

## INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL

**ACUERDO del Consejo General del Instituto Federal Electoral por el que se modifican las 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.**

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Instituto Federal Electoral.- Consejo General.- CG126/2009.

**ACUERDO DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL POR EL QUE SE MODIFICAN LAS NORMAS REGLAMENTARIAS SOBRE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL, A QUE SE REFIERE EL ARTICULO 2, PARRAFO 2 DEL CODIGO FEDERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES, EN RELACION CON EL ARTICULO 41, BASE III, APARTADO C, PARRAFO SEGUNDO DE LA CONSTITUCION POLITICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS.**

### Antecedentes

- I. En sesión extraordinaria del Consejo General celebrada el 29 de enero de 2008, se emitieron, mediante Acuerdo CG40/2009, las 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.

El Acuerdo citado en su Norma Séptima establece que lo no contemplado en dichas normas, será resuelto por el Instituto mediante acuerdos del Consejo General.

- II. Durante el mes de marzo de 2009, fueron presentadas en la oficina del Consejero Electoral Virgilio Andrade y ante la Secretaría Ejecutiva, las peticiones que se describen a continuación, con la finalidad de ser considerados dentro de las excepciones establecidas en la Norma Primera del Acuerdo referido en el numeral anterior:

A) El escrito identificado con el folio número REF.: X22.76.2009, suscrito por los Licenciados Erik Mauricio Sánchez Medina y Fabián Ortega Aranda, Subgerentes Jurídicos Consultivo, y Fiduciario y de Asuntos Laborales del Banco de México.

B) El oficio número 395-099 suscrito por el Lic. Rodrigo Brand de Lara, Titular de la Unidad de Comunicación Social y Vocero de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

C) El oficio 1.2/054/2009 suscrito por el Doctor Alberto Manuel Ortega y Venzor, Coordinador de Asesores de la Presidencia del Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

### 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 los artículos 41, base III, apartado C, párrafo segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 2, párrafo 2 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, disponen que durante el tiempo que comprendan las campañas electorales federales y hasta la conclusión de la 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 a lo anterior 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.
3. Que de acuerdo con lo dispuesto por el artículo 3, párrafos 1 y 2 del código mencionado, el Instituto Federal Electoral se encuentra facultado para aplicar e interpretar las disposiciones legales electorales en el ámbito de su competencia.
4. 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.

5. Que el artículo 109 del mismo código, establece que el Consejo General es el órgano superior de dirección, 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.
6. Que el artículo 118, párrafo 1, incisos w) y z) del código de la materia, faculta al Consejo General conocer de las infracciones y, en su caso, imponer las sanciones que correspondan en los términos previstos por dicho ordenamiento legal, así como para dictar los acuerdos necesarios para hacer efectivas sus atribuciones.
7. Que el artículo 3 del Reglamento del Instituto Federal Electoral en materia de Propaganda Institucional y Político Electoral de Servicios Públicos, establece que será propaganda institucional aquella que los poderes públicos y órganos de gobierno a nivel federal, local o municipal, así como los del Distrito Federal y los de sus delegaciones; los órganos autónomos; o cualquier otro ente público de los tres órdenes de gobierno, lleve a cabo fuera del período comprendido desde el inicio de las campañas hasta el día de la Jornada Electoral, que sea informativa, educativa o de orientación social, cuyo contenido se limite a identificar el nombre de la institución de que se trata sin frases, imágenes, voces, símbolos o cualquier otra alusión señalada en el artículo 2 del referido Reglamento que pueda ser catalogada como propaganda política para fines de promoción personal, o como propaganda político-electoral.
8. 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.
9. Que de conformidad con lo dispuesto en 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.
10. 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, abastecimiento, 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 Intercambiables"; 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 de 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.
11. Que el artículo 26, apartado B de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, consagra que el Estado contará con un Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica 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 a su observancia.

12. 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, tiene la finalidad de suministrar a la sociedad y al Estado Información de calidad, pertinente, veraz y oportuna, a efecto de coadyuvar al desarrollo nacional.
13. Que el artículo 23 del ordenamiento legal citado, señala que el Subsistema Nacional de Información Económica, contará con una infraestructura de información que contenga como mínimo, un marco geoestadístico y un Directorio Nacional de Unidades Económicas, en cual junto con las clasificaciones económicas que formen parte del mismo, son de uso obligatorio para la organización de los registros administrativos de los que se pueda obtener Información de Interés Nacional.
14. Que el artículo 25 de la Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica, establece que el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) elaborará, con la colaboración de las Unidades, los indicadores a que se refiere el diverso 26 de la misma ley, a partir de la información básica proveniente de: I. Los censos nacionales económicos y agropecuarios, o los esquemas alternativos que pudieran adoptarse en el futuro para sustituirlos total o parcialmente; II. Un sistema integrado de encuestas en unidades económicas, y III. Los registros administrativos que permitan obtener Información en la materia.
15. Que resulta necesario considerar como excepciones a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental, toda vez que no promueven logros políticos y persiguen fines meramente informativos y de orientación social, la difusión de la campaña de comunicación social para incentivar el pago de impuestos y obligaciones fiscales”, así como la relativa al cumplimiento de las funciones del Banco de México.
16. Que la propaganda gubernamental y de entes públicos mencionada en el considerando anterior, no deberá contener logotipos o cualquier tipo de referencias del gobierno federal ni de algún otro gobierno.
17. Que en virtud de que el INEGI, para el desempeño de sus funciones, requiere retirar paulatinamente la publicidad contenida en posters, cartelones, mantas y bardas relacionada con la “Campaña de Censos Económicos 2009”, resulta indispensable prever dicha situación en las normas reglamentarias en materia de propaganda gubernamental aprobadas por el Consejo General mediante el Acuerdo referido en el Antecedente I del presente instrumento.
18. Que por las manifestaciones expresadas, se estima necesario modificar la Segunda Norma Reglamentaria 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, contenida en el Acuerdo CG40/2009, a efecto de adicionar las excepciones antes mencionadas.

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; 2, párrafo 2; 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**

**Primero.** Se modifica la Segunda Norma reglamentaria 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, contenida en el Acuerdo CG40/2009, para quedar como sigue:

**SEGUNDA.-** Se permitirá como publicidad vinculada a la salud, la propaganda que para la asistencia pública emitan tanto la “Lotería Nacional para la Asistencia Pública” como “Pronósticos para la Asistencia Pública”, así como las campañas de protección civil en casos de emergencia, las cuales no tendrán logotipos o cualquier tipo de referencias del gobierno federal ni de algún otro gobierno. Asimismo, podrá permanecer la publicidad informativa sobre la promoción turística nacional de México y de otros centros turísticos del país, siempre y cuando, no tenga logotipos o referencia alguna al Gobierno Federal ni a gobiernos de alguna entidad federativa, municipio o delegación.

Asimismo, se podrá difundir la campaña de comunicación social del Servicio de Administración Tributaria, para incentivar el pago de impuestos y el cumplimiento de obligaciones fiscales a nivel nacional, incluyendo a aquellas entidades federativas que inician campañas locales, como lo son: Campeche, Colima, Nuevo León, San Luis Potosí y Sonora, siempre y cuando en la misma no se incluya ninguna referencia o logotipo del gobierno federal o logros de las instituciones. En dichas campañas podrá utilizarse el logotipo del Servicio de Administración Tributaria.

También podrán difundirse, durante el periodo de campañas federales y 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, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) procederá al retiro paulatino de los mensajes contenidos en cartelones, mantas y bardas, durante las elecciones locales que comenzarán en el mes de abril, así como durante los meses de mayo y junio.

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

#### **Transitorios**

**Primero.-** El presente Acuerdo entrará en vigor a partir de su aprobación por el Consejo General.

**Segundo.-** Para efectos de difusión del contenido del presente Acuerdo a los gobiernos estatales y municipales, se instruye al Secretario Ejecutivo disponga de las medidas conducentes para dicha difusión.

El presente Acuerdo fue aprobado en sesión ordinaria del Consejo General celebrada el 31 de marzo de dos mil nueve.- El Consejero Presidente del Consejo General, **Leonardo Valdés Zurita.-** Rúbrica.- El Secretario del Consejo General, **Edmundo Jacobo Molina.-** Rúbrica.