

INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL

EXTRACTO del Acuerdo del Consejo General del Instituto Nacional Electoral por el que se responde a diversas consultas relacionadas con propaganda gubernamental para los Procesos Electorales Locales y Extraordinarios 2019.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Instituto Nacional Electoral.

EXTRACTO DEL ACUERDO DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL POR EL QUE SE RESPONDE A DIVERSAS CONSULTAS RELACIONADAS CON PROPAGANDA GUBERNAMENTAL PARA LOS PROCESOS ELECTORALES LOCALES Y EXTRAORDINARIOS 2019.

Al margen un sello con el escudo Nacional, que dice Estados Unidos Mexicanos. Instituto Nacional Electoral. INE/CG119/2019 de fecha 21 de marzo de 2019.

ANTECEDENTES

I. (...)

Solicitudes presentadas

- VII. Solicitud del Gobierno de Durango.** El catorce de diciembre de dos mil dieciocho, el *Director de Ferias, Espectáculos y Paseos Turísticos de Durango* solicitó, mediante el oficio DFEPTD/186/2018, que la campaña Feria Nacional Durango sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- VIII. Solicitud del Gobierno de Puebla.** El veintisiete de febrero de dos mil diecinueve, la *Coordinación General de Comunicación y Agenda Digital de Puebla* solicitó, mediante el oficio C.G.C.A.D.-A.G.-48/2019, que sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- IX. Solicitud del Ayuntamiento de Mexicali, Baja California.** El veintiocho de febrero de dos mil diecinueve, el *Jefe del Departamento Jurídico de la Secretaría del Ayuntamiento de Mexicali* solicitó, a través del oficio SADJ139, que sus campañas sean vinculadas a los conceptos de excepción del texto constitucional.
- X. Primera solicitud del Ayuntamiento de Río Bravo, Tamaulipas.** El veintiocho de febrero del presente año, el *Director de Educación Municipal* solicitó, a través de la Junta Local Ejecutiva de este Instituto en Tamaulipas, que las campañas de la Presidencia Municipal, sean vinculadas a los conceptos de excepción del texto constitucional.
- XI. Segunda solicitud del Ayuntamiento de Río Bravo, Tamaulipas.** El uno de marzo del presente año, el *Director de Educación Municipal* solicitó, a través de la Junta Local Ejecutiva de este Instituto en Tamaulipas, que las campañas del *Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia en Río Bravo*, sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- XII. Tercera solicitud del Ayuntamiento de Río Bravo, Tamaulipas.** El uno de marzo del presente año, el *Director de Educación Municipal* solicitó, a través de la Junta Local Ejecutiva de este Instituto en Tamaulipas, que las campañas del *Ayuntamiento de Río Bravo, Tamaulipas 2018-2021*, sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- XIII. Cuarta solicitud del Ayuntamiento de Río Bravo, Tamaulipas.** El uno de marzo del presente año, el *Coordinador Jurídico y de Asesores y Apoderado Jurídico del Ayuntamiento de Río Bravo* solicitó, a través de la Junta Local Ejecutiva de este Instituto en Tamaulipas, que las campañas de la *Dirección de Desarrollo a Pequeñas y Medianas Empresas y de la Presidencia Municipal*, sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- XIV. Quinta solicitud del Ayuntamiento de Río Bravo, Tamaulipas.** El uno de marzo del presente año, el *Coordinador Jurídico y de Asesores y Apoderado Jurídico del Ayuntamiento de Río Bravo* solicitó, a través de la Junta Local Ejecutiva de este Instituto en Tamaulipas, que las campañas del *Ayuntamiento de Río Bravo, Tamaulipas*, sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

- XV. Solicitud del Gobierno de Tamaulipas.** El uno de marzo de dos mil diecinueve, la *Coordinación de Comunicación Social del Ejecutivo del Estado* solicitó, a través de la Junta Local Ejecutiva de este Instituto en Tamaulipas que sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- XVI. Solicitud del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas.** El uno de marzo de dos mil diecinueve, el *Secretario del Ayuntamiento* solicitó, mediante oficio SA-0459/III/2019, recibido en la Junta Local Ejecutiva de este Instituto en el Estado de Tamaulipas, que diversas campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- XVII. Solicitud de la Secretaría de Gobernación.** El uno de marzo del presente año, el *Director de Tiempos Oficiales de Radio y Televisión* solicitó, mediante el oficio DTORT/0423/2019, que diversas campañas del gobierno federal, sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- XVIII. Solicitud del Instituto Nacional de Estadística y Geografía.** El uno de marzo de dos mil diecinueve, el *Director General Adjunto de Vinculación* solicitó, mediante oficio 1103./17/2019, que la campaña del referido ente público, sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

CONSIDERACIONES

Competencia del Instituto Nacional Electoral

1. (...)

Suspensión de difusión de propaganda gubernamental

9. Durante el tiempo comprendido entre el inicio de las campañas electorales y hasta la conclusión de las jornadas comiciales respectivas, deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación social toda propaganda gubernamental, tanto de los poderes federales y estatales, como de los municipios, demarcaciones territoriales de la Ciudad de México 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 CPEUM; 209, numeral 1 de la LGIPE; y 7, numeral 8 del RRTME.

La suspensión de propaganda gubernamental es aplicable a toda estación de radio y canal de televisión cuya señal sea escuchada o vista en la entidad en la que se esté desarrollando un proceso electoral, según lo dispuesto en el numeral 11 del referido artículo del RRTME.

10. Ahora bien, el párrafo séptimo del artículo 134 de la CPEUM prescribe que las y los servidores públicos de la Federación, las entidades federativas, los municipios y las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, tienen en todo tiempo la obligación de aplicar con imparcialidad los recursos públicos que están bajo su responsabilidad, sin influir en la equidad en la competencia entre los partidos políticos.

Tal obligación de aplicar con imparcialidad los recursos públicos que son asignados, tiene una finalidad sustancial que atiende a que no haya una influencia indebida por parte de las y los servidores públicos en la competencia que exista entre los partidos políticos.

11. Asimismo, el artículo 134 párrafo octavo de la CPEUM señala que la propaganda, bajo cualquier modalidad de comunicación social, que difundan como tales, 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.

12. Conforme a lo antes señalado, la obligación de aplicar con imparcialidad los recursos públicos que les son asignados a las y los sujetos de derecho mencionados tiene como finalidad sustancial establecer una prohibición personalizada de las y los servidores públicos, cualquiera que sea el medio para su difusión, a fin de evitar que se influya en la equidad de la contienda electoral.

Lo anterior, en el entendido que el propósito es establecer una infracción constitucional dirigida a sancionar el empleo inequitativo de recursos públicos en las contiendas electorales; pero a su vez, una prohibición concreta para la promoción personalizada de las y los servidores públicos, cualquiera que sea el medio para su difusión.

13. Ahora bien, la promoción personalizada se define como aquella que contiene el nombre, la imagen, la voz o símbolo de la o el servidor público, cuya difusión, por sí misma implica promover su persona; aun cuando la misma se contenga en la propaganda institucional.

Por tal razón, al establecer el artículo 134, párrafo octavo de la CPEUM “*bajo cualquier modalidad de comunicación social*” se sigue que la prohibición de referencia, en sí misma, puede materializarse a través de todo tipo de comunicación social por el que se difunda visual o auditivamente la propaganda de carácter institucional; esto es, anuncios espectaculares, cine, internet, mantas, pancartas, prensa, radio, televisión, trípticos, volantes, entre otros. Sin que esto implique que el medio de difusión de la promoción sea un elemento determinante para dilucidar un mayor o menor control que pueda ejercer objetivamente para su sanción.

14. Sirve de apoyo a lo antes señalado, la jurisprudencia 12/2015 de la Sala Superior del TEPJF, misma que señala lo siguiente:

PROPAGANDA PERSONALIZADA DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS. ELEMENTOS PARA IDENTIFICARLA.- *En términos de lo dispuesto en los párrafos séptimo y octavo del artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, la obligación de aplicar con imparcialidad los recursos públicos que les son asignados a los sujetos de derecho que se mencionan en ese precepto, tiene como finalidad sustancial establecer una prohibición concreta para la promoción personalizada de los servidores públicos, cualquiera que sea el medio para su difusión, a fin de evitar que se influya en la equidad de la contienda electoral. En ese sentido, a efecto de identificar si la propaganda es susceptible de vulnerar el mandato constitucional, debe atenderse a los elementos siguientes: a) Personal. Que deriva esencialmente en la emisión de voces, imágenes o símbolos que hagan plenamente identificable al servidor público; b) Objetivo. Que impone el análisis del contenido del mensaje a través del medio de comunicación social de que se trate, para determinar si de manera efectiva revela un ejercicio de promoción personalizada susceptible de actualizar la infracción constitucional correspondiente, y c) Temporal. Pues resulta relevante establecer si la promoción se efectuó iniciado formalmente el proceso electoral o se llevó a cabo fuera del mismo, ya que si la promoción se verificó dentro del proceso, se genera la presunción de que la propaganda tuvo el propósito de incidir en la contienda, lo que se incrementa cuando se da en el período de campañas; sin que dicho período pueda considerarse el único o determinante para la actualización de la infracción, ya que puede suscitarse fuera del proceso, en el cual será necesario realizar un análisis de la proximidad del debate, para estar en posibilidad de determinar adecuadamente si la propaganda influye en el proceso electivo.*

15. De la referida tesis jurisprudencial, se desprenden los elementos siguientes:

- **Personal.** El cual deriva esencialmente en la emisión de voces, imágenes o símbolos que hagan plenamente identificable a la o el servidor público.
- **Objetivo.** Impone el análisis del contenido del mensaje a través del medio de comunicación social de que se trate, a efecto de determinar si de manera efectiva revela un ejercicio de promoción personalizada susceptible de actualizar la infracción constitucional correspondiente, y

- **Temporal.** Debe precisarse si la promoción se efectuó iniciado formalmente el proceso electoral o se llevó a cabo fuera del mismo, ya que, si la promoción se verificó dentro del proceso, se genera la presunción de que la propaganda tuvo el propósito de incidir en la contienda, lo que se incrementa cuando se difunde en el periodo de campañas; sin que dicho periodo pueda considerarse el único o determinante para la actualización de la infracción.

Si la difusión se realiza fuera del proceso, será necesario realizar un análisis de la proximidad del debate, para estar en posibilidad de determinar adecuadamente si la propaganda influyó en el proceso electivo.

16. Con los elementos antes expuestos, la propaganda gubernamental que se transmita durante las campañas electorales y hasta el día de la jornada electoral 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.

El 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.

Además, 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 analizada en 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.

17. Además de lo señalado, la Sala Superior del TEPJF ha emitido diversos criterios orientadores, en las que medularmente se analizan aspectos a considerar en materia de propaganda gubernamental, mismos que se exponen a continuación:

- Jurisprudencia 18/2011 de rubro **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 que 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.
- Tesis LXII/2016 de rubro **PROPAGANDA GUBERNAMENTAL. LA INVITACIÓN A UNA CELEBRACIÓN DE CARÁCTER CULTURAL Y SOCIAL, NO VIOLA LA PROHIBICIÓN CONSTITUCIONAL DE DIFUNDIRLA EN PROCESO ELECTORAL**, en la que se argumenta que la colocación de lonas, pendones o gallardetes, u otro tipo de propaganda, que invite a festejar un día social y culturalmente importante, no infringe la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante las campañas electorales, porque no se trata de propaganda gubernamental, sino de una invitación.

- Tesis XIII/2017 de rubro **INFORMACIÓN PÚBLICA DE CARÁCTER INSTITUCIONAL. LA CONTENIDA EN PORTALES DE INTERNET Y REDES SOCIALES, PUEDE SER DIFUNDIDA DURANTE CAMPAÑAS Y VEDA ELECTORAL**, interpretación que sostiene que, en atención al principio de imparcialidad, la información pública de carácter institucional es aquella que versa sobre servicios que presta el gobierno en ejercicio de sus funciones, así como de temas de interés general, siempre que no se trate de publicidad o propaganda gubernamental y no se haga referencia a candidatura o partido político o promocióne a algún funcionario público o logros de gobiernos, es decir, *solo debe ser información relacionada con trámites administrativos y servicios a la comunidad*.

(...)

33. De conformidad con los considerandos en los cuales se prevé analizar las excepciones a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental, se reitera que para tales efectos, no podrán incluir nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público, ni hacer referencias visuales o auditivas a las frases, imágenes, voces o símbolos que pudieran ser constitutivos de propaganda política o electoral, ni contener logotipos, slogans o cualquier otro tipo de referencias al gobierno federal o a algún otro gobierno, o a sus campañas institucionales.

Dicha propaganda, además deberá de abstenerse de difundir logros de gobierno, obra pública, e incluso emitir información sobre programas y acciones que promuevan innovaciones en bien de la ciudadanía.

En caso contrario, los entes públicos que atenten en contra de las normas en materia de propaganda gubernamental, podrán ser sujetos de sanción conforme al Libro Octavo de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.

(...)

ACUERDO

PRIMERO. Se responde a las consultas formuladas en materia de propaganda gubernamental relacionadas con lo dispuesto en el artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, para los procesos electorales locales ordinarios, así como extraordinarios que se celebran en dos mil diecinueve, conforme a lo establecido en los puntos subsecuentes de este Acuerdo.

SEGUNDO. En términos de lo dispuesto en la parte final de la jurisprudencia 18/2011, emitida por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, las campañas de información, servicios educativos, de salud y las de protección civil en caso de emergencia, a que se refieren los artículos 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C, segundo párrafo, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 209, numeral 1, de la Ley Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales y 7, numeral 8 deberán colmar los principios de equidad e imparcialidad que rigen los procesos electorales.

TERCERO. Deberá suprimirse o retirarse toda propaganda gubernamental en todos los medios de comunicación social, incluidos Internet, redes sociales y medios escritos, tanto de los poderes federales y entidades federativas, como de los municipios, de las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México y cualquier otro ente público, en los términos y con las excepciones establecidas en el artículo 41, párrafo segundo, Base III, apartado C, párrafo segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, a partir del día en que den inicio las campañas y hasta el dos de junio de dos mil diecinueve, así como de los procesos electorales extraordinarios que se celebren durante el presente año, incluyendo las emisoras de radio y canales de televisión previstos en el Catálogo señalado en los Antecedentes III, V y VI del presente Acuerdo.

CUARTO.- Se establecen las excepciones siguientes 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, a saber:

No.	Ente público	Propaganda
1	Coordinación General de Comunicación y Agenda Digital de Puebla	"Feria y Palenque", "Festival Internacional 5 de mayo" y "Desfile 5 de mayo"
2	Ayuntamiento de Mexicali, Baja California	"Día mundial del bienestar", "Albergue Peregrino" y "Aplicación de reportes de emergencia"
3	Ayuntamiento de Río Bravo, Tamaulipas y Junta Municipal de Reclutamiento	"Tramita tu cartilla militar"
4	Gobierno del Estado de Tamaulipas.	"Reclutamiento de elementos de Seguridad Pública", "Prevención y auxilio vial carretero", "Identidad cultural de Tamaulipas" y "Todos contra el dengue, zika y chikungunya"
5	Dirección de Salud, Municipio de Nuevo Laredo Tamaulipas.	"Vacunación- Vacuna, Contra VPH"
6	Secretaría de Hacienda y Crédito Público y Servicio de Administración Tributaria.	"Declaración Anual 2019"
7	Secretaría de Educación Pública y Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos.	"Selección de Libros de Texto para Secundaria"
8	Secretaría de Comunicaciones y Transportes	"Seguridad Vial" versión Semana Santa
9	Secretaría de Salud.	"Semana Nacional de Salud Bucal" y "Segunda Semana Nacional de Salud 2019"
10	Secretaría de Energía.	"Horario de Verano" versión Inicio Resto de la República
11	Coordinación General de Protección Civil.	"Incendios Forestales", "Precauciones Temporada de Calor" y "Temporada de Huracanes"
12	Instituto Nacional de Estadística y Geografía.	"Censos Económicos 2019"

QUINTO. La propaganda referida en los puntos Segundo y Cuarto deberá observar las reglas siguientes:

- Deberán tener carácter institucional y abstenerse de incluir frases, imágenes, voces o símbolos que la conviertan en propaganda política o electoral, o bien elementos de propaganda personalizada de algún servidor público.
- No podrán difundir logros de gobierno, obra pública, ni emitir información dirigida a justificar o convencer a la población de la pertinencia o logros de una administración en los diversos niveles de gobierno.
- 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.

- e) 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.
- f) 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.
- g) 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.
- h) Los entes que difundan propaganda contraria a las reglas anteriores, podrán ser sujetos de sanción conforme al Libro Octavo de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.

SEXTO. Durante la emisión radiofónica denominada “La Hora Nacional” deberá suprimirse toda alusión a propaganda de poderes públicos o de cualquier ente público desde el inicio de los respectivos periodos de campañas y hasta el día en que se celebre la jornada electoral respectiva. Asimismo, no podrán difundirse frases o referencias al gobierno federal o a algún otro gobierno, o a sus campañas institucionales, ni elementos de propaganda personalizada de servidor público alguno. Asimismo, debe abstenerse de difundir logros de gobierno, obra pública e incluso, emitir información dirigida a justificar o convencer a la población de la pertinencia de una administración en particular, o bien, información sobre programas y acciones que promuevan innovaciones en bien de la ciudadanía; así como las referencias visuales o auditivas a las frases, imágenes, voces o símbolos que pudieran ser constitutivos de propaganda política o electoral.

SÉPTIMO. Los portales de los entes públicos en Internet deberán abstenerse de difundir logros de gobierno, así como referencias visuales o auditivas a las frases, imágenes, voces o símbolos que pudieran ser constitutivos de propaganda política, electoral o personalizada. Lo anterior no implica, bajo ningún supuesto, que los entes públicos dejen de cumplir las obligaciones en materia de transparencia y acceso a la información.

OCTAVO. El presente Acuerdo entrará en vigor a partir del día en que inicien las campañas electorales en Aguascalientes, Baja California, Durango, Puebla, Quintana Roo y Tamaulipas, y concluirá su vigencia al día siguiente de la jornada electoral. Por lo que hace a los procesos electorales extraordinarios que pudieran celebrarse en dos mil diecinueve, el presente Acuerdo entrará en vigor con el inicio de la campaña electoral extraordinaria correspondiente y concluirá su vigencia al día siguiente de la jornada electoral; para lo cual se tomará en consideración la vigencia de la propaganda gubernamental.

NOVENO. El presente Acuerdo no implica la restricción del acceso y difusión de la información pública necesaria para el otorgamiento de los servicios públicos y el ejercicio de los derechos que en el ámbito de su competencia deben garantizar los servidores públicos, poderes federales y estatales, municipios, demarcaciones territoriales de la Ciudad de México y cualquier otro ente público.

(...)

DÉCIMO PRIMERO. Se instruye al Secretario Ejecutivo a que implemente las medidas necesarias para la oportuna publicación de un extracto del presente Acuerdo en el Diario Oficial de la Federación.

El Acuerdo podrá consultarse de manera íntegra en la siguiente dirección electrónica:

Página INE:

<https://www.ine.mx/sesion-extraordinaria-del-consejo-general-21-marzo-2019/>

Página DOF:

www.dof.gob.mx/2019/INE/CGex201903-21-ap-13-Extracto.pdf

Ciudad de México, 26 de marzo de 2019.- El Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos,
Patricio Ballados Villagómez.- Rúbrica.