Nacional del Derecho de Autor (INDAUTOR); del Fondo de Cultura Económica (FCE); y las del Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA).

- V. El diecisiete de febrero de dos mil catorce, el Consejo General del Instituto Federal Electoral celebró sesión extraordinaria en la que se aprobó el “Acuerdo por el cual se hace del conocimiento de los sujetos regulados por el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales las fechas de inicio y conclusión de los Procesos Electorales Locales a celebrarse en 2014, en cumplimiento al artículo 12, párrafo 4 del Reglamento de Quejas y Denuncias de este Instituto”.

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

1. Que el artículo 41, párrafo segundo, Base V, 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 Federal Electoral, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios, 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 y objetividad son principios rectores.
2. Que el Instituto Federal Electoral es la autoridad única para la administración del tiempo que corresponde al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines y a los de otras autoridades electorales, y al ejercicio del derecho de los partidos políticos, de conformidad con los artículos 41, párrafo segundo, Bases III y V de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 49, numeral 5; y 105, numeral 1, inciso h) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

3. Que como lo señalan los artículos 1, numerales 1 y 2; 36, numeral 1, inciso c); 48, numeral 1, inciso a); y 49, numerales 1 y 2 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, las disposiciones del mismo son de orden público y de observancia general en el territorio nacional y reglamentan las normas constitucionales relativas a las prerrogativas de los partidos políticos, entre las que se encuentra el acceso a radio y televisión en los términos de la Constitución y el Código.
4. Que el artículo 51, numeral 1 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales y 4, numeral 2 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral dispone 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; de la Comisión de Quejas y Denuncias, y de los vocales ejecutivos y juntas ejecutivas en los órganos desconcentrados, locales y distritales.
5. Que de conformidad con el artículo 109 del Código de la materia, el Consejo General es el órgano superior de dirección del Instituto Federal Electoral y es el responsable de vigilar el cumplimiento de las disposiciones constitucionales y legales en materia electoral.
6. Que de acuerdo con el artículo 118, numeral 1, incisos i), l), w) y z) del Código Federal 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 al propio Código, 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, de conformidad con lo establecido en el Código y demás leyes aplicables; conocer de las infracciones y, en su caso, imponer las sanciones que correspondan, en los términos previstos en el propio Código; y, dictar los Acuerdos necesarios para hacer efectivas las anteriores atribuciones y las demás señaladas en el Código de referencia.
7. Que como es del conocimiento público, durante el año dos mil catorce se celebrarán jornadas electorales locales en los estados de Coahuila y Nayarit.

8. Que en sesión extraordinaria celebrada el veinte de noviembre de dos mil trece, el Consejo General del Instituto Federal Electoral 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 periodo ordinario, así como de los Procesos Electorales Locales que se llevarán a cabo en el dos mil catorce, y se ordena la suspensión de la propaganda gubernamental durante el periodo de campañas en las estaciones de radio y canales de televisión incluidas en el Catálogo de las entidades federativas que tengan jornada comicial”*, identificado con la clave CG361/2013.
9. Que en el considerando 7 de dicho Acuerdo, se dispuso que *“los catálogos se conformarán por el listado de concesionarios y permisionarios que se encuentren obligados a transmitir las pautas para la difusión de los promocionales de partidos políticos y autoridades electorales, y por aquellos que se encuentren obligados a suspender la transmisión de propaganda gubernamental durante los periodos de campañas y hasta el día en que se celebre la jornada comicial respectiva”*.
10. Que de conformidad con los artículos 41, párrafo segundo, Base III, apartado C de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 2, numeral 2 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales; así como 7, numeral 5 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.
11. 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 de los Procesos Electorales Locales en los medios de comunicación social incluyendo las emisoras de radio y televisión que estén previstas en los Catálogos para las entidades que a continuación se precisan, dentro de los periodos siguientes:

	Periodo de Campaña		Jornada Electoral
	Inicio	Final	
Coahuila	29 de mayo	2 de julio	6 de julio
Nayarit	Sin definir		6 de julio

Las únicas excepciones serán 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 según lo establecido en el artículo 134 constitucional, la propaganda - bajo cualquier modalidad de comunicación social- que 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 con motivo de las excepciones referidas en este Acuerdo, 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 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, 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.

13. Que el artículo 228, numeral 5 del Código 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.
14. Que este Acuerdo tiene como finalidad garantizar seguridad jurídica, certeza, imparcialidad y equidad durante las campañas, y hasta el día de la Jornada Electoral, de los procesos comiciales locales a celebrarse en dos mil catorce, en la aplicación de las restricciones para la suspensión de la propaganda gubernamental previstas en el artículo 41, Base III, apartado C, párrafo segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
15. 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.

16. 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 que ofrece nuestra Constitución, 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:**

17. Que el artículo 3º, párrafo 2 y fracción II de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, establece 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, y la conciencia de la solidaridad internacional, en la independencia y en la justicia.

Asimismo, 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.

Por otro lado, 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.

18. Que 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 emite dicho Consejo tiene carácter informativo y de orientación sobre los diversos destinos turísticos de México¹.

Así, se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3º de la Constitución.

Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe 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 y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural del pueblo, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4º de la Constitución Federal, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros.

En consecuencia, resulta evidente 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.

19. Que de conformidad con lo dispuesto en los artículos 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

¹Mediante recurso de apelación identificado bajo la clave 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.

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; y, es independiente de la promoción de logros de gobierno.

Así, el concepto de educación que proporciona el artículo 3° de la Constitución, comprende una formación integral, en la que se debe fomentar la conciencia de la solidaridad, la convicción del interés general de la sociedad, atender a la comprensión de los problemas y necesidades del país, además de considerarla como un sistema de vida fundado en el constante mejoramiento económico y social.

En este sentido, se considera que los programas en torno a una cultura contributiva, tales como la campaña “Declaración Anual e Informativa”, así como las campañas para el ejercicio 2014 que la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y el Servicio de Administración Tributaria tienen 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, y al mismo tiempo tiene por objeto la educación del pueblo en torno al pago de las cargas tributarias para el sostenimiento del Estado.

20. Que de conformidad con el artículo Único del Decreto por el que se establece el horario estacional que se aplicará en los Estados Unidos Mexicanos², éste dispone que inicia a partir de las dos horas del primer domingo de abril, terminándose a las dos horas del último domingo de octubre de cada año, por lo tanto en este año dos mil catorce el Horario de Verano en México inicia el **seis de abril del presente año**. (en entidades fronterizas inicia el segundo domingo de marzo, es decir el día ocho).

Esta autoridad considera procedente exceptuar de las reglas de propaganda gubernamental la campaña informativa relativa al inicio de Horario de Verano, pues, cabe señalar, que uno de los fines que persigue la educación según lo establecido en nuestra Ley Fundamental, consiste en atender el aprovechamiento de nuestros recursos, y en ese sentido, el programa de horario de verano tiene como objetivo utilizar con eficacia los recursos energéticos a través del fomento de una cultura de la ahorro de energía.

Asimismo, de conformidad con los artículos 3, 4, 5, 6 y 7 de la Ley para el Aprovechamiento Sustentable de la Energía, el Ejecutivo Federal, en el marco del Sistema Nacional de Planeación Democrática del Desarrollo, incorporará objetivos y estrategias en el Plan Nacional de Desarrollo, para el aprovechamiento sustentable de la energía.

Por lo anterior, en el diseño y aplicación de los programas en materia de aprovechamiento sustentable de energía, se promoverá la participación social y la concertación, con el fin de vincular a las instituciones del sector público, a las organizaciones de la sociedad civil y del sector privado, a las instituciones académicas y a la población en general coordinando sus actividades.

Por su parte, el programa nacional para el aprovechamiento sustentable de la energía deberá contener: estrategias, objetivos, acciones y metas tendientes a, entre otros, procurar que la población cuente con información veraz y efectiva en relación con el consumo energético de, entre otros, los equipos, aparatos y vehículos que requieren del suministro de energía para su funcionamiento.

Cabe señalar, que no resulta ajeno para esta autoridad que las campañas de los procesos locales ordinarios a celebrarse en Coahuila y Nayarit se llevarán a cabo en fecha posterior a la transmisión de dicha propaganda, de manera que ésta no

² Publicado en el Diario Oficial de la Federación el uno de marzo de dos mil dos, adicionándose dos párrafos de acuerdo al Decreto publicado el seis de enero de dos mil diez.

interviene con su celebración, sin embargo, la información que aporta dicha propaganda podría ser necesaria en el marco de alguna campaña de los procesos electorales extraordinarios que se celebrarán en dos mil catorce³, por tal motivo se considera conveniente permitir la difusión del programa a efecto de que la población realice debidamente el cambio de horario.

Por las consideraciones anteriores, se determina que la difusión del inicio del Programa del Horario de Verano, en los días previstos, debe exceptuarse de la prohibición establecida constitucionalmente 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.

21. Que el artículo 7, fracción VI de la Ley General de Educación establece que la educación tendrá como fin, además de los fines establecidos, el de promover el valor de la justicia y la igualdad de los individuos ante la ley, propiciando la cultura de la legalidad.

Por otro lado, el artículo 18-B del Código Fiscal de la Federación señala que la protección y defensa de los derechos e intereses de los contribuyentes en materia fiscal y administrativa, estará a cargo de la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente, correspondiéndole la asesoría, representación y defensa del contribuyente que solicite su intervención, en todo tipo de asuntos emitidos por autoridades administrativas y organismos federales descentralizados, así como, determinaciones de autoridades y de organismos fiscales autónomos de orden federal.

Es así que la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente se establece como organismo autónomo, con independencia técnica y operativa, cuyo alcance y organización, así como funciones se contienen en su Ley Orgánica, teniendo como propósito principal el garantizar el derecho de los contribuyentes a recibir

³ Ya que se debe considerar que el calendario electoral que publica el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación consultable en http://portal.te.gob.mx/sites/default/files/calendario_electoral_2014_extraordinario04022014.pdf, señala la celebración de cuatro procesos extraordinarios en los Ayuntamientos de Chumatlán, Los Choapas y Los Choapas y Tepetzintla en el estado de Veracruz; Acuamanala de Miguel Hidalgo en el estado de Tlaxcala; San Dionisio del Mar en el estado de Oaxaca; y Cuapiaxtla de Madero en el estado de Puebla, sin que en dos de los casos se hayan definido las fechas de celebración de las campañas correspondientes, aunado a la posibilidad de que pueda existir la celebración de alguna otra elección extraordinaria.

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, fracciones 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. Destacando la facultad de fomentar y difundir una nueva cultura contributiva realizando campañas de comunicación y difusión social respecto de los derechos y garantías de contribuyente.

En ese contexto, la Procuraduría también 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, una de las finalidades de la educación de conformidad con el precepto citado es la 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 lo que 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 las herramientas adecuadas 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 debe ser considerada como parte de la educación, necesaria para promover el valor de la justicia y la igualdad de los individuos ante la ley, propiciando la cultura de la legalidad.

22. Que de conformidad con lo dispuesto en el artículo 9, fracción XXII del Reglamento Interior de la Secretaría de Marina señala que 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 de nuestro país.

En ese sentido, esta autoridad reconoce el valioso significado que representan los hechos históricos del ámbito naval de nuestro país como lo es, el “Centenario de la Gesta Heroica del Puerto de Veracruz”, 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 nuestra Constitución contiene, el conocimiento de la historia nacional nos permite aprender sobre el pasado y su trascendencia en la vida actual de nuestro país, por tanto, la difusión de estos hechos permiten promover entre la población mexicana una mayor comprensión cada vez más profunda de éstos y su naturaleza debe ser considerada educativa.

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 “Centenario de la Gesta Heroica del Puerto de Veracruz”, a celebrarse en este año, ya que como se dijo, la Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, en una visión amplia de la comprensión histórica y cultural que tenemos como Nación, y exceptuar dicha campaña de celebración es fomentar la actividad cívica a partir del concepto integral de la educación.

23. Que respecto de las campañas de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) relativas a la prevención de incendios forestales que tienen por objetivo el llamado a la ciudadanía para aplicar medidas preventivas, y de la Comisión Nacional Forestal, así como las de la protección sobre la cultura de información personal y grupal ante fenómenos

hidrometeorológicos de la Comisión Nacional del Agua, 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, por estar relacionadas con servicios de educación conforme 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.

Ahora bien, tal como se desprende del oficio número CG/111035/2014 que remite la Directora General de Normatividad y Comunicación de la Secretaría de Gobernación, en lo que va del año se han registrado cuarenta y ocho incendios forestales en trece entidades afectando una cantidad de hectáreas mayor que en el mismo periodo del año pasado.

Aunado a lo anterior, se tiene reportado que más del 96% 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 2014", ya que se tiene presente que el dos mil catorce será un año de alto riesgo en materia de incendios pues se pronostican intensas heladas, sequías y altas temperaturas.

Por otra parte, es importante señalar que dicha propaganda tiene como propósito involucrar a la sociedad en los trabajos de prevención de incendios forestales, para fomentar conciencia sobre la importancia de cuidar la superficie arbolada del país y disminuir el riesgo de desastres.

En relación con lo anterior, la Constitución concibe a la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que dichas actividades de

prevención corresponden a la educación informal y contribuyen a generar y/o modificar hábitos y patrones de conducta en beneficio de la ciudadanía, y la conservación de nuestros bosques como parte del medio ambiente, así también la protección de los recursos forestales de México representa un factor de crecimiento económico y real importancia para el desarrollo sustentable.

Por otra parte, el artículo 3, fracciones XII y XXVIII de la Ley de Aguas Nacionales, señala que la Comisión Nacional del Agua, 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, con autonomía técnica, ejecutiva, administrativa, presupuestal y de gestión, para la consecución de su objeto, la realización de sus funciones y la emisión de los actos de autoridad que conforme a la ley le corresponde tanto a ésta como a los órganos de autoridad a que la misma se refiere.

Por ello, como función de derecho público en materia de gestión de agua, dicho proceso consiste en un conjunto de principios, políticas, actos, recursos, instrumentos, normas formales, bienes, recursos, derechos, atribuciones y responsabilidades, mediante el cual 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 tendrá 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 que la ubicación geográfica de nuestro país, lo hace vulnerable a la llegada de ciclones por los océanos Pacífico y Atlántico, además de que en el dos mil trece se presentaron los fenómenos hidrometeorológicos denominados “Ingrid” y “Manuel” que ocasionaron afectaciones en veintitrés entidades además de cuantiosos daños y pérdida de vidas humanas, por ello, resulta fundamental que la campaña relativa a difundir información personal y grupal ante la posible presencia de fenómenos

hidrometeorológicos quede exceptuada de las reglas de propaganda gubernamental.

Lo anterior es así ya que, las campañas referidas están relacionadas con los servicios educativos pues dicho término no se reduce a la educación que se recibe por medio de actividad docente, sino ampliando su espectro, al aprovechamiento de los recursos naturales, así como a la convicción del interés general de la sociedad, por ello, al fomentar en el individuo la importancia que representan los bosques y en general el medio ambiente, el cuidado de nuestros recursos naturales, se genera conciencia acerca de que aprovechamiento significa contar con un medio ambiente de calidad, y para ello se requiere del cuidado de todos los que habitamos en él.

De esta manera, las campañas relativas a la prevención de incendios forestales y la de información personal y colectiva ante el acontecimiento de fenómenos hidrometeorológicos, están relacionadas directamente con el concepto de educación integral que proporciona 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.

Es así que al encuadrar 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 humano como es la vida.

24. Que respecto de las campañas informativas de la Secretaría de Educación Pública, al tratar temas educativos y de orientación a la sociedad se analizan en este mismo considerando de la siguiente forma:

- De conformidad con lo señalados en los artículos 1 y 2 del Decreto por el que se crea el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, dicho órgano tiene como atribución principal promover y difundir la cultura y las artes en el país.

En este sentido, la Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que 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 promover en la población la asistencia a dichos eventos.

- 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, se crea el Consejo Nacional de Fomento Educativo, siendo un organismo descentralizado de la Secretaría de Educación Pública, 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.

Su misión es ofrecer alternativas de acceso, permanencia y mejora de aprendizajes en la educación inicial y básica. 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, por ello, se considera pertinente exceptuar la campaña de comunicación “captación de figuras educativas”, ya que es un mecanismo utilizado por dicho Consejo 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 por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a su difusión.

- Respecto a la campaña del Instituto Nacional para la Educación de los Adultos, para promover y difundir la alfabetización y abatimiento de rezago educativo 2013-2018, toda vez su objetivo está destinado directamente a los servicios educativos en adultos mayores, en consecuencia, es 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.

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

25. 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 prestación adecuada.

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 transmisibles, 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 sanitarias 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.

26. 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; 2, párrafo 2, del Código Federal 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.

27. 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), en beneficio de su derechohabencia, 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, y en casos de emergencia y/o contingencia a la población en general, así como la campaña del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), para fomentar la campaña chécate, mídete, muévete, para la prevención y control de sobrepeso, la obesidad y la diabetes, con el objetivo de promover un estilo de vida saludable, debe decirse que, dicha propaganda 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 lo previsto en el precepto citado.

- **Supuestos no procedentes como excepción**

28. Que respecto la campaña del Fondo Nacional de Fomento al Turismo 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 18.

29. Que referente a la campaña relacionada con temas derivados del “Sistema de Ahorro para el Retiro” difundida por la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro debe decirse que los artículos 1º, 2º, 3º, fracción X de la Ley de los Sistemas de Ahorro para el Retiro; 1º 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, patronos 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 7º 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.

Así, a efecto de determinar si dicha propaganda 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 los programas en torno a la campaña relacionada con temas derivados del “Sistema de Ahorro para el Retiro” difundida por la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro, no se deben considerar insertas en el concepto de educación, ya que se traducen en acciones tendientes a lograr el beneficio de asegurar una economía que le permita al trabajador llevar una vida digna, incluso cuando deje de prestar sus servicios.

En consecuencia, no se considera que la información relativa al fomento de ahorro para el retiro sea de aquella información que resulte imprescindible difundir para el bienestar de la sociedad durante el periodo electoral y que, por tanto, no se deba

suspender durante el periodo de campaña electoral hasta la conclusión de la jornada respectiva, en los procedimientos electorales locales ordinarios y extraordinarios.

Por otra parte, cabe precisar que la propaganda que se busca incluir dentro del concepto de educación, no es de carácter genérico, a fin de incentivar la cultura y la educación, sino específica, ya que se encuentra destinada a los trabajadores y no a todos los individuos en general.

Es así que, al no encontrarse la campaña referida, dentro de los casos de excepción previstos en nuestra ley fundamental, dicha propaganda no debe quedar contemplada dentro de los casos de excepción a través de un Acuerdo de la autoridad electoral federal, que se violentaría el principio de supremacía constitucional, al reglamentarse un aspecto no contemplado en la norma suprema.

Lo anterior es así, ya que el artículo 133 de la Carta Magna, establece que la Constitución Federal es la norma suprema, por lo que las leyes del Congreso de la Unión y todos los tratados internacionales deben estar conformes con la Constitución, por lo tanto, no puede existir disposición legal alguna que traspase los umbrales constitucionales jerárquicamente superiores.

30. Que la campaña de la Casa de la Moneda de México (CMM) para promover la venta de sus productos ya que son una entidad que debe generar recursos a través de la actividad comercial en momentos convenientes para la venta, y 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, que se solicita 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 DCF/035/2014 que remite la Directora General de Normatividad y Comunicación de la Secretaría de Gobernación, su actividad y 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 DCCM/013/2014, que remite la Directora General de Normatividad y Comunicación 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.

31. Que por lo que hace a la campaña de la Comisión Nacional de Bioética, conviene describir su naturaleza y objetivos con el propósito de dilucidar si encuadra dentro de las excepciones constitucionales de propaganda gubernamental.

En ese sentido, conviene recordar que fue por Decreto Presidencial, en septiembre de dos mil cinco que se constituyó la Comisión Nacional de Bioética como órgano desconcentrado de la Secretaría de Salud, cuyos objetivos son establecer políticas públicas en salud con la temática bioética, fungiendo como órgano de consulta nacional sobre dichos temas, propiciando debates y participación de los diversos sectores sociales, además de fomentar su enseñanza en atención médica y en salud, entre otras.

Para la Comisión Nacional el término *Bioética* es una extensión de la ética que reflexiona, delibera y hace planteamientos normativos de políticas públicas, para regular y resolver conflictos en la vida social, especialmente en las ciencias de la vida, así como en la práctica y en la investigación médicas, que afecten la vida en el planeta, tanto en la actualidad como para futuras generaciones.

Por otra parte, el artículo 41 Bis, fracciones I y II de la Ley General de Salud, señala que los establecimientos para la atención médica del sector público, social o privado del sistema nacional de salud, contarán con un Comité Hospitalario de Bioética para la Resolución de los problemas derivados de la atención médica así como para el análisis, discusión y apoyo en la toma de decisiones respecto a los problemas bioéticos que se presenten en la práctica clínica o en la docencia que se imparte en el área de salud, así como promover la elaboración de Lineamientos y guías éticas institucionales para la atención y la docencia médica.

No obstante lo anterior, no es viable considerar exceptuada de las reglas de propaganda gubernamental la campaña de la Comisión Nacional de Bioética, programada del diez de marzo al uno de diciembre del año en curso, cuya finalidad es difundir la realización de dos eventos mundiales que tendrán lugar en nuestro país del 22 al 28 de junio en el Centro Histórico de la Ciudad de México:

1. La 10^o Cumbre Global de Comisiones Nacionales de Ética/Bioética, apoyado por el secretario Permanente de la Organización Mundial de la Salud; y
2. El 12^o Congreso Mundial de Bioética organizado por la Asociación Internacional de Bioética.

Ello es así ya que dicha campaña sólo contempla el propósito de divulgar e informar a la población la obligatoriedad de contar con los Comités a los que hace referencia el artículo 41 Bis de la Ley citada, en todos los establecimientos o unidades destinados a la provisión de servicios que conforman el Sistema Nacional de Salud (públicos, privados, sociales contemplados en el artículo 5 de la citada Ley).

Por otra parte, se considera que la propaganda de la Comisión Nacional de Bioética sólo cumple con el objetivo para el cual fue creado, tal como establecer políticas públicas en salud con la temática bioética, en el que funge como órgano de consulta nacional sobre dichos temas, sin que con ello se entienda que su propósito se encuentre estrechamente relacionados con el derecho que tiene toda

persona a la protección de la salud en términos contemplados en la Constitución Federal.

En ese contexto, el concepto de servicios de salud debe entenderse como el conjunto de actividades que se llevan a cabo para la necesidad colectiva de interés público, comprendiendo todos aquellos actos, medios y recursos que son indispensables para su prestación adecuada, es decir, a recibir atención médica, sin que esto se relacione con la difusión de información en temas de bioética, o investigaciones y debates relacionados con el tema.

De esta manera, por lo que hace a la campaña referida, se considera que podría implicar propaganda sobre temas que eventualmente puedan ser relacionados con un órgano de gobierno, en cualquiera de sus tres niveles, con una estrategia gubernamental en materia de salud o bien, con ciertos actores políticos, por lo que se estaría en presencia del riesgo que precisamente el legislador pretendió eliminar.

32. Que en relación a la campaña denominada “El arte y la Cultura son nuestros derechos, ¡Protejámoslos!” del Instituto Nacional del Derecho de Autor y la campaña del Fondo de Cultura Económica, relacionada con la difusión de actividades y eventos culturales y de fomento a la lectura por parte de la librería “Carlos Monsiváis” en Saltillo Coahuila, no es viable considerarlas como exceptuadas de las reglas de propaganda gubernamental.

Es preciso mencionar que el Instituto Nacional de Derecho de Autor, como órgano desconcentrado de la Secretaría de Educación Pública, se encarga de proteger y fomentar los derechos de autor, promoviendo la creatividad, además de controlar y administrar el registro público del derecho de autor, manteniendo actualizado el acervo cultural de la nación, entre otras actividades relacionadas con la comunidad autoral y artística, nacional y extranjera, así como a los respectivos titulares de derechos.

Así también, el Fondo de Cultura Económica, es un organismo público descentralizado de la Administración Pública Federal para fines culturales, 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.

Una vez planteado lo anterior, es necesario señalar que la educación como derecho de todo individuo, debe ser democrática, considerada como un sistema de vida fundado en el constante mejoramiento cultural del pueblo; así como nacional, en cuanto a la necesidad de atender el acrecentamiento de nuestra cultura.

En razón de lo anterior, se entiende que se debe contribuir a la convicción del interés general de la sociedad, contemplando el acceso a la cultura y disfrute de los bienes que presta el Estado, determinando que 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.

En ese contexto, el concepto de educación es incluyente como un derecho para todo individuo, independientemente de la calidad que tenga, sin embargo, la promoción contenida en la campaña del Instituto Nacional de Derecho de Autor, sólo va dirigida a la protección y fomento de los derechos de autor, es decir, a un sector de la sociedad, pues contempla actividades relacionadas con la *comunidad autoral y artística, nacional y extranjera*.

Por otra parte, respecto a la campaña del Fondo de Cultura Económica, relacionada con la difusión de actividades y eventos culturales y de fomento a la lectura por parte de la librería “Carlos Monsiváis” en Saltillo Coahuila, esta autoridad considera que su objeto sólo está relacionado con una extensión de temas educativos como lo son las obras escritas, pues se encarga de promocionarlas, fomentar, publicar, exhibir, editar y comercializarlas no obstante no se considera que dicha información sea de aquella que resulte imprescindible difundir para el bienestar de la sociedad durante el periodo electoral y que, por tanto, no se deba suspender durante el periodo de campaña electoral hasta la conclusión de la jornada respectiva, en los procedimientos electorales locales ordinarios y extraordinarios.

Sumado a lo anterior, las actividades y eventos culturales se llevarán a cabo en una de las entidades con Proceso Electoral Local como es el estado de Coahuila, lo que podría implicar temas que eventualmente se encuentren relacionados con órganos de gobierno de dicha entidad, o actores políticos, lo cual pondría en riesgo los principios rectores de los procesos electorales como es el de imparcialidad y equidad.

En consecuencia, las campañas del Instituto Nacional de Derecho de Autor y del Fondo de Cultura Económica a juicio de esta autoridad no encuadran 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 no guardan relación con servicios educativos ni de salud y tampoco se estima necesario para la protección civil en casos de emergencia.

33. Que resulta necesario considerar como excepciones a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental aquella que para la asistencia pública 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 que difunde el Consejo de Promoción Turística; la campaña de educación de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y el Servicio de Administración Tributaria para incentivar el pago de impuestos y el cumplimiento de las obligaciones fiscales; la campaña que difunde la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente para fomentar una nueva cultura contributiva que impulse de manera significativa el alcance educativo y formador del organismo; 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 y la Comisión Nacional de Agua, relativas a la prevención de incendios forestales y prevención en casos de fenómenos hidrometeorológicos; y por último las campañas de la Secretaría de Educación Pública, del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Consejo Nacional de Fomento Educativo, así como las del Instituto Nacional para la Educación de los Adultos, para tratar temas educativos y de orientación a la sociedad.

Para estos 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.

34. Que la emisión radiofónica denominada “La Hora Nacional” no constituye por su estructura propaganda gubernamental. No obstante lo anterior, en apego a las normas constitucionales y legales que regulan la difusión de propaganda gubernamental, durante la transmisión de la citada emisión radiofónica deberá suprimirse toda propaganda de cualquier ente público desde el inicio de las campañas y hasta el día en que se celebre la jornada comicial respectiva.

Asimismo, en dicho espacio no podrán difundirse frases ni referencias al gobierno federal o a algún otro gobierno, o a sus campañas institucionales, ni divulgarse elementos de propaganda personalizada de servidor público alguno. Dicha emisión 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.

35. Que las disposiciones contenidas en el presente Acuerdo serán aplicables durante las campañas de los procesos electorales locales que se llevan a cabo en dos mil catorce, a todos los medios de comunicación social incluyendo las emisoras que estén previstas para los estados de Coahuila y Nayarit en el Catálogo descrito en el Antecedente III del presente Acuerdo.

36. Que por lo que hace a los procesos electorales extraordinarios a celebrarse en el dos mil catorce, el presente Acuerdo entrará en vigencia con el inicio de la campaña electoral correspondiente y será aplicable en todas las emisoras previstas en el catálogo de emisoras que apruebe este Consejo General para los procesos electorales en comento.

37. Que el artículo 41, párrafo segundo, Base III, apartado D, Constitucional, establece que el Instituto sancionará las infracciones relativas al uso de los medios de comunicación social mediante procedimientos expeditos, que podrán incluir la orden de cancelación inmediata de las transmisiones en radio y televisión, de concesionarios y permisionarios, que resulten violatorias de la ley. Por esta razón, el Instituto podrá sancionar las violaciones en materia de difusión de propaganda gubernamental las campañas electorales locales y hasta concluir la Jornada Electoral en los procesos electorales locales.

De conformidad con lo expresado y con fundamento en lo dispuesto por los artículos 41, párrafo segundo, Base III, apartado C, párrafo segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 106, numeral 1; 108; 109 y

118, numeral 1, inciso z) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, este órgano colegiado emite el siguiente:

ACUERDO

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 los procesos electorales locales ordinarios y extraordinarios a celebrarse en dos mil catorce.

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 2, párrafo 2, del Código 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 los artículos 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 seis de julio de dos mil catorce, incluyendo las emisoras de radio y televisión previstas en el Catálogo señalado en el Considerando 8 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 los artículos 41, párrafo segundo, 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 catorce, incluyendo todas las emisoras previstas en el catálogo de emisoras que 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:

- La propaganda que para la asistencia pública 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 difundida por el Consejo de Promoción Turística;
- La campaña de educación de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y el Servicio de Administración Tributaria para incentivar el pago de impuestos y el cumplimiento de las obligaciones fiscales;
- La campaña de la Secretaría de Energía (SENER), referente al Horario de Verano en sus versiones Inicio Fronterizo y resto de la República
- La campaña que difunde la Procuraduría de la Defensa del Contribuyente para fomentar una nueva cultura contributiva que impulse de manera significativa el alcance educativo y formador del organismo;
- 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 y la Comisión Nacional de Agua, relativas a la prevención de incendios forestales y prevención en casos de fenómenos hidrometeorológicos;
- Las campañas de la Secretaría de Educación Pública, del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Consejo Nacional de Fomento Educativo, así como las del Instituto Nacional para la Educación de los Adultos, para tratar temas educativos y de orientación a la sociedad.

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.

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 logotipos, frases o cualquier tipo de referencias visuales y/o auditivas 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 extraordinarios a celebrarse en dos mil catorce, el presente Acuerdo entrará en vigencia con el inicio de la campaña electoral extraordinario correspondiente y concluirá su vigencia al día siguiente de la Jornada Electoral.

NOVENO.- 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.- 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 sesión ordinaria del Consejo General celebrada el 24 de febrero de dos mil catorce, por votación unánime de los Consejeros Electorales, Doctor Lorenzo Córdova Vianello, Doctora María Marván Laborde, Doctor Benito Nacif Hernández y del Consejero Presidente Provisional, Maestro Marco Antonio Baños Martínez.

**EL CONSEJERO PRESIDENTE
PROVISIONAL DEL CONSEJO
GENERAL**

**EL SECRETARIO DEL
CONSEJO GENERAL**

**MTRO. MARCO ANTONIO BAÑOS
MARTÍNEZ**

**LIC. EDMUNDO JACOBO
MOLINA**