

CG155/2010

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 LOCALES DE 2010”.

ANTECEDENTES

- I. El 13 de noviembre de 2007 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*”, el cual entró en vigor al día siguiente al de su publicación en términos de su artículo primero transitorio.
- II. El 14 de enero de 2008 fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el “*Decreto por el que se expide el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales*”, el cual entró en vigor al día siguiente al de su publicación, de acuerdo con su artículo primero transitorio.
- III. En sesión extraordinaria celebrada el 8 de julio de 2008, con conocimiento de la opinión previa del Comité de Radio y Televisión, la Junta General Ejecutiva aprobó el *Acuerdo por el que se propone al Consejo General la expedición del Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral*, identificado con la clave JGE62/2008.
- IV. En sesión extraordinaria de fecha 10 de julio de 2008, el Consejo General del Instituto Federal Electoral aprobó el *Acuerdo por el que se expide el Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral*, identificado con la clave número CG327/2008, mismo que fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el 11 de agosto de dicho año, y entró en vigor al día siguiente, de conformidad con su artículo primero transitorio.

- V. En sesión extraordinaria celebrada el 29 de enero de 2009, el Consejo General del Instituto Federal Electoral aprobó el *Acuerdo por el que se emiten normas reglamentarias sobre propaganda gubernamental, a que se refiere el artículo 2, párrafo 2 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos electorales, en relación con el artículo 41, base III, apartado C, párrafo segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, identificado con la clave número CG40/2009.
- VI. En sesión ordinaria celebrada el 31 de marzo de 2009, el Consejo General del Instituto Federal Electoral aprobó el *Acuerdo por el que se modifican las normas sobre propaganda gubernamental, a que se refiere el artículo 2, párrafo 2 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, en relación con el artículo 41, base III, apartado C, párrafo segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, identificado con la clave número CG126/2009.
- VII. El 25 de noviembre de 2009 se recibió el oficio número 100/452/2009, signado por Eduardo Sojo Garza Aldape, Presidente del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, en el cual solicita se considere a la campaña de comunicación social sobre el levantamiento del XIII Censo General de Población y Vivienda 2010 como una excepción a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental a partir del día 1 de enero y hasta el 30 de junio de 2010.
- VIII. El 25 de noviembre de 2009 se recibió el oficio número SNM/231/2009, signado por la licenciada Irma Pía González Luna Corvera, Subsecretaria de Normatividad de Medios, de la Secretaría de Gobernación, en el cual solicita se incluyan como excepciones a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental, diversas campañas de comunicación social, que tendrán verificativo durante todo el año.
- IX. En sesión extraordinaria celebrada el 16 de diciembre de 2009, el Consejo General del Instituto Federal Electoral 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 los procesos electorales locales de 2010”*, identificado con la clave CG601/2009.
- X. El 30 de marzo de 2010, se recibió el oficio número JLE/VS/0908/2010, signado por el Ing. Sergio Bernal Rojas, Vocal Ejecutivo de la Junta Local

Ejecutiva de Baja California, mediante el cual hace del conocimiento del Instituto la petición del Gobierno del Estado para que se incluya dentro de las excepciones de propaganda electoral la difusión de la campaña de comunicación social de la Secretaría de Planeación y Finanzas del Gobierno del Estado para el pago de impuestos.

CONSIDERANDO

1. Que los artículos 41, párrafo segundo, base V, párrafo primero de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 104; 105, párrafo 2, y 106, párrafo 1 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, establecen 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 ordene la ley. En el ejercicio de esta función estatal, la certeza, legalidad, independencia, imparcialidad y objetividad serán principios rectores.
2. Que el Instituto Federal 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, y al ejercicio del derecho de los partidos políticos, y es independiente en sus decisiones y funcionamiento, de conformidad con los artículos 41, bases III y V de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 49, párrafo 5 y 105, párrafo 1, inciso h) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.
3. Que como lo señalan los artículos 1, párrafos 1 y 2, inciso b); 36, párrafo 1, inciso c); 48, párrafo 1, inciso a); y 49, párrafos 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 como lo señala el artículo 1, párrafo 1 del Reglamento de Acceso a Radio y Televisión en Materia Electoral, dicho ordenamiento tiene por objeto instrumentar las disposiciones del código electoral federal para la administración del tiempo que en radio y televisión le corresponde administrar al Instituto Federal Electoral para sus propios fines, los de otras autoridades electorales y los partidos políticos.
5. Que como lo señala el párrafo 2 del mismo artículo, el reglamento es de observancia general y obligatoria para el Instituto Federal Electoral, los partidos políticos, nacionales y locales, los concesionarios y permisionarios de estaciones de radio y televisión, las autoridades electorales y no electorales, los precandidatos y candidatos a cargos de elección popular, así como para cualquier persona física o moral.
6. Que el artículo 51, párrafo 1 del código de la materia y 4, párrafo 1 del Reglamento de Acceso a 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; de la Comisión de Quejas y Denuncias; y de los vocales ejecutivos y juntas ejecutivas en los órganos desconcentrados, locales y distritales, que tendrán funciones auxiliares.
7. Que de conformidad con lo dispuesto en el artículo 108 del código comicial federal, los órganos centrales del Instituto Federal Electoral son el Consejo General, la Presidencia del Consejo General, la Junta General Ejecutiva, la Secretaría Ejecutiva y la Unidad de Fiscalización de los Recursos de los Partidos Políticos.
8. Que el Consejo General es el órgano superior de dirección del Instituto Federal Electoral, responsable de vigilar el cumplimiento de las disposiciones constitucionales y legales en materia electoral, así como de velar porque los principios de certeza, legalidad, independencia, imparcialidad y objetividad guíen todas las actividades del Instituto, de conformidad con los artículos 108, párrafo 1, inciso a) y 109, párrafo 1 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.
9. Que de acuerdo con el artículo 118, párrafo 1, incisos i), l), w) y z) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, el Consejo General del Instituto tiene como atribuciones (i) 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 este Consejo General; (ii) 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; (iii) conocer de las infracciones y, en su caso, imponer las sanciones que correspondan, en los términos previstos en el propio código; y (iv) dictar los acuerdos necesarios para hacer efectivas las anteriores atribuciones y las demás señaladas en el código de referencia.

10. Que de acuerdo con lo dispuesto por el artículo 3, párrafos 1 y 2 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, el Instituto Federal Electoral se encuentra facultado para aplicar e interpretar las disposiciones legales electorales en el ámbito de su competencia.
11. Que como es del conocimiento público, durante el año 2010 se llevarán a cabo procedimientos electorales locales en diversos Estados, de los cuales, Aguascalientes, Baja California, Baja California Sur, Chiapas, Chihuahua, Coahuila, Durango, Guerrero, Hidalgo, Oaxaca, Puebla, Quintana Roo, Sinaloa, Tamaulipas, Tlaxcala, Veracruz y Zacatecas, celebrarán su jornada electoral a más tardar el 4 de julio de 2010, conforme al anexo 1 del presente.
12. Que el artículo 41, base III, apartado C, párrafo segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos dispone que durante el tiempo que comprendan las campañas electorales federales y locales y hasta la conclusión de la respectiva jornada comicial, 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. 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.
13. Que el artículo 347, párrafo 1, inciso b) del código comicial federal, establece que constituyen infracciones de las autoridades o los servidores públicos, según sea el caso, de cualquiera de los Poderes de la Unión, de los poderes

locales, órganos de gobierno municipales, órganos de gobierno del Distrito Federal, órganos autónomos, y cualquier otro ente público, la difusión, por cualquier medio, de propaganda gubernamental dentro del periodo que comprende desde el inicio de las campañas electorales hasta el día de la jornada electoral inclusive, con excepción de la información relativa a servicios educativos y de salud, o la necesaria para la protección civil en casos de emergencia.

14. Que en sesión pública celebrada el día 26 de junio de 2009, la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación aprobó la jurisprudencia 11/2009, misma que señala lo siguiente:

“PROPAGANDA GUBERNAMENTAL. LÍMITES A SU DIFUSIÓN EN EL PROCESO ELECTORAL.—De la interpretación de los artículos 39, 40, 41, párrafos primero y segundo, base III, apartado C, y 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y de los numerales 2, párrafo 2, 237, párrafo 4, y 347 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, se concluye que, a fin de salvaguardar los principios de imparcialidad y equidad en la contienda, la difusión de propaganda gubernamental que realicen en los medios de comunicación social los poderes públicos federales, estatales o municipales, los órganos de gobierno del Distrito Federal, sus delegaciones y, en general, todos los servidores, funcionarios y entes públicos, se encuentra limitada por razones de contenido y temporalidad. En cuanto al contenido, en ningún caso podrá ser de carácter electoral, esto es, debe de abstenerse de estar dirigida a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular. Por lo que hace a la temporalidad, no puede difundirse en el entorno de un proceso electoral, durante los periodos que comprenden las etapas de precampaña, campaña electoral, periodo de reflexión, conformado por los tres días previos al de la elección, y hasta el final de la jornada electoral, salvo en los casos previstos expresamente en el artículo 41, base III, apartado C, in fine, de la Carta Magna. Estimar lo contrario, implicaría que la difusión de propaganda gubernamental pudiese constituir propaganda que influyera en las preferencias electorales de los ciudadanos y, con ello transgredir el principio democrático conforme con el cual los poderes públicos de todos los órdenes de gobierno y los entes públicos deben observar una conducta imparcial en los procesos comiciales.”

15. Que de lo señalado en el considerando que antecede se desprende que la propaganda gubernamental se encuentra limitada en virtud de su contenido y su temporalidad. Es decir, en ningún momento podrá tener referencia alguna a los poderes federales y estatales, ni a los municipios, órganos de gobierno del Distrito Federal, sus delegaciones y en general cualquier ente público, con el fin de influir en las preferencias electorales de los ciudadanos; y no podrá difundirse a partir del inicio de las campañas electorales y hasta el día de la jornada electoral.

16. Que en virtud de lo anterior, resulta necesario emitir normas reglamentarias sobre propaganda gubernamental, a que se refiere el artículo 41, base III, apartado C, párrafo segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, con la finalidad de generar certeza e imparcialidad y garantizar la equidad de los procesos electorales locales a celebrarse en el 2010.
17. Que de conformidad con el artículo 39, fracción 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 24 de febrero de 1978 por el que se crea la Lotería Nacional y los Pronósticos para la Asistencia Pública, dichos órganos tienen como fin el apoyar los programas y servicios de salud.
18. Que en razón de lo anterior, se estima necesario permitir la propaganda que para la asistencia pública emitan tanto la Lotería Nacional como Pronósticos para la Asistencia Pública, la cual no contendrá logotipos, slogans o cualquier tipo de referencias al gobierno federal o a algún otro gobierno.
19. Que el artículo 3, fracción II, inciso b) de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece 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.
20. Que en relación con lo establecido en el considerando anterior, resulta necesario considerar como una excepción a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental, la promoción nacional de México o de centros turísticos del país, emitida por el Consejo de Promoción Turística de México, en vista de su carácter informativo a nivel nacional e internacional sobre los diversos destinos de México y toda vez que a través de ella se busca la identificación del pueblo con su país y el engrandecimiento de la cultura nacional, y no la promoción de logros políticos.

En este sentido, se estima necesario permitir la campaña de comunicación social denominada "Vive México" que promueve el Consejo de Promoción Turística.

21. **Que el artículo 31, fracción IV de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece como obligación de los mexicanos contribuir para los gastos públicos federales, estatales y municipales en que residan, de manera proporcional y equitativa según lo establezcan las leyes de la materia.**
22. **Que de conformidad con lo dispuesto en los artículos 1 y 2 de la Ley del Servicio de Administración Tributaria, el Servicio de Administración Tributaria es un órgano desconcentrado de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, con el carácter de autoridad fiscal, que tiene la responsabilidad 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.**
23. **Que de conformidad con el artículo 13 de la Ley de Coordinación Fiscal, el Gobierno Federal, por conducto de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, y los Gobiernos de las Entidades que se hubieran adherido al Sistema Nacional de Coordinación Fiscal, podrán celebrar convenios de coordinación en materia de administración de ingresos federales.**
24. **Que en términos de lo previsto en los Convenios de Colaboración Administrativa en materia Fiscal Federal celebrados entre la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y los estados integrantes de la federación se ha establecido que la entidad firmante participará en un Programa Nacional de Cultura Contributiva en el que se fomentarán acciones de formación cívica y de cultura fiscal.**
25. **Que la difusión de la campaña permanente de comunicación social de un Programa Nacional de Cultura Contributiva a través de la planeación implementación, seguimiento y evaluación de acciones de formación cívica, a efecto de fomentar los vínculos de identidad y economía nacional necesarios para la promoción de una cultura fiscal solidaria que sustente el cumplimiento voluntario y oportuno de las obligaciones fiscales, debe considerarse como excepción a las reglas sobre**

suspensión de propaganda gubernamental, toda vez que contribuye a la *educación* de la población en materia retributiva, así como a los fines informativos que la sociedad requiere. Por lo anterior, no podrá contener logotipos, slogans o cualquier tipo de referencias al gobierno federal o a algún otro gobierno.

26. Que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 28, párrafo séptimo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el Estado tendrá un banco central que será autónomo en el ejercicio de sus funciones y en su administración. Su objetivo prioritario será procurar la estabilidad del poder adquisitivo de la moneda nacional, fortaleciendo con ello la rectoría del desarrollo nacional que corresponde al Estado. Ninguna autoridad podrá ordenar al banco conceder financiamiento.
27. Que en cumplimiento a sus atribuciones, finalidades, objetivos y funciones, en términos de lo dispuesto en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, la Ley del Banco de México y su Reglamento Interior, el Banco de México lleva a cabo diversas actividades, entre ellas, dar a conocer al público en general, la puesta en circulación, características y demás elementos de seguridad de billetes y monedas; así como la información relativa a servicios relacionados con el almacenamiento, abastecimientos, canje, depósito y retiro de los referidos signos monetarios; así como la difusión en radio y televisión de spots, materiales impresos que son distribuidos en bancos, oficinas gubernamentales, escuelas, tiendas de autoservicio y departamentales; dar a conocer al público en general el "Sistema de Pagos Electrónicos Intercambiaros"; como banco central de los Estados Unidos Mexicanos en coordinación con el Banco de Reserva Federal de los Estados Unidos de América, cuenta con una interconexión de los sistemas de pagos en ambas instituciones, en virtud de la cual presta el servicio de envío de dinero, y difunde a través de diversos medios, información en materia económica y financiera.
28. Que la difusión de la campaña permanente de comunicación social para el cumplimiento de las funciones del Banco de México, debe considerarse como excepción a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental, toda vez que no promueve logros políticos y persigue fines meramente informativos y de orientación social, que contribuyen a la *educación* de la población en materia económica. Por lo anterior, no podrá contener logotipos, slogans o cualquier tipo de referencias al gobierno federal o a algún otro gobierno.

29. Que en virtud de los argumentos contenidos en los considerandos 21 a 25 y en atención a la solicitud del Gobierno de Baja California referida en el antecedente X resulta procedente modificar el acuerdo **CG601/2009** a fin de incluir la campaña de comunicación social para el pago de impuestos de la Secretaría de Planeación y Finanzas del Gobierno del Estado de Baja California dentro de las excepciones a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental, por seguir la misma lógica de la campaña del Sistema de Administración Tributaria. Por lo anterior, no podrá contener logotipos, slogans o cualquier tipo de referencias al gobierno federal o al gobierno de Baja California o algún otro gobierno.
30. Que el artículo 26, apartado B de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, señala que el Estado contará con un Sistema Nacional de Información, Estadística y Geografía, cuyos datos serán considerados oficiales. Para la Federación, Estados, Distrito Federal y municipios, los datos contenidos en el Sistema serán de uso obligatorio en los términos que establezca la ley. Asimismo, establece que la responsabilidad de normar y coordinar dicho Sistema estará a cargo de un organismo con autonomía técnica y de gestión, personalidad jurídica y patrimonio propios, con las facultades necesarias para regular la captación, procesamiento y publicación de la información que se genere y proveer su observancia.
31. Que de conformidad con los artículos 52 y 59 de la Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía es un organismo público con autonomía técnica y de gestión, personalidad jurídica y patrimonio propios, responsable de normar y coordinar el Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica, así como de realizar, entre otras actividades, los censos nacionales.
32. Que de conformidad con lo dispuesto en el artículo 3 de la Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica, el Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica, tienen la finalidad de suministrar a la sociedad y al Estado, información de calidad, pertinente, veraz y oportuna, a efecto de coadyuvar al desarrollo nacional.
33. Que el artículo 15 del Reglamento de la Ley de Información Estadística y Geográfica establece que el Censo General de Población y Vivienda se llevará a cabo cada diez años, en los terminados en cero, por lo que durante el año 2010, deberá levantarse el censo referido.

34. Que el artículo 17 del Reglamento de la Ley de Información Estadística y Geográfica indica que los censos de población no podrán hacerse con finalidades electorales.
35. Que de conformidad con lo solicitado en el antecedente VII, y en virtud de que el Instituto Nacional de Información Estadística y Geográfica requiere para la organización del Censo General de Población y Vivienda de 2010 de una campaña de comunicación social continua, para concientizar a la población sobre la importancia de su participación en el censo y para mantenerlos informados sobre las acciones que lleva a cabo el propio Instituto, y con el fin de no obstaculizar las tareas derivadas del levantamiento del censo, resulta necesario considerarla como una excepción a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental, por lo cual no podrá contener logotipos, slogans o cualquier tipo de referencias al gobierno federal o a algún otro gobierno.
36. Que el artículo 3º, párrafo 2 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.
37. Que de conformidad con lo solicitado en el antecedente VIII, en virtud del significado que el año 2010 tiene para la historia y cultura del país, es pertinente exceptuar de las reglas de propaganda gubernamental las campañas educativas que lleven a cabo los distintos niveles de gobierno, relativas a los Festejos del Bicentenario de la Independencia y Centenario de la Revolución a conmemorarse en el propio año 2010, y que tendrán verificativo durante todo el año, siempre y cuando no contengan logotipos, slogans o cualquier otro tipo de referencias al gobierno federal o a algún otro gobierno, ni tengan elementos de propaganda personalizada de servidor público alguno.
38. Que la emisión radiofónica denominada “La Hora Nacional”, no constituye por su estructura propia un ejemplo de propaganda gubernamental. No obstante lo anterior, este Consejo General, en estricto apego a las normas constitucionales y legales que regulan la difusión de propaganda gubernamental, estima conveniente especificar que durante la transmisión de la citada emisión radiofónica deberá suprimirse toda alusión a propaganda de poderes públicos o de cualquier ente público. Asimismo, no podrán difundirse

en dicho espacio slogans o cualquier otro tipo de referencias al gobierno federal o a algún otro gobierno, ni difundirse elementos de propaganda personalizada de servidor público alguno.

39. Que la propaganda que se transmita con motivo de las excepciones a que el presente Acuerdo se refiere, deberá tener carácter institucional, por lo que 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 a que se refiere el artículo 7, inciso b), fracciones VI y VII del Reglamento de Quejas y Denuncias del Instituto Federal Electoral.
40. Que las disposiciones contenidas en el presente Acuerdo serán aplicables a partir de la fecha del inicio de cada campaña electoral local, en los Estados de la República mencionados en el considerando 11, cuya duración de las respectivas campañas se detallan en el **Anexo 1**, mismo que ha sido actualizado conforme a las fechas proporcionadas por los Institutos Electorales Locales, y concluirán su vigencia el día de la jornada electoral local respectiva. De igual forma será aplicable en cualquier otro Estado que con posterioridad a la emisión del presente Acuerdo y durante el año 2010 tenga campañas electorales de cualquier índole.

De conformidad con lo expresado y con fundamento en lo dispuesto por los artículos 41, bases III, apartado C, párrafo segundo y V, párrafo primero de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 3, párrafos 1 y 2; 104; 105, numeral 2; 106, numeral 1; 108; 109 y 118, párrafo 1, incisos w) y z) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, este órgano colegiado emite el siguiente:

ACUERDO

ÚNICO.- Se modifica 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 los procesos electorales locales de 2010”*, identificado con la clave CG601/2009, para quedar de la siguiente manera:

PRIMERO.- Se emiten las normas reglamentarias sobre propaganda gubernamental a que se refieren el artículo 347, párrafo 1, inciso b) del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, en relación con el artículo 41, base III, apartado C, párrafo segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, mismas que serán aplicables para los procesos electorales locales de 2010.

SEGUNDO.- Deberá suprimirse o retirarse toda propaganda gubernamental en radio y televisión, 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 inciso b) del párrafo 1 del artículo 347 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, en relación con lo dispuesto por el párrafo segundo del apartado C de la base III del artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, así como por lo que dispongan las presentes normas, a partir del inicio de cada una de las campañas y hasta el día de la jornada electoral que tengan cada uno de los Estados que celebren proceso electoral local en el 2010.

TERCERO.- Se permitirá como publicidad vinculada a la salud, la propaganda que para la asistencia pública emitan tanto la “Lotería Nacional” como “Pronósticos para la Asistencia Pública”, las cuales no tendrán logotipos ni cualquier tipo de referencias del gobierno federal ni de algún otro gobierno.

Asimismo, debido a que promueve la cultura nacional y la identificación de la población con su país, podrá permanecer la publicidad informativa sobre la promoción turística nacional de México y de otros centros turísticos del país, incluyendo la campaña “Vive México”, siempre y cuando no tenga logotipos o referencia alguna al gobierno Federal ni a gobiernos de alguna entidad federativa, municipio o delegación.

Además, se podrán difundir campañas de educación para el pago de impuestos, a través del Servicio de Administración Tributaria y de los órganos de finanzas de las entidades federativas en el marco de un programa nacional de cultura contributiva que sustente el cumplimiento voluntario y oportuno de las obligaciones fiscales, siempre y cuando en la misma no se incluya ninguna referencia o logotipos del gobierno federal ni de cualquier nivel de gobierno, ni logros ni planes de programas sociales específicos ni de obra pública. En dichas campañas podrá utilizarse el

logotipo del Servicio de Administración Tributaria y/o de los órganos de finanzas de las entidades federativas que correspondan.

También podrán difundirse, durante el periodo de campañas locales, las campañas de comunicación social del Banco de México, cuyo contenido sea exclusivamente educativo, siempre y cuando no incluya ninguna referencia o logotipo del gobierno federal, o haga mención alguna a logros de la institución o de ninguna otra.

Por otra parte, con el fin de no obstaculizar las tareas derivadas del levantamiento del Censo General de Población 2010, se permitirá la difusión de la campaña de comunicación social que sobre el tema difunda el Instituto Nacional de Estadística y Geografía durante el periodo de campañas locales en los Estados referidos en el presente Acuerdo siempre y cuando no incluya ninguna referencia o logotipo del gobierno federal o a algún otro gobierno o haga mención alguna a logros de la institución o de ninguna otra.

En el mismo sentido, y en virtud de que busca fomentar el amor a la Patria, de conformidad con el artículo 3 constitucional, se exceptúa de las reglas de propaganda gubernamental, la campaña de comunicación social relativa a los Festejos del Bicentenario de la Independencia y Centenario de la Revolución a conmemorarse en el año 2010, la cual deberá tener carácter absolutamente institucional, por lo que no podrá contener logotipos, slogans o cualquier otro tipo de referencias al gobierno federal o a algún otro gobierno ni tenga elementos de propaganda personalizada de servidor público alguno.

Por último, se especifica que durante la emisión radiofónica denominada "La Hora Nacional" deberá suprimirse toda alusión a propaganda de poderes públicos o de cualquier ente público. Asimismo, no podrán difundirse en dicho espacio slogans o cualquier otro tipo de referencias al gobierno federal o a algún otro gobierno, ni difundirse elementos de propaganda personalizada de servidor público alguno.

CUARTO.- Publíquese el presente Acuerdo en el Diario Oficial de la Federación.

QUINTO.- Las normas de propaganda gubernamental aprobadas mediante el presente Acuerdo entrarán en vigor a partir de la fecha del inicio de cada campaña electoral local, en los Estados de la República mencionados en el considerando 11, cuyos periodos de campaña se detallan en el **Anexo 1**, y concluirán su vigencia el día de la jornada electoral del 4 de julio de 2010. De igual forma será aplicable en cualquier otro Estado que con posterioridad a la emisión del presente Acuerdo y durante el año 2010 tenga campañas electorales de cualquier índole.

SEXTO.- Se instruye al Secretario Ejecutivo para que disponga de las medidas conducentes para la difusión del contenido del presente Acuerdo a los gobiernos estatales y municipales.

El presente Acuerdo fue aprobado en sesión extraordinaria del Consejo General celebrada el 19 de mayo de dos mil diez, por ocho votos a favor de los Consejeros Electorales Maestro Virgilio Andrade Martínez, Maestro Marco Antonio Baños Martínez, Doctora María Macarita Elizondo Gasperín, Maestro Alfredo Figueroa Fernández, Doctor Francisco Javier Guerrero Aguirre, Doctor Benito Nacif Hernández, Maestro Arturo Sánchez Gutiérrez y el Consejero Presidente, Doctor Leonardo Valdés Zurita, y un voto en contra del Consejero Electoral Licenciado Marco Antonio Gómez Alcántar.

**EL CONSEJERO PRESIDENTE
DEL CONSEJO GENERAL**

**EL SECRETARIO DEL
CONSEJO GENERAL**

**DR. LEONARDO VALDÉS
ZURITA**

**LIC. EDMUNDO JACOBO
MOLINA**