

Ciudad de México, a 31 de marzo de 2016

**A LAS Y LOS SERVIDORES PÚBLICOS
DE LA PROCURADURÍA FEDERAL DEL CONSUMIDOR
Presente.**

**RESTRICCIONES DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS ANTE EL INICIO DE CAMPAÑAS
ELECTORALES EN: AGUASCALIENTES, BAJA CALIFORNIA, CIUDAD DE MÉXICO,
CHIHUAHUA, DURANGO, HIDALGO, OAXACA, PUEBLA, QUINTANA ROO, SINALOA,
TAMAULIPAS, TLAXCALA, VERACRUZ Y ZACATECAS.**

DEFINICIÓN

Elecciones Locales: Son los procesos que los institutos locales electorales (Organismo Público Local Electoral), realizan en cada entidad federativa. Se realizan para elegir cargos de elección popular, tales como: Gobernadores; Diputados Locales; Presidentes Municipales; integrantes de ayuntamientos.

ACTOS DE GOBIERNO Y SERVIDORES PÚBLICOS

La actividad gubernamental, la obra pública y la participación de los servidores públicos en actos relacionados con sus funciones, no vulneran los principios de imparcialidad y equidad en la contienda electoral en tanto no se vinculen con los procesos electorales y la aplicación de recursos públicos sea imparcial.

“La función pública no puede paralizarse por ser primordial en el desarrollo de un país, en razón de ser prioritaria en relación con los fines particulares de quienes integran los órganos de gobierno; de esta forma, no debe verse alterada la posibilidad de una mejor realización de las tareas que confía la Constitución y la ley a los servidores públicos en beneficio de la sociedad, sólo que debe cuidarse o tenerse presente, que con ese actuar no contravengan disposiciones de orden público, ya que la esencia de la prohibición constitucional y legal, radica en que no se utilicen recursos públicos para fines distintos, ni los funcionarios aprovechen la posición en que se encuentran para que de manera explícita o implícita, hagan promoción para sí o de un tercero, que pueda afectar la contienda electoral, porque ello sería un atentado directo a los principios y valores que rigen los procesos electorales, básicamente los de equidad e igualdad que se tratan de proteger con estas normas.” (Sala Superior del TEPJF SUP-JRC-273/2010 y acumulados).

En ese sentido, lo que sí está prohibido es, por ejemplo:

- a)** Sujetar la entrega de recursos, la prestación de servicios o la realización de obras a votar o no votar en un sentido determinado.
- b)** Recoger, retener o recabar la información de la credencial para votar sin causa prevista por ley, a cambio de recursos públicos, obras o servicios públicos.

- c) Entregar o administrar recursos, bienes o servicios públicos con elementos de promoción de servidores públicos o del voto en determinado sentido.
- d) Permitir o llevar a cabo el destino de fondos, bienes o servicios públicos para apoyar o perjudicar a determinado actor político.
- e) Utilizar recursos públicos o de los medios de comunicación social oficiales, o los tiempos del Estado en radio o televisión, para influir en el voto.

ASISTENCIA A EVENTOS

a) Los servidores públicos pueden asistir a cualquier tipo de evento político-electoral (incluyendo mítines o actos de apoyo a partidos o candidatos) siempre que **no sea durante sus jornadas laborales**, no utilicen recursos públicos (como vehículos oficiales) y acudan a título personal o como militantes o simpatizantes, no como servidores públicos; además, no deberán portar cualquier tipo de uniforme institucional ni logotipos que lo vinculen con la Institución en que labora.

b) A partir del inicio de las precampañas y hasta el día de la jornada electoral, **los precandidatos y candidatos** no podrán asistir a eventos oficiales de gobierno.

PROPAGANDA GUBERNAMENTAL

El Tribunal Electoral ha sostenido en múltiples criterios el siguiente concepto de propaganda:

*“...Se debe entender como propaganda gubernamental, difundida por los poderes Federales, estatales y municipales, el conjunto de actos, escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y **expresiones** que llevan a cabo los servidores o entidades públicas que tenga como finalidad difundir para el conocimiento de la ciudadanía la existencia **de logros, programas, acciones, obras o medidas de gobierno** para conseguir su aceptación...”.*

Por otro lado, lo ha extendido también a:

*“...Toda aquella información publicada que haga del conocimiento general logros de gobierno, avances o desarrollo económico, social, cultural o político, o beneficios y compromisos cumplidos por parte de algún ente público, independientemente de que sea ordenada, suscrita o difundida por algún funcionario público o que sea financiada con recursos públicos, **y que por su contenido, no sea posible considerarlos como notas informativas**, difundidas en ejercicio de los derechos contenidos en los artículos 6° y 7° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos...”*
(INFOMERCIALES)

Así, para estar en presencia de propaganda gubernamental se requiere cuando menos:

- a) La emisión de un mensaje por un servidor o entidad pública.
- b) Que éste se realice mediante actos, escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, proyecciones y/o **expresiones**.
- c) Que se advierta que **su finalidad es difundir logros, programas, acciones, obras o medidas de gobierno**; y
- d) Que tal difusión se oriente a generar una aceptación en la ciudadanía.

Por lo que en términos del **“Acuerdo del Consejo General del Instituto Nacional Electoral mediante el cual se emiten normas reglamentarias sobre la propaganda gubernamental a que se refiere el artículo 41, Base III, Apartado C de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, para los procesos electorales locales 2015-2016, así como para los procesos locales ordinarios y extraordinarios que se celebren en 2016”**, del inicio de las campañas electorales hasta la conclusión de la jornada electoral **(del 3 abril al 5 de junio de 2016)**, la propaganda gubernamental deberá suspenderse completamente, excepto las campañas, entre otras, relativas a:

- La campaña “Nacional” sobre promoción turística del Consejo de Promoción Turística de México;
- La campaña “Horario de Verano”, versiones “Inicio Fronterizo” y “Resto de la República” de la Secretaría de Energía (SENER);
- La campaña “Seguridad Vial”, versión “Semana Santa”, de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT);
- La campaña “Seguridad Vial” de Caminos y Puentes Federales de Ingresos y Servicios Conexos;
- La campaña “Declaración Anual e Informativa” co-emitada por el Servicio de Administración Tributaria (SAT) y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP);
- La propaganda con el tema “Difusión de sorteos” de la Lotería Nacional;
- La propaganda con el tema “Mensajes de promoción y publicidad para la venta directa de sus productos” de Pronósticos para la Asistencia Pública;
- Las campañas “Chécate, Mídete, Muévete 2016”, “Es tu vida, es tu futuro, hazlo seguro” y “Seguro de estudiantes” del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS);
- Las campañas “Primera Semana Nacional de Salud 2016” y “Segunda Semana Nacional de Salud 2016” del Centro Nacional para la Salud de la Infancia y Adolescencia (CENSIA);
- Las campañas “Ley General de los Derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes” y “Borrremos el Acoso Escolar (*bullying*) de Nuestra Vida” del Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF);
- Las campañas “Cultura del Agua, por un México con Agua” y “Protección a Centros de Población” de la Comisión Nacional del Agua (CONAGUA);
- Las campañas del Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED) para promover el derecho a la no discriminación e incidir en la prevención y eliminación de la misma;
- La campaña genérica y la relativa a los “Niños, Niñas y Adolescentes que por diversas causas viajan solos”, ambas del Instituto Nacional de Migración;
- Las campañas de la Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres para difundir temas orientados a poner fin a la violencia de género;
- La campaña “Reforma Penal” de la Secretaría Técnica del Consejo de Coordinación para la Implementación del Sistema de Justicia Penal (SETEC);
- La “Campaña Nacional de Alfabetización y Abatimiento del Rezago Educativo” del Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA);
- Las campañas de la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) para la protección y defensa de los consumidores;
- La campaña del Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agropecuaria (SENASICA) para mantener informada a la población respecto de la Sanidad e inocuidad de los alimentos y el sector agropecuario;

- Las campañas difundidas por la Secretaría de Salud y la SCT en materia de prevención de accidentes y de educación vial en carreteras y autopistas referente al periodo vacacional de semana santa **(del 26 de marzo al 6 de abril 2016)**;
- La propaganda con motivo del inicio del programa de horario de verano **(a transmitirse del 13 de marzo al 3 de abril de 2016)**;

En este sentido, la propaganda que se difunda, **deberá cumplir con lo siguiente:**

- Deberá cuidar los principios de equidad e imparcialidad (no influir en las preferencias electorales).
- Su contenido se limitará a identificar el nombre de la institución de que se trata.
- No puede incluir nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público.
- No puede contener logotipos, slogans o cualquier otro tipo de referencias al Gobierno Federal o a algún otro gobierno o a sus campañas institucionales.
- Deberá abstenerse de difundir logros de gobierno, obra pública, e incluso, emitir información sobre programas y acciones que promuevan innovaciones en bien de la ciudadanía, ni referencias visuales o auditivas a las frases, imágenes, voces o símbolos que pudieran ser constitutivos de propaganda política o electoral. 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.

Además de las excepciones antes señaladas, el Tribunal Electoral ha reconocido como algo **EXTRAORDINARIO** y excepcional que los gobernantes dirijan mensajes informativos a la población, incluso durante el periodo de campañas electorales. Tales mensajes extraordinarios deben consistir en información inexcusable y necesaria para la población (pueden materializarse con “cadena nacional”) y, en todo caso, deben reunir los requisitos siguientes:

- No constituir propaganda gubernamental (difusión de programas, acciones, obras o logros de gobierno);
- Justificarse plenamente en el contexto de los hechos particulares que los motiven (siniestro, emergencia o caso de fuerza mayor);
- Referirse específicamente a los hechos particulares que motivan su difusión, y
- Tratarse de mensajes inexcusables y necesarios, del gobernante a la población, para informar la posición asumida por el gobierno ante la situación particular.

En el caso específico de esta Procuraduría, el Consejo General del INE reconoció en dicho Acuerdo, como causa de excepción dentro del concepto de educación, las campañas informativas que emite Profeco, para la protección y defensa de los consumidores relacionadas con la difusión de los alcances y objetivo de las disposiciones de las reformas a la Ley Federal de Protección al Consumidor; los Derechos de las y los consumidores en gasolineras y estaciones de servicios de la iniciativa privada, así como las acciones durante el periodo vacacional de Semana Santa y celebraciones del niño, día de las madres y día del padre.

REDES SOCIALES

a) INTERNET. Podrán permanecer en internet los portales institucionales cuando no difundan logros y tengan carácter informativo o de medios para trámites o servicios.

b) HORA NACIONAL. Del inicio de los periodos de campaña al día de la jornada comicial, en “La Hora Nacional” no podrán difundirse referencias (visuales o auditivas) a gobierno alguno, ni propaganda de instituciones o servidores públicos.

c) FACEBOOK Y TWITTER. Las cuentas oficiales se podrán utilizar con recursos públicos y les son aplicables las restricciones apuntadas para cualquier difusión.

Las cuentas personales no podrán usarse con recursos públicos (computadoras, teléfonos, etc.) ni durante la jornada laboral. Los mensajes transmitidos en estos casos deberán ser exclusivamente a título personal.

PROPAGANDA DE PARTIDOS POLÍTICOS

Se puede hacer referencia a programas de gobierno en la propaganda política o electoral de los partidos políticos, salvo que se transgredan otros valores esenciales de la democracia (como condicionar la aplicación de programas a conductas en favor o en contra de un actor político).

La violación de las restricciones señaladas no sólo puede traer la responsabilidad del servidor público infractor, sino que existe la posibilidad de que dicha violación sea considerada causa de inequidad o imparcialidad en una impugnación contra el resultado electoral.

AGENDA DE SERVIDORES PÚBLICOS EN CUMPLIMIENTO A LA LEY FEDERAL DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA

De acuerdo con el criterio del Instituto Federal de Acceso a la Información (IFAI), ratificado en las resoluciones a los Recursos de Revisión 1059/09, 5805/08, 4185/08, 1076/08 y 2704/09, los servidores públicos llevan a cabo diversas actividades como producto del ejercicio de su encargo, mismas que tienen carácter público en términos del Artículo 2 de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental (LFTAIPG), que establece que toda la información gubernamental es pública.

- La fracción III del artículo 3 de la Ley establece que se entenderán por documentos “los expedientes, reportes, estudios, actas, resoluciones, oficios, correspondencia, acuerdos, directivas, directrices, circulares, contratos, convenios, instructivos, notas, memorandos, estadísticas o bien, **cualquier otro registro** que documente el ejercicio de las facultades o la actividad de los sujetos obligados y sus servidores públicos, sin importar su fuente o fecha de elaboración.
- Los documentos podrán estar en cualquier medio, sea escrito, impreso, sonoro, visual electrónico, **informático u holográfico**”.
- Por su parte la fracción V del mismo precepto legal, dispone que por información se entenderá la contenida en los documentos que los sujetos obligados generen, obtengan, adquieran, transformen o conserven por cualquier título.

En este sentido, las actividades de los servidores públicos son rutinariamente registradas y documentadas en una agenda de trabajo para fines de cumplimiento de funciones, organización y control interno de sus oficinas dentro de las dependencias y entidades de la administración pública, por lo tanto, se ajustan a la definición de documentos arriba señalada y se consideran un registro documental del ejercicio de la actividad pública de un determinado servidor público.

Por tanto, constituyen documentos las notas, memorandos o **cualquier otro registro** que documente el ejercicio de las facultades o la actividad pública de los servidores, incluyendo los registros de sus entradas y salidas a las instalaciones, **sus llamadas telefónicas, las de sus teléfonos celulares pagados por la entidad**, los oficios que contienen indicaciones dirigidas a sus colaboradores sobre la organización de su trabajo, el registro de sus citas y actos públicos, reuniones y encuentros de trabajo registrados en minutas, la organización del trabajo del equipo del que forma parte el servidor público, el registro de sus acuerdos, presentaciones y reportes, entre otros.

Por tanto, la solicitud de acceso del recurrente puede interpretarse de tal forma que se entienda como una solicitud de acceso a documentación variada que contenga cualquier registro o información relativa a las **actividades laborales, oficiales y públicas**.

En consecuencia, los servidores públicos, quienes controlan la organización de labores de otros servidores públicos; es decir, deciden y registran, entre otras, las diversas citas, reuniones, actividades o firmas de convenios conocen la información y también son sujetos de solicitudes de acceso a la información.

Sin otro particular, aprovecho la oportunidad para reiterarle mi más alta y distinguida consideración.

A T E N T A M E N T E

LCDO. ERNESTO NEMER ALVAREZ
PROCURADOR FEDERAL DEL CONSUMIDOR

C.c.p.- Dr. Héctor Luna de la Vega. Titular del Órgano Interno de Control en la Procuraduría Federal del Consumidor. Para su conocimiento.

ROM/RJMC/RDM