

ACUERDO DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL MEDIANTE EL CUAL SE MODIFICAN LOS ACUERDOS INE/CG78/2016 E INE/CG173/2016, CON MOTIVO DE LAS SOLICITUDES DEL INSTITUTO NACIONAL PARA LA EVALUACIÓN DE LA EDUCACIÓN, LA SECRETARÍA DE LA GESTIÓN PÚBLICA DEL ESTADO DE QUINTANA ROO, EL GOBIERNO DEL MUNICIPIO DE AGUASCALIENTES, EL CONSEJO PARA PREVENIR Y ELIMINAR LA DISCRIMINACIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO, LA SECRETARÍA DE MEDIO AMBIENTE DE LA CIUDAD DE MÉXICO, LA SECRETARÍA DE SALUD DE LA CIUDAD DE MÉXICO, LA JUNTA MUNICIPAL DE AGUA Y SANEAMIENTO DE CHIHUAHUA Y LA SECRETARÍA DE INNOVACIÓN DIGITAL Y COMUNICACIONES DE PUEBLA.- INE/CG280/2016.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Instituto Nacional Electoral.- Consejo General.- INE/CG280/2016.

ACUERDO DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL MEDIANTE EL CUAL SE MODIFICAN LOS ACUERDOS INE/CG78/2016 E INE/CG173/2016, CON MOTIVO DE LAS SOLICITUDES DEL INSTITUTO NACIONAL PARA LA EVALUACIÓN DE LA EDUCACIÓN, LA SECRETARÍA DE LA GESTIÓN PÚBLICA DEL ESTADO DE QUINTANA ROO, EL GOBIERNO DEL MUNICIPIO DE AGUASCALIENTES, EL CONSEJO PARA PREVENIR Y ELIMINAR LA DISCRIMINACIÓN DE LA CIUDAD DE MÉXICO, LA SECRETARÍA DE MEDIO AMBIENTE DE LA CIUDAD DE MÉXICO, LA SECRETARÍA DE SALUD DE LA CIUDAD DE MÉXICO, LA JUNTA MUNICIPAL DE AGUA Y SANEAMIENTO DE CHIHUAHUA Y LA SECRETARÍA DE INNOVACIÓN DIGITAL Y COMUNICACIONES DE PUEBLA

ANTECEDENTES

- I. **Normas sobre propaganda gubernamental.** El diecinueve de febrero del presente año, en sesión extraordinaria del Consejo General del Instituto Nacional Electoral, se aprobó el *“Acuerdo [...] mediante el cual se emiten normas reglamentarias sobre la propaganda gubernamental a que se refiere el artículo 41, Base III, Apartado A de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, para los Procesos Electorales Locales 2015-2016 así como para los procesos locales ordinarios y extraordinarios que se celebren en 2016”*, identificado con la clave INE/CG78/2016.
- II. **Normas sobre propaganda gubernamental.** El treinta de marzo del presente año, en sesión extraordinaria del Consejo General del Instituto Nacional Electoral, se aprobó el *“Acuerdo [...] mediante el cual se modifica el Acuerdo INE/CG78/2016, con motivo de las solicitudes del Instituto Nacional de las Mujeres, la Procuraduría General de la República y la Secretaría de Desarrollo Social del estado de Chihuahua”*, identificado con la clave INE/CG173/2016
- III. **Solicitud de la Secretaría de la Gestión Pública del estado de Quintana Roo.** El primero de abril del año en curso, mediante oficio SGP/DS/CGRSP/000668/2016, la Secretaría de la Gestión Pública del estado de Quintana Roo solicitó que la campaña Declaranet 2016 sea exceptuada de la suspensión ordenada por el artículo 41 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos para los Procesos Electorales estatales y municipales.
- IV. **Solicitud del Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación.** El cuatro de abril de dos mil dieciséis, la Consejera Presidenta de la Junta de Gobierno solicitó sea sometida a la consideración del Consejo General la campaña “Evaluar es para mejorar” para que se vincule con los conceptos de excepción a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental.
- V. **Solicitud del Gobierno del Municipio de Aguascalientes.** El once de abril de dos mil dieciséis, la Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del Municipio de Aguascalientes solicitó sea sometida a la consideración del Consejo General la campaña “No abusos” para que se vincule con los conceptos de excepción a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental.
- VI. **Solicitud de la Secretaría del Medio Ambiente de la Ciudad de México.** El once de abril de dos mil dieciséis, el Coordinador General de Comunicación Social del Gobierno de la Ciudad de México solicitó sea sometida a la consideración del Consejo General la campaña “Separa en tres” para que sea comprendida dentro de las excepciones a la prohibición constitucional de difundir propaganda gubernamental.
- VII. **Solicitud de la Secretaría de Salud de la Ciudad de México.** El once de abril de este año, el Coordinador General de Comunicación Social del Gobierno de la Ciudad de México solicitó sea vinculada a los conceptos de excepción a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental la campaña “Semáforo de riesgos a la salud por contaminación atmosférica”

- VIII. Solicitud del COPRED.** El trece de abril del presente año, el Consejo para Prevenir y Eliminar la Discriminación de la Ciudad de México solicitó sean sometidas a la consideración del Consejo General las campañas “Cuarto concurso de Tesis sobre Temas Vinculados al Fenómeno Discriminatorio en la Ciudad de México 2016” y “¡Encara el racismo!” para ser vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental.
- IX. Solicitud de la Junta Municipal de Agua y Saneamiento de Chihuahua.** El quince de abril del presente año, el Presidente de la Junta Municipal de Agua y Saneamiento de Chihuahua solicitó sea sometida a la consideración del Consejo General la campaña “#porque la uso la cuida” para ser vinculada con los conceptos de excepción a la normativa constitucional.
- X. Solicitud de la Secretaría de Innovación Digital y Comunicaciones del Gobierno Municipal de Puebla.** El veintiuno de abril de este año, el Secretario de Innovación Digital y Comunicaciones solicitó sea sometida a la consideración del Consejo General la campaña “485 Aniversario de la Fundación de Puebla” para ser vinculada con los conceptos de excepción a la norma constitucional.

CONSIDERACIONES

Competencia del Instituto Nacional Electoral

1. La Constitución Política de los Estados Unidos, de conformidad con el artículo 41, Base V, Apartado A, párrafo primero de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos dispone que la organización de las elecciones federales es una función estatal que se realiza a través de un Organismo Público Autónomo denominado Instituto Nacional Electoral, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio. De igual manera, en el ejercicio de esa función estatal, la certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, máxima publicidad y objetividad son principios rectores.

Competencia en materia de administración de tiempos de radio y televisión

2. El Instituto Nacional Electoral es la autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines y a los de otras autoridades electorales, así como al ejercicio de los derechos y las prerrogativas de los Partidos Políticos y candidatos independientes; es independiente en sus decisiones y funcionamiento, de conformidad con los artículos 41, Base III, Apartados A y B, así como Base V de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 30 numeral 1, inciso h); 160, numeral 1 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, y 7, numeral 3 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral.
3. Como lo señalan los artículos 1, numeral 2; 2, numeral 1, incisos b) y c), 160, numerales 1 y 2 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, en relación con el 49 de la Ley General de Partidos Políticos, las disposiciones de la Ley son de orden público y de observancia general en el territorio nacional y reglamentan las normas constitucionales relativas al acceso a radio y televisión para los Partidos Políticos, el Instituto Nacional Electoral y las autoridades electorales en las entidades federativas, en términos de la Constitución.

Competencia del Consejo General del INE

4. Los artículos 162 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales y 4, numeral 2 del Reglamento de Radio y televisión en Materia Electoral disponen que el Instituto ejercerá sus facultades en materia de radio y televisión a través del Consejo General, de la Junta General Ejecutiva, de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, del Comité de Radio y Televisión, de la Comisión de Quejas y Denuncias, así como de los Vocales Ejecutivos y Juntas Ejecutivas de los órganos desconcentrados locales y distritales.
5. De conformidad con el artículo 35, numeral 1 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, el Consejo General es el órgano superior de dirección del Instituto Nacional Electoral y es el responsable de vigilar el cumplimiento de las disposiciones constitucionales y legales en materia electoral.
6. La facultad reglamentaria del Consejo General como órgano máximo de dirección del Instituto Nacional Electoral ha sido expresamente reconocida en las resoluciones dictadas por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, dentro de los expedientes identificados con las claves SUP-RAP-44/2007; SUP-RAP-243-2008; SUP-RAP-53/2009 y SUP-RAP-94/2009, en las cuales se señala que el Consejo General del ahora Instituto Nacional Electoral, es el único órgano legalmente facultado para emitir Reglamentos o normas generales con el objeto de desarrollar o explicitar las disposiciones contenidas en el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, por lo que en ese sentido, las normas que regulan la materia de radio y televisión para fines electorales, solamente pueden ser emitidas por el máximo órgano de dirección del Instituto.

7. El Consejo General del Instituto tiene como atribuciones vigilar que en lo relativo a las prerrogativas de los Partidos Políticos se actúe con apego a la propia ley, así como a lo dispuesto en los Reglamentos que al efecto expida; vigilar de manera permanente que el Instituto ejerza sus facultades como autoridad única en la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines, a los de otras autoridades electorales federales y locales y al ejercicio del derecho de los Partidos Políticos Nacionales, Agrupaciones Políticas y candidatos de conformidad con lo establecido en la ley y demás leyes aplicables; conocer de las infracciones y, en su caso, imponer las sanciones que correspondan, en los términos previstos en la propia ley; así como dictar los Acuerdos necesarios para hacer efectivas las anteriores atribuciones y las demás señaladas en la ley o en otra legislación aplicable. Lo anterior de conformidad con el artículo 44, numeral 1, incisos k), n), aa) y jj) de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.

Acceso de los Partidos Políticos a los Medios de Comunicación.

8. Los Partidos Políticos tienen derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación social, y en específico, a la radio y televisión en los términos establecidos en las disposiciones constitucionales y legales atinentes, de conformidad con lo dispuesto en los artículo 41, Base III, primer párrafo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 23, numeral 1, inciso d), 26, numeral 1, inciso a) y 49 de la Ley General de Partidos Políticos.

Informes de labores de los servidores públicos

9. Por otro lado, el artículo 242, numeral 5 de la ley electoral establece que el informe anual de labores o gestión de los servidores públicos, así como los mensajes que para darlos a conocer se difundan en los medios de comunicación social, no serán considerados como propaganda, siempre que la difusión se limite a una vez al año en estaciones y canales con cobertura regional correspondiente al ámbito geográfico de responsabilidad del servidor público y no exceda de los siete días anteriores y cinco posteriores a la fecha en que se rinda el informe. En ningún caso, la difusión de tales informes podrá tener fines electorales, ni realizarse dentro del periodo de campaña electoral.
10. Cabe mencionar, que el veinticinco de marzo de dos mil quince, la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación aprobó la tesis de Jurisprudencia 4/2015 que señala:

COMPETENCIA. CORRESPONDE AL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL CONOCER DE LAS DENUNCIAS SOBRE LA DIFUSIÓN DEL INFORME DE LABORES FUERA DEL ÁMBITO GEOGRÁFICO DE RESPONSABILIDAD DE QUIEN LO RINDE.- *La interpretación sistemática y funcional de lo previsto en los artículos 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 228, párrafo 5, del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, en los cuales se establece la prohibición de que los poderes públicos, órganos autónomos, dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, difundan propaganda, bajo cualquier modalidad de comunicación social, que implique la promoción personalizada de quien desempeñe un cargo público, y se precisan las reglas a que debe sujetarse la difusión de sus informes anuales de labores o gestión para que no sea considerada como propaganda electoral, lleva a concluir que el Instituto Nacional Electoral, es competente para conocer y resolver las denuncias sobre hechos que involucren simultáneamente la probable violación a la referida prohibición constitucional y la indebida difusión de informes sobre el desempeño de cargos públicos fuera del territorio estatal que corresponde al ámbito geográfico de su responsabilidad, en un medio de comunicación nacional o con un impacto nacional, con independencia de que su difusión incida o no en un Proceso Electoral Federal. Lo anterior, dado que la infracción a las reglas sobre límites temporales o territoriales de la difusión de los informes de gobierno constituye una falta a la normativa electoral en sí misma, independiente de la transgresión a lo dispuesto en el artículo 134 constitucional, que debe ser examinada por la autoridad administrativa electoral nacional.*

Asimismo, el treinta de mayo de dos mil quince, dicho órgano jurisdiccional aprobó la tesis XXII/2015 que establece:

INFORME DE LABORES DE DIPUTADOS LOCALES. ES VÁLIDA SU DIFUSIÓN EN TODA LA ENTIDAD FEDERATIVA.- *De los artículos 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 159, 242 y 449, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, se advierte que el informe anual de labores o gestión de los*

servidores públicos, así como los mensajes que se difundan en los medios de comunicación social relacionados con los mismos, no serán considerados propaganda gubernamental, siempre que, entre otras cuestiones, su transmisión se limite a estaciones y canales con la cobertura regional correspondiente al ámbito geográfico de responsabilidad del servidor público. En ese contexto, como el desempeño de las funciones de los diputados de las legislaturas locales no sólo se circunscribe al ámbito geográfico del distrito en el cual fueron electos, ya que al ser representantes populares ejercen su función para todo el territorio de la entidad, debe considerarse válida la difusión de sus informes de labores en el mismo; con esto se garantiza el adecuado cumplimiento a la obligación de informar a la ciudadanía que se encuentra vinculada con su labor y se privilegia el derecho de ésta a recibir la información correspondiente.

Por último, el siete de octubre de dos mil quince, dicha Sala Superior aprobó la tesis aislada LXXVI/2015 que respecto de los informes de labores de servidores públicos señala:

INFORMES DE GESTIÓN LEGISLATIVA. SU CONTENIDO DEBE ESTAR RELACIONADO CON LA MATERIALIZACIÓN DEL ACTUAR PÚBLICO.- *De la interpretación sistemática de los artículos 134, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 242, párrafo 5, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, se desprende que los informes de gestión tienen la finalidad de comunicar a la ciudadanía la auténtica, genuina y veraz actividad de la función encomendada en el orden constitucional y legal. Bajo este contexto, su contenido debe estar relacionado con la materialización del actuar público, ya que aun cuando puedan comprender datos sobre programas, planes y proyectos atinentes a esa labor, deben relacionarse con las actividades desarrolladas durante el año que se informa, o bien, ilustrar sobre los avances de la actuación pública en ese periodo concreto. De modo que la inclusión de la imagen, voz o símbolos que gráficamente identifiquen a quien lo rinde, deben ocupar un plano secundario, sin que sirva la difusión del informe como un foro renovado para efectuar propaganda personalizada que pueda influir en la sana competencia entre las fuerzas y actores políticos.*

Suspensión de propaganda gubernamental

11. 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 de la ahora Ciudad de México, sus delegaciones o alcaldías 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, de conformidad con los artículos 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 209, numeral 1 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales; y 7, numeral 8 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral.
12. De conformidad con lo establecido en el artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la Constitución, la propaganda que, bajo cualquier modalidad de comunicación social, difundan los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, deberá tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social. En ningún caso esta propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público.

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

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

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

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

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

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

13. 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.*

De dicho criterio se desprende que la finalidad de la prohibición de difundir propaganda gubernamental es evitar que ésta influya o pueda influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ya sea a favor o en contra de determinado Partido Político o de su candidato, en tanto el sistema democrático ha sido diseñado para que los poderes públicos, los órganos a través de los tres niveles de gobierno y cualesquiera entes públicos observen una conducta imparcial en las elecciones.

Finalidad y alcance del presente instrumento.

14. El presente Acuerdo únicamente tiene como objetivo modificar los Acuerdos INE/CG78/2016 e INE/CG173/2016 para analizar en su caso, la procedencia para vincular a los conceptos de excepción previstos en el artículo 41, Base III, Apartado C, segundo párrafo las campañas señaladas en el apartado de Antecedentes. Por tanto, las normas reglamentarias de propaganda gubernamental establecidas en los Acuerdos referidos, así como los sujetos obligados y en general cualquier otra disposición contenida en los mismos, quedan intocadas y deben subsistir en los términos aprobados por este Consejo General, de igual forma la totalidad de las reglas establecidas en ellos, aplican plenamente a las campañas que se adicionen a través del presente Acuerdo.

Análisis de las campañas que se solicita vincular a los conceptos de educación, salud o protección civil en casos de emergencia para que puedan difundirse durante los periodos de campaña, reflexión y jornada electoral.

15. Con base en el considerando anterior, a continuación se analizarán las campañas que se ha solicitado que este Consejo General valore para determinar si pueden vincularse a los conceptos de educación, salud o protección civil.
16. **Secretaría de la Gestión Pública del Estado de Quintana Roo.** Como lo establecen los artículos 19, fracción XIII y 43 fracciones XIX y XXIV de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Quintana Roo, la Secretaría de la Gestión Pública es una dependencia de la Administración Pública Centralizada, encargada entre otras cuestiones de recibir, registrar y custodiar las declaraciones patrimoniales que deban presentar los servidores públicos de acuerdo con la Ley de Responsabilidades de los Servidores Públicos del Estado y demás disposiciones jurídicas aplicables, dicha actividad se realiza por conducto de la Coordinación General de Responsabilidades y Situación Patrimonial del Órgano Estatal de Control conforme a lo señalado

en los artículos 3 fracción IV; 5 y 20 fracción XXXI del Reglamento Interior Vigente de la referida Secretaría.

Para ello, la campaña Declaranet 2016 tiene como objetivo incentivar a los servidores públicos del Poder Ejecutivo del Estado a cumplir con la obligación de manifestar su declaración anual de modificación de situación patrimonial a través del sistema Declaranet durante el mes de mayo acorde con lo dispuesto en el artículo 87, fracción III de la Ley de Responsabilidades de los Servidores Públicos del Estado.

Ahora bien, la solicitud de exceptuar a esa campaña de la prohibición constitucional, para que sea difundida a través de promocionales de radio y televisión, no puede ser encuadrada en el concepto de educación. Ello porque, conforme al criterio reiterado de este Consejo, es preciso que la difusión durante el periodo de campaña resulte imprescindible, es decir, que no pueda difundirse en otro momento o por otras vías; y que la campaña esté orientada a la población en general.¹

En ese sentido, la campaña Declaranet 2016 sólo estaría dirigida a los servidores públicos del estado de Quintana Roo para el cumplimiento de un deber que todo funcionario se encuentra obligado a cumplir, y cuya difusión a través de la radio y la televisión no resulta imprescindible, pues puede informarse a los servidores públicos de la entidad por otras vías. Por tanto, se concluye que no resulta indispensable que la difusión de la campaña planteada por la Secretaría de la Gestión Pública del Estado de Quintana Roo se lleve a cabo durante el Proceso Electivo Local.

17. **Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación.** El artículo 3, fracción IX de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece que el Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación es un Organismo Público Autónomo, su función es evaluar la calidad, el desempeño y resultados del Sistema Educativo Nacional, para lo cual, según el inciso c) de la referida fracción, generará y difundirá información para mejorar la calidad y equidad de la educación.

Por otro lado, los artículos 29, fracciones II y III y 31 de la Ley General de Educación, disponen que el Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación es autoridad en materia de evaluación educativa y coordina el Sistema Nacional de Evaluación Educativa, y tiene la responsabilidad de dar a conocer los resultados que permitan medir el desarrollo de los componentes, procesos y avances de la educación, así como los resultados de la evaluación del Sistema Educativo Nacional.

Como se desprende de los artículos 7, fracción III, y 12, fracción IV, de la Ley del Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación, uno de los fines de la evaluación del Sistema Educativo Nacional es ofrecer información sobre el grado de cumplimiento de los objetivos establecidos por las autoridades educativas, con la finalidad de generar conocimiento para construir políticas que contribuyan a la mejora del sistema educativo.

En el artículo 27, fracciones II y VIII, de la referida Ley se señala que el Instituto será el encargado de coordinar y difundir esta información, que servirá de base para la evaluación del Sistema Nacional Educativo y, en particular, del Servicio Profesional Docente.

Sin embargo, este Consejo considera oportuno mencionar que la difusión de campañas gubernamentales debe estar estrechamente relacionada con la importancia del tema que se pretenda dar a conocer, guardando una relación entre lo difundido y el objetivo que se persigue, y que resulte imprescindible su transmisión durante el periodo de campaña.

En este sentido, si bien la campaña del Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación va encaminada a fomentar y a desarrollar la cultura de la evaluación educativa, así como a generar información y conocimiento que fortalezca las políticas de mejora del sistema educativo, no se aprecia la necesidad de difundir la mencionada campaña durante el tiempo restante de las campañas electorales. Asimismo, del muestreo que se tuvo a bien realizar de los promocionales que proporcionó el mencionado Instituto, en algunas de las imágenes, se aprecia el emblema que identifica al Gobierno del estado de Puebla.

En consecuencia, la campaña "Evaluar es para mejorar" no puede ser vinculada a los conceptos de excepción a la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante las campañas electorales, ya que resulta evidente que se trata de información secundaria del concepto de educación, que no es información esencial para el conocimiento de la población en general durante el periodo de campaña.

¹ Acuerdos CG83/2014, INE/CG61/2015 para las campañas de la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro.

18. **Municipio de Aguascalientes.** De conformidad con el artículo 36, fracción XIX de la Ley Municipal para el Estado de Aguascalientes, los Ayuntamientos tienen entre otras atribuciones y facultades la relativa a combatir el alcoholismo y prohibir la venta de bebidas embriagantes, sin excepción, en fábricas, estaciones de ferrocarril y autobuses, así como en cualquier centro escolar y de trabajo.

En ese sentido, el artículo 101, fracción VII del Código Municipal de Aguascalientes señala que la Coordinación General de Comunicación Social del Municipio de Aguascalientes debe realizar campañas publicitarias para dar a conocer a la ciudadanía los planes de trabajo y acciones emprendidas por el gobierno municipal.

Ahora bien, los artículos 28, Apartado A, fracción III, inciso q), en relación con el 80, fracción III y 158, fracción II de la Ley de Salud del Estado de Aguascalientes disponen que el Ejecutivo de Aguascalientes, a través de las dependencias de salud correspondientes, es el encargado de celebrar con la Federación los Acuerdos de coordinación relacionados con el programa contra el alcoholismo y la realización de programas para prevención del abuso del alcohol. Asimismo, que el gobierno estatal coordinará con las autoridades municipales la ejecución del programa contra el alcoholismo y el abuso de bebidas alcohólicas, para lo cual podrá seguir como una de las líneas de acción, la siguiente:

II.- La educación sobre los efectos del alcohol en el organismo, el daño a la salud por el abuso del mismo en las relaciones sociales, dirigida especialmente a niños, adolescentes, obreros y campesinos, a través de métodos individuales, sociales o de comunicación masiva;

De lo anterior no se desprende que la Coordinación General de Comunicación Social del Municipio de Aguascalientes cuente con facultades suficientes para difundir campañas relacionadas con el abuso en el consumo del alcohol.

Además, es importante mencionar que no se considera información imprescindible para difundir durante la etapa de campaña local, pues al tratarse de un tema de salud pública pudo haber sido planeada su difusión con anterioridad sin que necesariamente deba coincidir con la temporada de la feria municipal.

Dicho lo cual, para este Órgano resultan insuficientes los argumentos esgrimidos por la Coordinación General de Comunicación Social del Municipio de Aguascalientes para considerar como permitida la difusión de la campaña contra el abuso del alcohol durante la etapa de campaña y hasta la jornada electoral.

19. **Secretaría del Medio Ambiente y Secretaría de Salud de la Ciudad de México.** El ocho de julio de dos mil quince, se publicó en la Gaceta Oficial del Distrito Federal, ahora Ciudad de México, la "Norma Ambiental para el Distrito Federal NADF-024-AMBT-2013, que establece los criterios y especificaciones técnicas bajo los cuales se deberá realizar la separación, clasificación, recolección selectiva y almacenamiento de los residuos del Distrito Federal", cuya entrada en vigor se previó doce meses después de su publicación, es decir, el ocho de julio de dos mil dieciséis.

Ahora bien, la Secretaría del Medio Ambiente de la Ciudad de México es una de las autoridades administrativas que deberán vigilar el cumplimiento de la referida Norma, por lo que le corresponde al fomento y difusión de actividades de educación ambiental en materia de manejo y gestión integral de residuos sólidos dirigidos a la población en general a fin de proporcionar información necesaria para la correcta aplicación y cumplimiento de la disposición legal.

Es oportuno mencionar que en la referida Norma se señalan, entre otras, las siguientes estrategias:

- a) Comunicación educativa y capacitación. Cuyo objetivo es promover la participación de los habitantes de la Ciudad de México, para separar, reutilizar, reciclar, valorizar y minimizar los residuos sólidos, así como proporcionar a personal de limpieza la información necesaria para garantizar la recolección selectiva en la separación primaria avanzada.
- b) Difusión. Se tiene previsto apoyarse en los medios masivos de comunicación, las redes sociales de las dependencias involucradas y los espacios de difusión con que cuenta el Gobierno de la Ciudad, además de la cobertura focalizada para reforzar los mensajes.

Dicho lo anterior, la campaña "Separa en tres" pretende crear conciencia en los habitantes de la Ciudad de México acerca de la aplicación de la Norma Ambiental, considerando que el manejo de residuos en la ciudad es un hecho que puede derivar en un problema de salud pública.

Conviene señalar que la entrada en vigor de la referida Norma se previó para el ocho de julio del presente año, razón por la cual esta Autoridad considera que la Secretaría de Medio Ambiente local, tuvo el tiempo suficiente para la difusión de la referida campaña.

También, se debe precisar que en el Acuerdo INE/CG344/2015 emitido en acatamiento a la sentencia emitida por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en el recurso de apelación SUP-RAP-2016/2015, este Instituto estimó no vincular al concepto de educación la campaña “*Si separas la basura, la naturaleza te lo agradecerá*” del Gobierno Municipal de Tamaulipas, por las siguientes cuestiones:

- *Que la educación es un concepto global y amplio, que abarca no solo la actividad docente, sino también medios, prevenciones, programas y propuestas.*
- *Que la educación es el resultado de diversas manifestaciones culturales y nacionales, tendiente a desarrollar armónicamente la formación del individuo.*
- *Que la educación deberá impartirse sin distinciones, es decir, se encuentra enfocada a la población y no enfocada a un sector de ella.*
- *Que la difusión de campañas gubernamentales deberá estar estrechamente relacionada con la importancia del tema que se pretenda dar a conocer, guardando una relación entre lo difundido y el objetivo que se persigue, es decir, que la información que se transmita resulte imprescindible para el conocimiento de los habitantes del país y genere en ellos el aprovechamiento y conocimiento de los temas que se difundan dentro del periodo de campañas electorales.*

Con base en lo antes mencionado, este Consejo General estima que las excepciones a la prohibición establecida en el artículo 41 constitucional, deben de encontrarse estrictamente relacionadas a una necesidad evidente de ser transmitidas, que esa necesidad implique que el destinatario o receptor final de las mismas sea el grueso de la población, que esa necesidad se traduzca en un beneficio general y que ese beneficio repercuta en el desarrollo de los individuos.

*Por otra parte, en atención a la jurisprudencia 18/2011, aprobada por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, 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, razón por la cual, se estima que la campaña “*Si separas la basura, la naturaleza te lo agradecerá*”, debe estar ceñida a dichos principios.*

(...)

*En consecuencia y no obstante haber finalizado ya el periodo de campaña del Proceso Electoral Federal, se reitera la determinación de negar la procedencia de exceptuar la campaña “*Si separas la basura, la naturaleza te lo agradecerá*”, solicitada por el gobierno municipal de Victoria, estado de Tamaulipas, en virtud de que dicha campaña no encuadra dentro de los conceptos de educación, salud y protección civil como supuestos de excepción a las reglas sobre propaganda gubernamental durante las campañas electorales.*

Aunado a ello, se considera que no resultaba imprescindible la difusión de la mencionada campaña durante el periodo de campañas electorales.

En ese sentido, este Consejo determina que el fin de la campaña de la Secretaría del Medio Ambiente de la Ciudad de México no guarda similitud con lo aprobado respecto del concepto de educación, aunado al hecho de que su difusión no resulta necesaria específicamente durante el periodo de campañas electorales.

Ahora bien, por lo que se refiere a la campaña “*Semáforo de riesgos a la salud por contaminación atmosférica*” de la Secretaría de Salud se analiza dentro de este considerando por el objetivo manifestado, esto es, implementar una nueva modalidad en el manejo de residuos, iniciar una nueva clasificación y nuevas formas de recolección de los residuos, reciclaje y aprovechamiento de los mismos para lograr acciones a favor del medio ambiente.

Dicho lo cual, con fundamento en el artículo 29, fracciones I, VIII, XII, XIII XIV y XVIII de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Distrito Federal, la Secretaría de Salud es la institución responsable de garantizar el acceso a la atención médica y la protección de la salud, de la población residente en la Ciudad de México, a fin de mejorar y elevar su calidad de vida mediante el otorgamiento de intervenciones médicas integrales, oportunas y de calidad, asimismo, le corresponde vigilar el cumplimiento de la normativa en materia de salud; formular y desarrollar programas locales de salud; organizar y ejecutar las acciones de regulación y control sanitario; organizar, operar y supervisar la prestación de los servicios de salubridad general; planear, operar, controlar y evaluar el sistema de información de salud; estudiar, adoptar y poner en vigor las

medidas necesarias para combatir las enfermedades transmisibles, no transmisibles y las adicciones, así como la prevención de accidentes.

En razón de lo anterior la campaña de la Secretaría de Salud, se encuentra encaminada a reconocer las principales molestias, así como las recomendaciones que la población de la Ciudad de México debe considerar para hacer frente a la contaminación atmosférica.

Por lo que, tomando como base el criterio establecido por el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación en la sentencia SUP-RAP-57/2010 y los Acuerdos emitidos por este Órgano y los argumentos vertidos por la dependencia de la Ciudad de México resultan suficientes para vincular la campaña “Semáforo de riesgos a la salud por contaminación atmosférica” al concepto de salud y con ello permitir su difusión durante las campañas y hasta la jornada electoral.

20. **Consejo para Prevenir y Eliminar la Discriminación de la Ciudad de México (COPRED).** Con fundamento en el artículo 37, fracciones X, XII, XIX y XXII de la Ley para Prevenir y Eliminar la Discriminación del Distrito Federal, el COPRED es un organismo descentralizado del Gobierno de la Ciudad de México que tiene entre sus atribuciones las siguientes: Promover el derecho humano a la no discriminación de las personas, grupos y comunidades en situación de discriminación, mediante campañas de difusión y divulgación; promover que en los medios de comunicación se incorporen contenidos orientados a prevenir y eliminar las prácticas discriminatorias, así como ser un órgano de consulta, asesoría, capacitación y formación en materia de igualdad y no discriminación de los sectores social y privado de la Ciudad de México; Impulsar, realizar, coordinar y difundir estudios e investigaciones sobre el derecho a la igualdad y a la no discriminación, diagnósticos sobre la situación de discriminación y promover su cumplimiento por parte de los entes públicos de la Ciudad de México.

Para el cumplimiento de las atribuciones antes mencionadas, se diseñaron las siguientes campañas² de difusión:

- Cuarto Concurso de Tesis sobre Temas Vinculados al Fenómeno Discriminatorio en la Ciudad de México 2016, cuyo objetivo es estimular el desarrollo de investigaciones con rigor académico acerca del tema de la igualdad y la no discriminación, desde lo local, así como la creación de una red de investigadores/as que aporten elementos novedosos a la problematización del fenómeno discriminatorio desde y para la Ciudad de México. La convocatoria se publicó el veinticinco de febrero y la recepción de los trabajos será el quince de junio.
- ¡Encara el racismo! Es la campaña de difusión que tiene como propósito incidir en el comportamiento de la ciudadanía para evitar que cometan conductas racistas, además de convocarles a que sean factores de cambio y de denuncia si son testigos o víctimas de conductas discriminatorias por raza, color de piel u origen indígena. La campaña señalada inicia el primero mayo.

En ese sentido, las campañas del COPRED, cuyo objetivo es sensibilizar a la población sobre los problemas de la discriminación, promover el respeto al derecho a la no discriminación e incidir en la prevención y eliminación de la misma, así como estimular el desarrollo de investigaciones que aporten elementos novedosos respecto de este problema, encuadran en el concepto constitucional de educación.

Es importante señalar que las campañas relacionadas con el “Cuarto Concurso de Tesis sobre Temas Vinculados al Fenómeno Discriminatorio en la Ciudad de México 2016” y “¡Encara el racismo!” únicamente serán difundidas a través de medios impresos y redes sociales.

Sin embargo, de la solicitud que se analiza el COPRED, si bien se trata de promover la no discriminación, no se aprecia la necesidad de difundir dichos promocionales durante el periodo de campañas que se celebran en este momento.

21. **Junta Municipal de Agua y Saneamiento de Chihuahua.** Los artículos 9 y 10, fracción III de la Ley del Agua del Estado de Chihuahua, señalan que la Junta Municipal es un Organismo Público descentralizado del Poder Ejecutivo, con personalidad jurídica y patrimonio propios, con funciones de autoridad administrativa para organizar, dirigir, coordinar, evaluar y, en su caso, auditar y fiscalizar a los organismos operadores, asimismo tiene como facultades la de formular y realizar programas de educación para el consumo, así como de difusión y orientación.

² Para la planeación de las campañas se tomaron en consideración el Estatuto Orgánico del Consejo para Prevenir y Eliminar la Discriminación de la Ciudad de México, Programa de Derechos Humanos del Distrito Federal, Lineamientos para el Diseño, Implementación y Evaluación de Políticas Públicas, Programas y Acciones, con enfoque de igualdad y no discriminación para el Gobierno del Distrito Federal, Programa General de Desarrollo 2012-2018 y la Convención Internacional sobre la eliminación de todas las formas de discriminación raciales, adoptado por la ONU.

Para lo anterior, debe observarse lo establecido en el capítulo V BIS denominado Cultura del Agua de la Ley General de Aguas Nacionales, que entre otras cuestiones contempla: instrumentar campañas permanentes de difusión sobre la cultura del agua; informar a la población sobre la escasez del agua, los costos de proveerla y su valor económico, social y ambiental, fortalecer la cultura del pago por el servicio de agua, alcantarillado y tratamiento y utilizar los medios masivos de comunicación para la difusión de la cultura del agua.

Ahora bien, los programas de cultura del Agua que realiza la Junta Municipal de Agua y Saneamiento de Chihuahua, a través de su Departamento de Cultura del Agua, tienen el objetivo de orientar y brindar información útil y oportuna a los residentes de la ciudad de Chihuahua, promoviendo con ello, una cultura del consumo responsable del agua, que permita dar a conocer a la ciudadanía sus derechos y obligaciones como usuarios.

De lo antes mencionado se desprende que la campaña que se pretende difundir pudo ser difundida con anterioridad a las campañas electorales, y su difusión puede continuar después de la jornada electoral, pues, como se desprende de la legislación señalada, las campañas de fomento de la cultura del agua tienen el carácter de permanentes.

Es oportuno mencionar que los medios de difusión de la campaña comprenden la radio y la televisión, publicaciones de prensa, espectaculares, cabinas ecológicas y redes sociales, durante el plazo que abarca del primero de mayo al primero de julio del presente año.

En consecuencia se determina que, por lo que corresponde a los medios de comunicación social como lo son la radio y la televisión, la campaña “#porque la uso la cuido” no resulta información imprescindible para su difusión durante el resto de la campaña electoral local.

Por último, es de suma importancia precisar que mediante Acuerdo INE/CG78/2016 se vinculó la campaña de la Comisión Nacional del Agua “Cultura del Agua, por un México con Agua” con una vigencia que abarcó del 15 de enero al 31 de marzo.

22. **Secretaría de Innovación Digital y Comunicaciones del Gobierno Municipal de Puebla.** La Secretaría de Innovación Digital y Comunicaciones en coordinación con el Instituto Municipal de Arte y Cultura de Puebla, la Gerencia del Centro Histórico y patrimonio Cultural y el Instituto Municipal de Turismo prevén difundir y promover el 485 Aniversario de la Fundación de Puebla.

La difusión de las campañas informativas se realizará a través de los medios de comunicación social, con información de las actividades cívicas, culturales, artísticas y educativas organizadas por la Dependencia y Organismos Municipales³ en relación con la obligación de difundir el patrimonio tangible e intangible de la ciudad que fue adquirida con la UNESCO.

El alcance de la campaña es el siguiente:

- Difundir y promover entre la población de la ciudad la importancia del patrimonio cultural e histórico del Municipio de Puebla.
- Fomentar el conocimiento puntual de las personas y acontecimientos sobre el origen y fundación de la ciudad, sobre su desarrollo y aportación histórica a la nación y la forma en que han inculcado valores y principios a partir de los acontecimientos históricos que les dan identidad.
- Preparar el 500 Aniversario de la primera ciudad renacentista de América.
- Constituir el Comité para los festejos de los 500 años de la Fundación de la Puebla de los Ángeles.

En ese sentido, se considera que la campaña encuadra en los criterios que se han aprobado respecto del concepto de educación, pues en el caso que nos ocupa, resulta evidente que se trata del “...*constante mejoramiento económico, social y cultural del pueblo (...) así como la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura*”.

Sin embargo, resulta conveniente puntualizar que las fechas contempladas para el inicio y fin de transmisiones abarcan del dieciséis de abril del presente año al dos de abril de dos mil diecisiete. Asimismo que las principales actividades ya fueron realizadas, dado que el dieciséis de abril fue el día de fundación de la Ciudad de Puebla. En razón de lo anterior, este Consejo determina que, por lo que se refiere a la difusión relativa al 485 Aniversario de la Fundación de Puebla en medios de

³ Secretaría de Innovación Digital y Comunicaciones (Reglamento Interior de la Secretaría, artículos 1, 3, 4, 5, 6 fracción I, 7 y 8); Instituto Municipal de Arte y Cultura (Decreto que crea el organismo descentralizado, artículo 1; Reglamento Interior, artículos 1, 2, 5, 9, 10, 11, 12, 14 y 29); Gerencia del Centro Histórico y Patrimonio Cultural (Reglamento Interior de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Sustentabilidad, artículos 48, 51, fracción VI, VII, X y XXXI; 52, fracción XV; 53, fracciones I y VII; y 55, fracciones IV, V, VI, X y XXVII) e Instituto Municipal de Turismo (Reglamento Interior de la Secretaría de Desarrollo Económico y Turismo, artículos 30 al 35, 36, fracciones I y XII y 37)

comunicación, ésta deben ser suspendida durante el periodo de campaña del Proceso Electoral Local, pues resulta evidente que se tendrá tiempo suficiente para la difusión de las actividades, una vez finalizada la jornada electoral.

En razón de los Antecedentes y Considerandos expresados, y con fundamento en lo dispuesto por los artículos 41, Bases III, Apartados A, B y C, párrafo segundo; V, Apartado A, párrafo primero y 134, párrafos séptimo y octavo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 1, numeral 2; 2, numeral 1, incisos b) y c); 29, numeral 1; 30, numeral 1, inciso h); 34, numeral 1, inciso a); 35, numeral 1; 44, numeral 1, incisos k), n), aa) y jj); 160, numerales 1 y 2; 162, numeral 1, inciso a); 209, numeral 1; y 242, numeral 5 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales; 23, numeral 1, inciso d); 26, numeral 1, inciso a) y 49 de la Ley General de Partidos Políticos; 4, numeral 2, inciso a); 6, numeral 2, inciso a); y 7, numerales 3, 7 y 8 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, este órgano colegiado emite el siguiente:

ACUERDO

PRIMERO.- Se modifican los Acuerdos INE/CG78/2016 e INE/CG173/2016 para vincular a los conceptos de educación y salud, como 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, la siguiente campaña:

- **Secretaría de Salud de la Ciudad de México.** Campaña “Semáforo de riesgos a la salud por contaminación atmosférica”

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

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

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

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

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

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

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

SEGUNDO.- Por lo que hace a las demás normas reglamentarias de propaganda gubernamental, sujetos obligados y en general cualquier otra disposición, quedan en los mismos términos establecidos en los Acuerdos INE/CG78/2016 e INE/CG173/2016.

TERCERO.- Se instruye al Secretario Ejecutivo a que notifique, por conducto de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, el presente Acuerdo a la **Secretaría de la Gestión Pública del Estado de Quintana Roo, al Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación, al Municipio de Aguascalientes, al Consejo para Prevenir y Eliminar la Discriminación de la Ciudad de México, a la Secretaría de Medio Ambiente de la Ciudad de México, a la Secretaría de Salud de la Ciudad de México, a la Junta Municipal de Agua y Saneamiento del Gobierno de Chihuahua y a la Secretaría de Innovación Digital y Comunicaciones del Gobierno Municipal de Puebla.**

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

El presente Acuerdo fue aprobado en lo general sesión extraordinaria del Consejo General celebrada el 27 de abril de dos mil dieciséis, por diez votos a favor de los Consejeros Electorales, Licenciado Enrique Andrade

González, Maestro Marco Antonio Baños Martínez, Maestra Adriana Margarita Favela Herrera, Maestra Beatriz Eugenia Galindo Centeno, Doctor Ciro Murayama Rendón, Doctor José Roberto Ruiz Saldaña, Licenciada Alejandra Pamela San Martín Ríos y Valles, Maestro Arturo Sánchez Gutiérrez, Licenciado Javier Santiago Castillo y del Consejero Presidente, Doctor Lorenzo Córdova Vianello, y un voto en contra del Consejero Electoral, Doctor Benito Nacif Hernández.

El Consejero Presidente del Consejo General, **Lorenzo Córdova Vianello**.- Rúbrica.- El Secretario del Consejo General, **Edmundo Jacobo Molina**.- Rúbrica.

El anexo puede ser consultado en la siguiente dirección electrónica:

http://www.ine.mx/archivos3/portal/historico/recursos/IFE-v2/DS/DS-CG/DS-SesionesCG/CG-acuerdos/2016/04_Abril/CGex201604-27_01/CGex201604-27_ap_10_x1.pdf
