

INE/CG334/2021

ACUERDO DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL MEDIANTE EL CUAL SE RESPONDE A LAS CONSULTAS PRESENTADAS AL AMPARO DEL INE/CG03/2017 RELACIONADAS CON PROPAGANDA GUBERNAMENTAL PARA LOS PROCESOS ELECTORALES LOCALES Y FEDERAL 2020-2021

ANTECEDENTES

- I. **Criterios, plazo de presentación de solicitudes y formulario.** El trece de enero de dos mil diecisiete, en sesión extraordinaria del Consejo General del Instituto Nacional Electoral (en adelante Consejo General), se aprobó el *“Acuerdo [...] mediante el cual se establece el plazo de presentación de solicitudes sobre la propaganda gubernamental a que se refiere el artículo 41, Base III, Apartado C de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos”*, identificado con la clave INE/CG03/2017.

De conformidad con lo establecido en el Considerando 24 de dicho Acuerdo, este Órgano Colegiado acordó que *aún sin mediar solicitud, la difusión de propaganda gubernamental de los poderes federales, estatales o municipales y cualquier otro ente público, estará permitida siempre y cuando se ajuste a los criterios jurisdiccionales, administrativos o en su caso las normas que para cada Proceso Electoral emita este Consejo General*, de lo contrario podrán ser sujetos de sanción bajo las normas establecidas en el Libro Octavo de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.

- II. **Catálogo Nacional de Emisoras.** El veintinueve de septiembre de dos mil veinte, en la cuarta sesión ordinaria del Comité de Radio y Televisión (en lo subsecuente CRT), se aprobó el *“Acuerdo [...] por el que se declara la vigencia del Marco Geográfico Electoral relativo a los mapas de cobertura, se aprueba el Catálogo Nacional de estaciones de radio y canales de televisión que participarán en la cobertura del Proceso Electoral Federal 2020-2021, de los Procesos Electorales Locales coincidentes con el Federal, así como del Periodo Ordinario durante*

2021, y se actualiza el Catálogo de Concesionarios autorizados para transmitir en idiomas distintos al español y de aquellos que transmiten en lenguas indígenas nacionales que notifiquen el aviso de traducción a dichas lenguas”, identificado como INE/ACRT/14/2020. Publicación ordenada mediante el diverso INE/CG506/2020.

- III. **Resolución sobre la aplicación de programas sociales conforme a los principios de imparcialidad.** En sesión extraordinaria del Consejo General, celebrada el veintiuno de diciembre de dos mil veinte, se aprobó la *“Resolución [...] mediante el cual se ejerce la facultad de atracción para fijar mecanismos y criterios sobre la aplicación de programas sociales conforme a los principios de imparcialidad en la aplicación de recursos públicos y equidad en la contienda en los procesos electorales federal y locales 2020-2021, identificado como INE/CG695/2020.*
- IV. **Oficio informativo a SEGOB.** El veintidós de diciembre del dos mil veinte, mediante oficio INE/DEPPP/DE/DAGTJ/8129/2020, la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos del Instituto Nacional Electoral, informó a la Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación de la Secretaría de Gobernación, la fecha límite de presentación de solicitudes relacionadas con la propaganda gubernamental.
- V. **Oficio de solicitud de colaboración a las Juntas Vocales Ejecutivas.** El veintidós de diciembre del dos mil veinte, mediante oficio INE/DEPPP/DE/DAGTJ/8130/2020, el Director Ejecutivo de Prerrogativas y Partidos Políticos del Instituto Nacional Electoral, solicitó el auxilio de las Juntas Locales Ejecutivas del mismo Instituto, para que informaran a los gobiernos estatales correspondientes a su entidad y, por su conducto, a los respectivos gobiernos municipales de cada estado la fecha límite de presentación de solicitudes relacionadas con la propaganda gubernamental.
- VI. **Solicitud del FENADU.** El once de noviembre de dos mil veinte, el Director de Ferias, Espectáculos y Paseos Turísticos de Durango, mediante el oficio DFEPTD/062/2020, solicitó que la campaña Institucional “Promoción de la Feria Nacional Durango” sea vinculada con

los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental¹.

VII. Solicitud de la Lotería Nacional. El veintiuno de enero de dos mil veintiuno, el Titular de la Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación de la Secretaría de Gobernación, mediante oficio SC/UNMC/002/2021, remitió seis (6) de campañas de la Lotería Nacional para que sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Si juegas, gana México, versiones 1) Imagen de Fusión, 2) Sorteos Tradicionales y 3) Sorteos Electrónicos”;
2. “Acciones de ayuda por Lotería Nacional, versión Institucional”;
3. “Sorteos de Apoyos Especiales, versiones adecuadas al motivo de cada sorteo especial”;
4. “Ayuda desde los puntos de venta, versión impulso a nuestros puntos de venta físicos, electrónicos y nuevas máquinas de sorteos”;
5. “Juegos y Sorteos de Marcas Deportivas, versiones 1) Pronosports, 2) Progol y 3) Protouch”, e
6. “Historias de Suerte y Esperanza, versión Historias de la Lotería Nacional apoyando a vendedores, compradores y causas benéficas”.

VIII. Solicitudes de SEGOB y diversas dependencias de la Administración Pública Federal. El veintidós de enero de dos mil veintiuno, mediante oficio SC/UNMC/001/2021, el Titular de la Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación de la Secretaría de Gobernación, remitió veintiún (21) solicitudes de diversas dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, así como los formularios y soportes correspondientes a sus campañas de comunicación social que pretenden difundir para el ejercicio 2021, con la finalidad de que sean sometidas a las instancias competentes del INE como temas de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental en los Procesos Electorales 2020-2021.

¹ No se envió el formulario.

Adicionalmente, el cuatro de marzo del presente año, mediante oficio SC/UNMC/004/2021, el Titular de la Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación de la Secretaría de Gobernación, remitió una solicitud de la Secretaría de Salud, con dos (2) campañas adicionales.

Las mencionadas solicitudes son las siguientes:

- a) **Solicitud CONAGUA.** El veintinueve de diciembre de dos mil veinte, el Coordinador General de Comunicación y Cultura del Agua de la Comisión Nacional del Agua, mediante oficio B00.10.297, solicitó, a través de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, que la campaña “Protección a centros de población, versión Prevención Lluvias y Ciclones Tropicales 2021”, fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- b) **Solicitud ISSSTE.** El cuatro de enero de dos mil veintiuno, el Titular de la Unidad de Comunicación Social del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado, mediante oficio UCS/001/2021, solicitó, a través de la Secretaría de Gobernación, que la campaña “Prevención de Obesidad. Versión programa PPRESyO”, fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- c) **Solicitud SENASICA.** El cinco de enero de dos mil veintiuno, la Directora de Desarrollo y Vinculación del Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria, mediante oficio B00.07.01.001-2021, solicitó, a través de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural, que dos (2) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:
 1. “Campo Sano, bienestar para todos”, y
 2. “Viajero responsable, campo seguro”.
- d) **Solicitud SENER.** El seis de enero de dos mil veintiuno, la Directora General de Comunicación Social de la Secretaría de Energía, mediante oficio DGCS/112.007/2021, solicitó que la campaña “Horario de verano. Versiones: 1) Inicio fronterizo norte, 2)

Inicio resto de la República, 3) Término resto de la república y 4) Término fronterizo norte”, fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

- e) **Solicitud CONAPO.** El seis de enero de dos mil veintiuno, el Coordinador de Programas de Población y Asuntos Internacionales del Consejo Nacional de Población, mediante oficio CPPAI/004/2021, solicitó, a través de la Secretaría de Gobernación, que la campaña “Derechos sexuales y reproductivos entorno rural, versión ¡Yo decido! y ¡Yo exijo respeto!”, fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- f) **Solicitud INAH.** El seis de enero de dos mil veintiuno, el Director de Medios de Comunicación del Instituto Nacional de Antropología e Historia, mediante oficio 401.9C.3-2021/007, solicitó, a través de la Secretaría de Cultura, que la campaña “Difusión de la Cultura y del Patrimonio Antropológico e Histórico”, fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- g) **Solicitud CNTS.** El siete de enero de dos mil veintiuno, el Director General del Centro Nacional de la Transfusión Sanguínea, mediante oficio CNTS-DG-7-2021, solicitó a través de la Secretaría de Salud, que la campaña “Comparte vida, dona sangre”, fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- h) **Solicitud CECUTT.** El siete de enero de dos mil veintiuno, el Subdirector de Comunicación, Memoria y Documentación de las Artes de la Compañía Operadora del Centro Cultural y Turístico de Tijuana, mediante oficio GC/002/2021, solicitó, a través de la Secretaría de Cultura, que la campaña “Promoción de Bienes y Servicios Culturales”, fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

- i) **Solicitud INBAL.** El siete de enero de dos mil veintiuno, la Directora de Difusión y Relaciones Públicas del Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura, mediante oficio DDRP/003/2021, a través de la Secretaría de Cultura, que la campaña “Difusión de la Cultura y Patrimonio Artístico y Literario”, fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- j) **Solicitud CONAFOR.** El siete de enero de dos mil veintiuno, el Gerente de Comunicación y Producción de la Comisión Nacional Forestal, mediante oficio CAPE/GCP-002/2021, solicitó, a través de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, que la campaña “Y tú, ¿qué puedes hacer?”, fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- k) **Solicitud IMSS.** El siete de enero de dos mil veintiuno, el Titular de la Unidad de Comunicación Social del Instituto Mexicano del Seguro Social, mediante oficio 09 9001/GB000/GB00/2021/0007, solicitó a través de la Secretaría de Gobernación, que dos (2) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:
1. “Consejos PREVENIMSS”; e
 2. “IMSS Digital, versiones CHKT en línea y reporte especial”.
- l) **Solicitud SEMAR.** El siete de enero de dos mil veintiuno, el Contralmirante Jefe de la Unidad de Comunicación Social de la Secretaría de Marina, mediante oficio UNICOS/DAM/9C.5/008/21, solicitó, a través de la Secretaría de Gobernación, que la campaña “Bicentenario de la Armada de México”, fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- m) **Solicitud SEP.** El ocho de enero de dos mil veintiuno, el Director General de Comunicación Social de la Secretaría de Educación Pública, mediante oficio DGCS/003/2021, solicitó que la campaña “Prepa en línea Segunda Convocatoria”, fuera vinculada con los

conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

- n) **Solicitud CONALITEG.** El ocho de enero de dos mil veintiuno, la Jefa del Departamento de Difusión, Relaciones Públicas y Patrimonio Histórico de la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos, mediante oficio DDRPPH/00012/2021, solicitó, a través de la Secretaría de Educación Pública, que la campaña “Libros de texto gratuitos para educación básica”, fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- o) **Solicitud CONADE.** El ocho de enero de dos mil veintiuno, el Coordinador de Comunicación Social de la Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte, mediante oficio CNCFyD/DG/SG/CCS/002/2021, solicitó, a través de la Secretaría de Educación Pública, que la campaña “Nacionales CONADE 2021”, fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- p) **Solicitud IPN.** El ocho de enero de dos mil veintiuno, el Coordinador de Imagen Institucional del Instituto Politécnico Nacional, mediante oficio CII/002/2021, solicitó, a través de la Secretaría de Educación Pública, que dos (2) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:
 - 1. “Carrera IPN ONCEK”, y
 - 2. “85 Aniversario IPN”.
- q) **Solicitud UnADM.** El ocho de enero de dos mil veintiuno, la Rectora de la Universidad Abierta y a Distancia de México, mediante oficio UnADM/01/2021, solicitó, a través de la Secretaría de Educación Pública, que la campaña “Convocatoria de Ingreso a la Universidad Abierta y a Distancia de México”, fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

- r) **Solicitud CONAPRED.** El ocho de enero de dos mil veintiuno, la Coordinadora de Comunicación Social del Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación, mediante oficio CONAPRED/CCS/003/2021, solicitó, a través de la Secretaría de Gobernación, que la campaña “Discriminas cuando...versión estereotipos y prejuicios”, fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- s) **Solicitud de Secretaría de Cultura.** El ocho de enero de dos mil veintiuno, el Director General de Enlace de Comunicación Social y Vocero de la Secretaría de Cultura, mediante oficio DGCS/PACS/002/2021, solicitó, a través de la Secretaría de Gobernación, que la campaña “Actividades y Servicios Culturales”, fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- t) **Primera solicitud Secretaría de Salud.** El ocho de enero de dos mil veintiuno, la Directora General de Comunicación Social de la Secretaría de Salud, mediante oficio DGCS-45-2021, solicitó, a través de la Secretaría de Gobernación, que la campaña “Alimentación saludable por amor a la vida”, fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- u) **Solicitud CENSIA.** El ocho de enero de dos mil veintiuno, la Directora General del Centro Nacional para la Salud de la Infancia y la Adolescencia, mediante oficio CENSIA-26-2021, solicitó a través de la Secretaría de Salud, que tres (3) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:
1. “Vacunación contra sarampión”;
 2. “Primera jornada de salud pública: vacunación contra Covid-19”, y
 3. “Segunda jornada de salud pública: vacunación contra Covid-19”.

- v) **Solicitud de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.** El once de enero de dos mil veintiuno, la Titular de la Unidad de Comunicación Social y Vocero de la mencionada Secretaría, mediante oficio 395-106, solicitó, a través de la Secretaría de Gobernación, que su campaña “Declaración anual e informativa, versión Declaración anual 2021” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- w) **Segunda solicitud de la Secretaría de Salud.** El dos de marzo de dos mil veintiuno, la Directora General de Comunicación Social de la Secretaría de Salud, mediante oficio DGCS-482-2021, solicitó, a través de la Secretaría de Gobernación, que dos (2) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:
1. “Vacunación contra COVID-19, versiones varias”, y
 2. “Salud Materna y COVID-19”.

IX. Solicitud del Senado de la República. El dos de febrero de dos mil veintiuno, el Coordinador de Comunicación Social del Senado de la República, mediante oficio LXIV/CCS/021/2021, solicitó que dos (2) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental para el Proceso Electoral del estado de Campeche. Las campañas son las siguientes:

1. “Legislación para la Seguridad. Versión 1: Salud”, y
2. “Legislación para la Seguridad. Versión 2: Teletrabajo en Pandemia”.

Adicionalmente, el primero de marzo de dos mil veintiuno, el Coordinador de Comunicación Social del Senado de la República, mediante oficio LXIV/CCS/032/2021, solicitó que las anteriores campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental para el Proceso Electoral de los estados Guerrero, San Luis Potosí, Colima, Sonora, Baja California, Baja California Sur, Chihuahua, Ciudad de México, Guanajuato, Hidalgo, Michoacán, Sinaloa, Tlaxcala, Zacatecas, Durango, Aguascalientes,

Morelos, Oaxaca, Tabasco, Tamaulipas, Coahuila, Yucatán, Campeche, Nayarit, Estado de México, Querétaro y Quintana Roo.

X. Acuerdo de propaganda gubernamental para Procesos Electorales Locales. El quince de febrero de dos mil veintiuno, en sesión extraordinaria del Consejo General, se aprobó el *“Acuerdo [...] mediante el cual se responde a las consultas presentadas al amparo del INE/CG03/2017 relacionadas con propaganda gubernamental para los Procesos Electorales Locales 2020-2021 de los estados de Colima, Guerrero, Nuevo León, San Luis Potosí y Sonora”*, identificado como INE/CG109/2021.

XI. Solicitud de la Unidad de Comunicación Social y Atención Ciudadana del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro. El dieciocho de febrero de dos mil veintiuno, el Jefe de Asuntos Jurídicos de la citada Unidad, mediante oficio UCSAC/AJ/020/2021, solicitó que treinta y dos (32) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Cultura de la discapacidad”;
2. “Defensoría de audiencias”;
3. “Semana de la gente”;
4. “Incendios Forestales”;
5. “Difusión de opciones universitarias y actividades”;
6. “Programación de eventos culturales y educativos”;
7. “Inscripciones”;
8. “Aprende en casa”;
9. “Erradicación de la violencia familiar”;
10. “Rutas transporte especializado”;
11. “Viaja centro México. Viaja en corto”;
12. “Querétaro es de otro mundo”;
13. “Caminos de Querétaro Gastrofest”;
14. “Querétaro te pone de buenas”;
15. “Un Querétaro Sano. Haz ejercicio y aliméntate sanamente”;
16. “Medidas sanitarias en transporte público”;
17. “Servicios preventivos permanentes”;
18. “Protección de la mujer ante hechos de violencia de género”;
19. “Medidas sanitarias dentro del aeropuerto por Covid”;
20. “Vuela por Querétaro (reactivación de vuelos)”;

21. “Promoción de la denuncia”;
22. “Auxilio y seguridad vial”;
23. “Prevención del delito”;
24. “Plataforma www.apoyo-psicologico.mx”;
25. “Agenda cultural”;
26. “Cultura del agua”;
27. “Temporada de calor”;
28. “Prevención y control de enfermedades”;
29. “Estilos de vida saludables”;
30. “Donación de órganos y tejidos, sangre”;
31. “Dengue”, y
32. “COVID-19”.

XII. Solicitud del INFONAVIT. El diecinueve de febrero de dos mil veintiuno, el Subdirector General de Comunicación del Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores, mediante el oficio SCom/004/2021, solicitó que su campaña “Infonavit, el crédito es tuyo” sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

XIII. Solicitud del Ayuntamiento de Ajalpan, Puebla. El diecinueve de febrero de dos mil veintiuno, la encargada de Comunicación Social del citado Ayuntamiento, mediante correo electrónico, solicitó que siete (7) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Prevención de deslaves y derrumbes”;
2. “Programa de Prevención contra incendios forestales”;
3. “Todos contra el dengue”;
4. “Campaña de vacunación felina y canina”;
5. “Wifi para la educación” y “Actividades Cívicas”;
6. “Unidos contra COVID-19”, y
7. “Cloración, prevención de enfermedades intestinales”.

XIV. Solicitud del Ayuntamiento de Mazatlán, Sinaloa. El diecinueve de febrero de dos mil veintiuno, diversas dependencias del citado Ayuntamiento, solicitaron que cuatro (4) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Distribución de información sobre la oferta educativa del Centro Municipal de Artes de Mazatlán”;
2. “Distribución de información sobre eventos culturales”;
3. “Distribución de información relevante de hechos diarios”, y
4. “Difusión de información relevante sobre los servicios de JUMAPAM”.

Adicionalmente, el cinco de marzo de dos mil veintiuno, el Gerente General de la Junta Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Mazatlán, mediante oficios sin número, solicitó que dos (2) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Conmemoración del día mundial del agua por JUMAPAM”, y
2. “Transmisión en vivo de los concursos de obra y licitación JUMAPAM”.

XV. Solicitud del Ayuntamiento de Banderilla del estado de Veracruz. El veintiséis de febrero de dos mil veintiuno, la Directora Asuntos Jurídicos del Ayuntamiento de Banderilla, Veracruz, mediante correo electrónico, solicitó que dos (2) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Medidas mitigación contra Covid-19”, y
2. “Campaña permanente de acciones y medidas de mitigación y vacunación contra el dengue, zika y chikungunya”.

XVI. Solicitud del Ayuntamiento de Texcoco, Estado de México. El veintiséis de febrero de dos mil veintiuno, el Secretario del citado Ayuntamiento, mediante oficio 1.2.2/S.A./046/2021, solicitó que tres (3) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Jóvenes Universitarios 2021”;
2. “Jornada de la Mujer 2021”, y

3. “Programa permanente de atención a emergencias sanitarias, catástrofes, siniestros y desastres naturales 2021”.

XVII. Solicitud del Ayuntamiento de Tenango del Valle, Estado de México.

El primero de marzo de dos mil veintiuno, el Presidente Municipal del citado Ayuntamiento, mediante el oficio PMTV/PM/042/2021, solicitó que la propaganda gubernamental relativa a diversas acciones, apoyos y programas para fortalecer, mejorar y contribuir a dignificar las condiciones de vida de la población sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

XVIII. Solicitud del Ayuntamiento de Morelos, Estado de México.

El primero de marzo de dos mil veintiuno, el Presidente Municipal del citado Ayuntamiento, mediante el oficio PM/0063/III/2021, solicitó que la propaganda gubernamental relativa a diversas acciones, apoyos y programas para fortalecer, mejorar y contribuir a dignificar las condiciones de vida de la población sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

XIX. Solicitud de la Alcaldía Tlalpan de la Ciudad de México.

El dos de marzo de dos mil veintiuno, la Directora de Comunicación Social de la citada alcaldía, mediante oficio AT/DCS/0159/2021, solicitó que diez (10) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Lotería de adicciones”;
2. “Tlalpan se protege”;
3. “Tlalpan incluyente”;
4. “Huellitas”;
5. “Salud y Bienestar”;
6. “Juntos por la salud mental”;
7. “¿Qué te cuesta?”;
8. “Mujeres unidas”;
9. “La prevención comienza en casa”, y
10. “Disfrutemos Tlalpan”.

XX. Solicitud del Ayuntamiento de Xalapa del estado de Veracruz.

El dos de marzo de dos mil veintiuno, el Director de Comunicación Social del citado Ayuntamiento, mediante oficio CCS/0278/2021, solicitó que cinco

(5) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Campaña de Apoyo a la vacunación contra la COVID-19”;
2. “Prevención y contención de la enfermedad COVID-19 en el municipio de Xalapa”;
3. “Campaña permanente contra el Dengue”;
4. “Temporada de Lluvias: campaña de información y prevención de inundaciones y encharcamientos”, y
5. “Campaña de Información y Prevención de Incendios Forestales (pastizales)”.

XXI. Solicitud de la Alcaldía Álvaro Obregón de la Ciudad de México. El dos de marzo de dos mil veintiuno, la Directora General Jurídica de la citada alcaldía, mediante oficios AAO/DGJ/361/2021 y AAO/DGJ/361/2021BIS, solicitó que veintitrés (23) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Programa de lluvias en la Alcaldía Álvaro Obregón”;
2. “Programa pandemia en la Alcaldía Álvaro Obregón”;
3. “Programa de Estiaje Alcaldía Álvaro Obregón”;
4. “Programa de sismos en la Alcaldía Álvaro Obregón”;
5. “Rehabilitación Post Covid, ejercicios básicos 3”;
6. “Rehabilitación Post Covid, ejercicios básicos 4”;
7. “Twitter Cultura AO”;
8. “Crosskids”;
9. “Juega, Ríe y Ejercítate”;
10. “Yoga para mamás, Vol.1”;
11. “Yoga para mamás, Vol. 2”;
12. “Las drogas si tienen salida, encuentra la tuya”;
13. “Día del niño y de la niña”;
14. “Cápsula conmemorativa por el día del Trabajo”;
15. “159 años de la batalla de Puebla”;
16. “Serenata virtual a mamá”;
17. “Cápsula conmemorativa del día del maestro y maestra”;
18. “RecomendAO”
19. “Cápsula deportiva para fortalecer tu cuerpo y tu respiración?”

20. “Jornadas de Salud”;
21. “Espacios 100% libres de humo de tabaco de la Alcaldía Álvaro Obregón”;
22. “En la seguridad ciudadana participamos todos los obregonenses”,
y
23. “Contacto mujer”.

Adicionalmente, el tres de marzo de dos mil veintiuno, la Directora General Jurídica de la citada alcaldía, mediante oficio AAO/DGJ/392/2021, solicitó que siete (7) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Promoción del autocuidado y envejecimiento digno de las personas mayores y grupos de atención prioritaria”;
2. “Leyendo y aprendiendo en casa”;
3. “Centro de atención veterinaria”;
4. “Apoyo emergente para compra de medicamento por COVID-19”;
5. “Centro de atención a la salud”;
6. “Apoyo a la economía de mujeres emprendedoras afectadas por la pandemia de COVID-19”, y
7. “Fortaleciendo la cultura empresarial con apoyos emergentes en la Alcaldía Álvaro Obregón”.

Finalmente, el cinco de marzo de dos mil veintiuno, el Coordinador de lo Contencioso de la citada alcaldía, mediante oficio AAO/DGJ/15/2021, solicitó que tres (3) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Servicios funerarios”;
2. “Trabajo en beneficio de tu colonia, apoyo económico para personas sin empleo a causa de la emergencia sanitaria”, y
3. “Apoyos Emergentes a Personas vulnerables”.

XXII. Solicitud del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI). El tres de marzo de dos mil veintiuno, el Director General de Comunicación Social y Difusión del INAI, mediante oficio sin número, solicitó que su campaña “Campaña institucional 2021. Versiones: spot 1 y spot 2” sea vinculada

con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

XXIII. Solicitud del Ayuntamiento de San Pedro Tlaquepaque, Jalisco. El tres de marzo de dos mil veintiuno, el Secretario del citado Ayuntamiento, mediante oficio SA/104/2021, solicitó que cuatro (4) de las campañas de diversas dependencias del Ayuntamiento sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Campaña de estiaje prevención de incendios”;
2. “Medidas preventivas COVID-19”;
3. “Temporadas de lluvias (prevención)”, y
4. “Combate al dengue”.

Adicionalmente, el Secretario del citado Ayuntamiento, mediante oficio SA/107/2021, solicitó que la campaña “Ahorro del agua” sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

XXIV. Solicitud del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas. El tres de marzo de dos mil veintiuno, el Secretario del citado Ayuntamiento, mediante oficio SAY/00503/2021, solicitó que diecisiete (17) de las campañas de diversas dependencias del Ayuntamiento sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Inspecciones en Materia de Protección Civil”;
2. “Temporada de Huracanes y Ciclones Tropicales 2021”;
3. “Operativo Carrusel”;
4. “Operativo de Semana Santa 2021”;
5. “Vialidad y Seguridad”;
6. “Condonación de recargos en el pago de predial en los meses de enero, febrero, marzo, abril, mayo y junio del 2021”;
7. “Condonación de recargos en el pago del Impuesto sobre Adquisición de Bienes Inmuebles (ISAI)”;
8. “Gran Sorteo Comienza el Viaje, rifar un carro último modelo entre los ciudadanos que paguen su predial en los meses de Enero, Febrero y Marzo 2021”;
9. “Mi doctor”;

10. “Entrega de tarjetas del programa municipal de desarrollo social en becas escolares 2021”;
11. “Tarjeta Juventud”;
12. “Talleres online: aprende y crece desde casa”;
13. “Educación Municipal Superior (Servicio social por línea)”;
14. “Plataforma virtual de enseñanza artística”;
15. “Programa Acércate”;
16. “Festivales Culturales Reynosa 2021”, y
17. “Convocatorias culturales y apoyos económicos”.

Adicionalmente, el cuatro de marzo de dos mil veintiuno, mediante correo electrónico, se solicitó que la campaña “Tarjeta Predial Ciudadano Cumplido 2021” sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

XXV. Solicitudes de dependencias del Gobierno del estado de Oaxaca. El cuatro de marzo de dos mil veintiuno, la Subsecretaria de Operación Turística de la Secretaría de Turismo de Oaxaca, mediante oficio ST/SOT/06/2021, solicitó que su campaña “Campaña de promoción turística del estado de Oaxaca” sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

El cinco de marzo de dos mil veintiuno, el Director de Asuntos Jurídicos de los Servicios de Salud de Oaxaca, mediante oficio 4C/4C1/0684/2021, solicitó que tres (3) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Saneamiento básico”;
2. “Dengue, Zika y Chikungunya”, y
3. “Alimentación infantil y cuidado de la salud”.

XXVI. Solicitud del Gobierno del Estado de México. El cuatro de marzo de dos mil veintiuno, el Coordinador General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México, mediante oficio 204A0000000000/064/2021, solicitó que doscientas cinco (205) de las campañas de diversas dependencias del estado sean vinculadas con los

conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental².

XXVII. Solicitud del Gobierno de Nayarit. El cuatro de marzo de dos mil veintiuno, la Directora de Mercadotecnia de la Dirección General de Comunicación Social del estado de Nayarit, mediante correo electrónico, solicitó que nueve (9) de las campañas de diversas dependencias del estado sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Inscripciones UPEN”;
2. “Inscripciones UT NAY”;
3. “Inscripciones UT de Mazatán”;
4. “911- Número de emergencias”;
5. “Prevención de incendios forestales”;
6. “Prevención de accidentes (viales)”;
7. “Prevención inicio temporada de lluvias”;
8. “No bajes la guardia”, y
9. “Sin criaderos no hay mosquitos”.

XXVIII. Solicitud del Ayuntamiento de San Juan del Río, Querétaro. El cuatro de marzo de dos mil veintiuno, la Directora de Comunicación Social del citado Ayuntamiento, mediante oficio CS/005/2021, solicitó que cinco (5) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Prevención de lluvias”;
2. “Conmemoración 490 aniversario de la fundación de San Juan del Río”;
3. “Pruebas COVID”;
4. “Uso de Cubrebocas”, y
5. “Prevención del suicidio”.

XXIX. Solicitud del Gobierno del estado de Tamaulipas. El cuatro de marzo de dos mil veintiuno, la Subsecretaria de Legalidad y Servicios

² Las campañas se detallarán en los considerandos de este acuerdo al momento de analizarlas para evitar obvias repeticiones dado el número elevado de ellas.

Gubernamentales de la Secretaría General de Gobierno del estado Tamaulipas, mediante oficio SGG/SLSG/0408/2021, solicitó que nueve (9) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Ángeles Azules”;
2. “Clases en tu hogar”;
3. “Creciendo juntos”;
4. “Protocolo de playas ante pandemia por coronavirus”;
5. “Línea de apoyo ante COVID-19”;
6. “Salud integral niños y adolescentes”;
7. “Salud mental”;
8. “Terapia pulmonar post COVID-19”, y
9. “Línea de emergencia 911”.

Adicionalmente, el cinco de marzo de dos mil veintiuno, la Subsecretaria de Legalidad y Servicios Gubernamentales de la Secretaría General de Gobierno del estado Tamaulipas, mediante oficio SGG/SLSG/0415/2021, solicitó que nueve (9) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Semana Santa 2021”;
2. “Verano 2021”;
3. “Conoce TAM”;
4. “Campaña SaniTamPro”;
5. “Cierre de playas”;
6. “Aplicación Compra Tam”;
7. “Página de internet www.visittam.com”;
8. “Reserva de playas”, y
9. “Redes sociales Facebook Turismo Tamaulipas, liga de internet [Facebook.com/VisitTamaulipas](https://www.facebook.com/VisitTamaulipas)”.

XXX. Solicitud del Ayuntamiento de Matamoros, Tamaulipas. El cuatro de marzo de dos mil veintiuno, el Director Jurídico del citado ayuntamiento, mediante oficio 257/2021, solicitó que diez (10) campañas de diversas dependencias del municipio sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. "Inscripciones al servicio de guardería y preescolar en centro asistencial de desarrollo infantil";
2. "Oigamos Juntos";
3. "Una mirada de amor";
4. "3er. Festival y encuentro para niñas y niños bebeleche binacional";
5. "Juntos luchemos contra el dengue";
6. "Juntos luchemos contra el dengue. Publicaciones"³;
7. "Brigadas médicas", y
8. "Brigadas médicas. Publicaciones"⁴.
9. "Médico en tu hogar"
10. "Médico en tu hogar. Publicaciones"⁵

Adicionalmente, el cinco de marzo de dos mil veintiuno, el Director Jurídico del citado ayuntamiento, mediante oficio 258/2021, solicitó que las mismas diez (10) campañas detalladas anteriormente sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

XXXI. Solicitud del DIF del Ayuntamiento de Playas de Rosarito, Baja California. El cuatro de marzo de dos mil veintiuno, la Encargada de Despacho del Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del mencionado Ayuntamiento, mediante correo electrónico, solicitó que siete (7) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. "Bazar Recaudatorio";
2. "INAPAM";
3. "Formando Multiplicadores";
4. "Programa alimentario";
5. "Talleres psicoeducativos para niños y adolescentes";
6. "Taxi DIF", y
7. "Servicio profesional en rehabilitación física".

³ No obstante que esta campaña tiene el mismo nombre que la anterior, al tener un objeto diferente se puede constatar que se trata de una campaña diversa, por lo que con la finalidad de distinguirlas se le agregara la palabra "Publicaciones" a una de ellas.

⁴ *Ídem.*

⁵ *Ídem*

XXXII. Solicitud del Gobierno del estado de Zacatecas. El cuatro de marzo de dos mil veintiuno, el Coordinador de Comunicación Social y el Director de Imagen Institucional del estado Zacatecas, mediante oficio CCS073/2021, solicitó que setenta y cuatro (74) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Proceso de admisión 2021-2022 al bachillerato General Militarizado”;
2. “Participación en el Concurso Nacional de Expresión Literaria sobre los símbolos patrios”;
3. “Sigamos aprendiendo en el hospital”;
4. “Dejando huella en la educación”;
5. “Día de la educadora”;
6. “Participación en procesos de formación, capacitación y actualización de las diferentes figuras educativas”;
7. “Día del maestro”;
8. “Día del estudiante”;
9. “Concurso “Ruta de la Independencia”;
10. “Olimpiada del Conocimiento”;
11. “Concurso “La niña, el niño y la mar”;
12. “Concurso “Ruta de la independencia. Fase regional”;
13. “Concurso Nacional de Expresión Literaria “La juventud y la mar”;
14. “Olimpiada del Conocimiento. Fase regional”;
15. “Bachillerato General Policial”;
16. “Aprende y diviértete con seguridad”;
17. “Inscripciones a la Universidad Tecnológica de Zacatecas”;
18. “Cierre de inscripciones para el Colegio de Bachilleres del Estado de Zacatecas”;
19. “El alcoholímetro salva vidas”;
20. “Todos somos peatones”;
21. “Centro cívico de sanciones administrativas”;
22. “35 Festival Cultural zacatecas 2021”;
23. “17 Jornadas Candelario Huizar 2021 y entrega de la Medalla al Mérito Musical”;
24. “15 Aniversario de la Fototeca de Zacatecas Pedro Valtierra”;
25. “Programa ¡Vive la Ciudad”;
26. “16 Festival Cultural de la Diversidad Sexual 2021”;
27. “21 Feria nacional del Libro 2021”;

28. "24 Jornadas Lopezvelardeanas y Premio Iberoamericano "Ramón López Velarde";
29. "18 Festival del Corrido a Don Antonio Aguilar";
30. "24 Festival Zacatecas del Folclor Internacional";
31. "Centenario de la muerte de Ramón López Velarde";
32. "La pandemia sigue";
33. "Estilos de vida saludable";
34. "Prevención de embarazos";
35. "Juntos sin adicciones";
36. "Programa de Violencia Familiar y de Género";
37. "Prevención de la obesidad, diabetes e hipertensión";
38. "Covid 19/Vacunación Covid-19";
39. "Aliento de vida";
40. "Estamos contigo";
41. "Exposición temporal en el Zigzag"⁶;
42. "Taller para interesados en obtener una beca CONACYT al extranjero";
43. "InnovaHack at Home 2021";
44. "Celebración del día del niño y de la niña en el Zigzag";
45. "Curso habilidades STEAM II";
46. "Desafío Rubik";
47. "Curso capacitación para Icubaticz";
48. "Día internacional del museo";
49. "Presentación de resultados de proyectos LABSOL enero-mayo 2021";
50. "Coloquio Recreación en cadena";
51. "Semana de nuevos talentos (SENUET)";
52. "Inicio de sesiones virtuales de Innova Weekend 2021";
53. "Entrega de becas";
54. "Incendios Forestales";
55. "Recomendaciones por temporada de lluvias";
56. "Recomendaciones en balnearios, presas y bordos";
57. "Capital Americana de la Cultura";
58. "Sello Safe Travels";
59. "Museo Turismo de Reuniones";
60. "Pacto Centro Occidente";
61. "Sin adicciones es mejor";
62. "Descarga MI JIAPAZ";

⁶ De esta campaña se presentaron dos formularios idénticos.

63. “Declaración de Situación Patrimonial”;
64. “Si lo ves, denúncialo”;
65. “Línea de contacto SSP”;
66. “Espacio Virtual”;
67. “Jornada de prevención de delitos como: extorsión, secuestro y delitos que puedan afectar directamente a madres de familia”;
68. “Por mi futuro”;
69. “Antes de dar vida”;
70. “Efecto positivo vs las adicciones”;
71. “Yo llevo vs la violencia de género”;
72. “Cuelga vs la extorsión”;
73. “REPUVE”, y
74. “Autoseguro”.

XXXIII. Solicitud del Ayuntamiento de Lagos de Moreno, Jalisco. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, el Director de Comunicación Social del citado Ayuntamiento, mediante oficio sin número, solicitó que tres (3) de las campañas de diversas dependencias del Ayuntamiento sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Fuerza laguense contra el COVID-19”;
2. “Fomento a la educación local”, y
3. “Acciones preventivas por impacto de agentes perturbadores o atención de servicios de emergencia”.

XXXIV. Solicitud del Ayuntamiento de Tizayuca, Hidalgo. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, la Presidenta Municipal del citado Ayuntamiento, mediante oficio OFDP/023/03/2021, solicitó que cuatro (4) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Concientízate”;
2. “Educatízate”;
3. “Ejercitízate”, y
4. “Preventiza”.

XXXV. Solicitud del Ayuntamiento de Metepec, Estado de México. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, el Secretario del citado Ayuntamiento,

mediante oficio SHA/CAB/121/2020, solicitó que cuatro (4) de las campañas de diversas dependencias del Ayuntamiento sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes⁷:

1. “Campaña Integral de Prevención contra la Violencia y el Suicidio”;
2. “Prevención ante el COVID-19”;
3. “Prevención del suicidio”;
4. “Prevención de la violencia intrafamiliar”;

XXXVI. Solicitud del Ayuntamiento de Córdoba, Veracruz. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, la Coordinadora de Comunicación Social del citado Ayuntamiento, mediante oficio C.C.S./1205/2021, solicitó que veinticuatro (24) de las campañas de diversas dependencias del Ayuntamiento sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Acciones preventivas y ejecutivas de emergencia sanitaria 2021”;
2. “Actividades del mes de la mujer”;
3. “Actividades preventivas y ejecutivas ante el COVID-19”;
4. “Actividades preventivas y ejecutivas ante el dengue”;
5. “Adopta desde casa”;
6. “Conexión educativa
7. “Córdoba de historia e historias”;
8. “Derechos de las niñas y niños”;
9. “Difusión de derechos y obligaciones en Protección Civil”;
10. “Prevención e información sobre estiaje/huracanes”;
11. “Festejos bicentenario tratados de Córdoba”;
12. “Fundación de Córdoba”;
13. “Ingresar para brillar”;
14. “Inscripción a becas”;
15. “Jornadas de descacharrización”;
16. “Mapa de riesgos”;
17. “Mastografías a mujeres de Córdoba”;
18. “Plan familiar de protección civil”;
19. “Plataforma de atención ciudadana”;
20. “Prevención ante embarazo de niñas y adolescentes”;
21. “Recarga de tanques de oxígeno”;

⁷ No se enviaron los formularios.

22. “Salud y derechos de la mujer”;
23. “Supervisión a salones de fiesta”, y
24. “Vacunación contra el COVID-19”.

XXXVII. Solicitud del Ayuntamiento de Puerto Vallarta, Jalisco. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, el Secretario Particular del citado Ayuntamiento, mediante oficio PMPVR-0273-2021, solicitó que siete (7) de las campañas de diversas dependencias del Ayuntamiento sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Limpieza y desazolve de ríos, arroyos y canales”;
2. “Temporada de Estiaje (incendios forestales)”;
3. “Temporada de Lluvias y Ciclones Tropicales”;
4. “Uniformes, zapatos y seguro escolar”;
5. “Día internacional de la mujer”;
6. “Día nacional de la familia”, y
7. “Día de los niños de México”.

Adicionalmente, el nueve de marzo de dos mil veintiuno, el Secretario Particular del citado Ayuntamiento, mediante oficio PMPVR-0286-2021, solicitó que cinco (5) de las campañas de la Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental, a saber:

8. Recomendaciones Preventivas de Protección Civil y Seguridad por Temporada de Lluvias;
9. La contingencia no ha terminado, fuera de casa usa cubre bocas,
10. ¡Aguas! El Dengue está en casa;
11. Cultura del Agua;
12. Temporada de Huracanes.

XXXVIII. Solicitud del Ayuntamiento de Tuxpan, Veracruz. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, el Director de Comunicación Social del citado Ayuntamiento, mediante oficio No. 12, solicitó que veintidós (22) de las campañas de diversas dependencias del Ayuntamiento sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Sanitización del domicilio de paciente COVID-19 positivo”⁸;
2. “Visita médica a domicilio de pacientes con imposibilidad de desplazamiento autónomo para su atención médica”;
3. “Visita médica a domicilio de pacientes tanto probables como infectados positivos de COVID-19”;
4. “Atención médica prehospitalaria”;
5. “Traslados en ambulancia de pacientes COVID-19”;
6. “Supervisión Sanitaria de expendios de alimentos (taquerías, torterías y similares) las 24 hrs.”;
7. “Concurso de oratoria nivel primaria alta y secundaria”
8. “Concurso cuentacuentos nivel preescolar y primaria baja”;
9. “Concurso de dibujo nivel preescolar y primaria baja”;
10. “Programa aprende en casa”;
11. “Ceremonias Cívicas”;
12. “Teatrotón”;
13. “Programa artístico del día del maestro”;
14. “Programa artístico del día de las madres”;
15. “Presentación de libros”;
16. “Proyección de películas”;
17. “Círculos literarios”;
18. “Preparación de planes y programas”;
19. “Sesiones de consejo”;
20. “Análisis y detección de riesgos”;
21. “Promoción de la educación, capacitación y comunicación social en temas de protección civil”, y
22. “Desazolve, descacharrización y eliminación de riesgos”⁹.

XXXIX. Solicitud del Ayuntamiento de Coacalco, Estado de México. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, el Coordinador de Comunicación Social del citado ayuntamiento, mediante oficio CS/673/2021, solicitó que su campaña “Información sobre la prevención y mitigación del virus COVID-19” sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

XL. Solicitud del Ayuntamiento de Naucalpan de Juárez, Estado de México. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, el Director de Comunicación del citado Ayuntamiento, mediante oficio

⁸ De esta campaña se remitieron dos formularios idénticos.

⁹ De esta campaña se remitieron dos formularios similares.

PM/DGEI/DC/112/2021, solicitó que doce (12) de las campañas de diversas dependencias del Ayuntamiento sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Atención COVID Módulo Triage”;
2. “Centro telefónico de atención médica y psicológica”;
3. “Consejos de nutrición y ejercicio en pandemia”;
4. “Cuidado de Adultos Mayores COVID-19”;
5. “Difusión del programa de vacunación COVID-19, en coordinación con el Gobierno de México”;
6. “Elaboración de líquido desinfectante.”;
7. “Fomento al uso de cubrebocas”
8. “Operativos de prevención COVID-19 en mercados”;
9. “Prevención en época de lluvias y avisos de contingencias”;
10. “Pruebas rápidas COVID-19”;
11. “Restricción de visitas a panteones por el día de las madres”, y
12. “Restricciones semáforo epidemiológico”.

XLII. Solicitud del Ayuntamiento de Nezahualcóyotl, Estado de México. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, el Secretario del citado Ayuntamiento, mediante oficio SHA/1088/2021, solicitó que seis (6) de las campañas de diversas dependencias del Ayuntamiento sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Adultos mayores Neza reconoce tu grandeza”;
2. “Aliento Neza”;
3. “Apoyo a estudiantes de nivel básico”;
4. “Apoyo a estudiantes de nivel medio superior”;
5. “Mi vacuna Neza”, y
6. “Neza Vale”.

XLII. Solicitud de la Coordinación de Comunicación Social del Ayuntamiento de Nicolás Romero, Estado de México. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, el Encargado del Despacho de la Dirección Jurídica del citado Ayuntamiento, mediante oficio NR/DJ/0452/2021, solicitó que siete (7) de las campañas de diversas dependencias del Ayuntamiento sean vinculadas con los conceptos de excepción a las

reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Botón de emergencias SISC NR y Red de alarmas vecinales”;
2. “Botón violeta mujer protegida”;
3. “Puerta violeta”;
4. “Consulta médica COVID-19”;
5. “Pruebas gratuitas COVID-19”;
6. “Evita incendios forestales”, y
7. “Campaña de sanitización permanente”.

XLIII. Solicitud de la Fiscalía General de la República (FGR). El cinco de marzo de dos mil veintiuno, la Directora General Adjunta de Comunicación Digital de la FGR, mediante correo electrónico, solicitó que su campaña “¿Has visto a...?” sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

XLIV. Solicitud del Fondo de Vivienda del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (FOVISSSTE). El cinco de marzo de dos mil veintiuno, el Jefe de Departamento de Relaciones Públicas y Difusión del FOVISSSTE, mediante correo electrónico, solicitó que su campaña “Educando para tu casa” sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

XLV. Solicitud del Gobierno del estado de Jalisco. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, el Coordinador General de Comunicación, mediante oficio CGC 028/2021, solicitó que cinco (5) de las campañas de diversas dependencias del Estado sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Sin incendios, Jalisco respira”;
2. “Prevención de delitos, extorsiones y fraudes”;
3. “Ante la pandemia, Jalisco se defiende”;
4. “¡Aguas! El dengue está en casa”, y
5. “¡Aguas Jalisco!”.

Adicionalmente, el mismo día, el Director General del Centro de Coordinación, Comando, Control, Comunicaciones y Computo del estado

de Jalisco (Escudo urbano C5), mediante oficio EUC5/DG/360/2021, solicitó que la campaña “Uso responsable de la línea de emergencias del 911” sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

XLVI. Solicitud del Ayuntamiento de Toluca, Estado de México. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, el Director General del Sistema Municipal para el Desarrollo Integral de la Familia del citado Ayuntamiento, mediante oficio 200B10000/00246/2021, solicitó que diez (10) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Prevención de cáncer cervicouterino (estudios de colposcopia y toma de muestras de citología)”;
2. “Difusión de cápsulas informativas en salud”;
3. “Jornadas nacionales de salud pública”;
4. “Campañas de salud de acuerdo a calendario de salud de la Organización Mundial de la Salud”;
5. “Centros de atención médica integral (CAMI) DIF Toluca”;
6. “Densitometrías”;
7. “DIFundiendo valores”;
8. “Vida activa para el adulto mayor”;
9. “Difusión de apertura de servicio de alfabetización y educación para los adultos DIF-INEA”, y
10. “Difusión de apertura de servicios de estancias infantiles”.

Adicionalmente, el nueve de marzo, la Titular de la Unidad de Ambientes de Paz del Ayuntamiento, mediante oficio 204012000/10/2021, solicitó que una (1) de sus campañas, sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

11. “Cuidado de la Salud Mental y Emocional”

Finalmente, el diez de marzo siguiente, el Secretario del Ayuntamiento, mediante oficio 2010A/607/2021, solicitó que catorce (14) campañas de la Dirección General de Seguridad Pública del citado Municipio, sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

12. "Impartir pláticas que fomenten la participación ciudadana y la prevención social del delito."
13. "Impartir pláticas que favorezcan el buen uso del número Nacional 911."
14. "Implementar medidas de prevención."
15. "Instrumentar el programa Mujer Activa."
16. "Coordinar el programa semana de la prevención."
17. "Realizar eventos con jóvenes del programa Vive la Vida Toluca"
18. "Coordinar la Prevención Comunitaria en el Municipio"
19. "Informar medidas de prevención en empresas y comercios."
20. "Informar en redes sociales los acontecimientos más importantes de la Dirección General de Seguridad Pública"
21. "Diseñar gráficos de convocatorias, campañas, flyers, y material de apoyo visual en general, para difundir los programas de la Dirección General de Seguridad Pública"
22. "Impartir pláticas de cultura y educación vial en escuelas"
23. "Impartir el taller Maneja bien y cuida a tu familia"
24. "Impartir pláticas para la prevención en las comunidades sobre cultura y educación vial"
25. "Impartir el programa Héroes de las Avenidas"

XLVII. Solicitud del Ayuntamiento de Zapopan, Jalisco. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, el Coordinador de Análisis Estratégico y Comunicación del citado Ayuntamiento, mediante oficio CAEC/062/2021, solicitó que dos (2) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. "Campaña contra incendios", y
2. "Resistiremos una vez más".

XLVIII. Solicitud del Ayuntamiento de Centro Villahermosa, Tabasco. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, el Presidente Municipal del citado Ayuntamiento, mediante oficio PM/2619/2021, solicitó que veintiocho (28) de las campañas de diversas dependencias del Ayuntamiento sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. "Entrega de apoyos ortopédicos";
2. "Nutriendo a las familias de Centro";

3. “Albergue para la atención de niñas, niños y adolescentes migrantes acompañados y no acompañados “Celia González””;
4. “Academias”;
5. “Clases virtuales CENDIS”;
6. “Desayunos escolares”;
7. “Madres lactantes”
8. “Programa de mejoramiento de vivienda a través de la adquisición de tinacos a bajo costo en apoyo a la economía familiar”;
9. “Enlace municipal ante INAPAM”;
10. “Repoblación de cuerpos lagunares del municipio Centro”;
11. “Mecanización agrícola”;
12. “Programa sembrando comida en tu colonia”;
13. “Programa de eventos culturales del municipio Centro, Tabasco”;
14. “Graduación del taller “Educación para la Salud” generación 2020-2021”;
15. “Entrega de kits de salud a las alumnas que estudian el taller “Educación para la Salud” generación diciembre 2020 a septiembre 2021”;
16. “Graduación del taller “Educación para la Salud” generación 2020-2021”;
17. “Conmemoración del día internacional de la mujer”;
18. “Infografía para difusión de efemérides ambientales”;¹⁰
19. “Puntos limpios”;¹¹
20. “Gestión médica y proyecto”;
21. “Regulación y control sanitario”;
22. “Unidad médica móvil para la mujer de Centro”;
23. “Fomento de programas de actividades deportivas y culturales en espacios educativos”;
24. “Fomento educativo a distancia”;
25. “Rehabilitación de 9 plantas potabilizadoras de agua”, y
26. “Normatividad del Ramo 33 de fondo III, a través de los comités comunitarios”.

XLIX. Solicitud de la Secretaría de Trabajo, Previsión Social y Productividad del estado de Veracruz de Ignacio de la Llave. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, la Secretaria de la Secretaría mencionada, mediante oficio STPSP/OS/067/2021, solicitó que doce (12)

¹⁰ De esta campaña se remitieron dos formularios idénticos.

¹¹ De esta campaña se remitieron dos formularios idénticos.

de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Cursos ICATVER”;
2. “Subprograma capacitación para la empleabilidad”;
3. “VALPAR”;
4. “Talleres para buscadores de empleo”;
5. “Campaña ÚNETE para poner fin a la violencia contra las mujeres y niñas “Día Naranja””;
6. “Jornadas de conciliación permanentes”;
7. “El nuevo modelo del sistema de justicia laboral”;
8. “Cursos de capacitación en términos de previsión social y productividad”;
9. “Semana de la seguridad social”;
10. “Campaña permanente en materia de inspección del trabajo”;
11. “Campaña permanente contra el trabajo infantil”, y
12. “Violencia contra las mujeres en el ámbito laboral”.

L. Solicitud del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, el Presidente Municipal del citado Ayuntamiento, mediante oficio MTBH/CJMA/137/2021, solicitó que sesenta y tres (63) de las campañas de diversas dependencias del Ayuntamiento sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Manejo integral de residuos sólidos”;
2. “Fomento a la lectura con niños y adultos”;
3. “Talleres (canto, folklor, batería, guitarra, maquillaje)”;
4. “Conciertos”;
5. “Prevención de las adicciones”;
6. “Muévete en casa”;
7. “Jóvenes emprendedores”
8. “Retomando la lectura”;
9. “Rehabilitación del sendero intermunicipal”;
10. “Feria educativa digital 2021”;
11. “Platicas y/o conferencias de educación para la salud”;
12. “154 aniversario del título de Tulancingo como ciudad”;
13. “Conciertos”;

14. "Sanidad vegetal";
15. "Vacunación";
16. "Inocuidad en los productos cárnicos y lácteos";
17. "Campaña para fomentar la eliminación de productos agroquímicos de alta residualidad";
18. "Talleres de capacitación en manejo integral del hato ganadero";
19. "Inocuidad en la producción hortícola";
20. "Difusión de medidas preventivas en materia de protección civil por fenómenos afectables a la ciudadanía";
21. "Operativo cazadores de tormentas";
22. "Si tienes cabeza usa casco";
23. "Conoce tus derechos";
24. "Uno por uno";
25. "Concientización de peatones";
26. "Campaña naranja";
27. "Transporte seguro";
28. "Colonia segura";
29. "Adopción canina y felina";
30. "Esterilización canina y felina permanente";
31. "Campaña permanente de cirugías de cataratas";
32. "Medidas preventivas COVID-19";
33. "Campaña de prevención para la mujer";
34. "Campaña de prevención de enfermedades crónico-degenerativas";
35. "Campaña de consejería en planificación familiar";
36. "Campaña de prevención de enfermedades diarreicas";
37. "Comedores municipales";
38. "Huertos de traspatio";
39. "Comedores municipales";
40. "Platicas virtuales";
41. "Desayuno escolar frío";
42. "Familias vulnerables, niños menores de 5 años y personas con discapacidad";
43. "Clases virtuales";
44. "Clases virtuales";
45. "Clases virtuales por pandemia de COVID-19";
46. "Clases virtuales vía ZOOM de áreas de desarrollo personal y social y campos de formación académica al igual que actividades de educación financiera y habilidades para la vida";
47. "Clases en línea";
48. "Clases virtuales";

49. "Clases virtuales";¹²
50. "Despensa para personas con discapacidad y adultos mayores en situación vulnerable";
51. "Entrega de apoyos a población vulnerable";
52. "Entrega de ayudas funcionales";
53. "Jornadas médicas";
54. "Cursos taller de formación continua";
55. "Servicio de atención psicológica y psicopedagógica para proteger la salud mental y mejorar las habilidades cognitivas de los estudiantes ante el regreso de clases presenciales";
56. "Campaña de higiene y cuidado del agua";
57. "Campaña de información a la población en caso de algún desperfecto en la red de agua";
58. "En temporada de estiaje, todos a cuidar el agua";
59. "Valoremos la infraestructura hidráulica";
60. "En esta Semana Santa, no al desperdicio del vital líquido";
61. "Valoremos las fuentes de agua";
62. "Valoremos los servicios relacionados con el agua", y
63. "Campaña de agua en tiempo de pandemia".

LI. Solicitud de la Alcaldía Venustiano Carranza de la Ciudad de México. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, la Directora de Comunicación Social y Estratégica de la citada alcaldía, mediante oficio DCSE/035/2021, solicitó que tres (3) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. "Diviértete, aprende y avanza en Venustiano Carranza";
2. "Acciones de Protección Civil para los habitantes de la alcaldía Venustiano Carranza", y
3. "Acciones de salud para salvaguardar la integridad de los habitantes de la alcaldía Venustiano Carranza".

LII. Solicitud del Ayuntamiento de Valle de Bravo, Estado de México. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, el Presidente Municipal del citado

¹² No obstante que existen cuatro campañas llamadas igual "Clases virtuales", el contenido de cada una de ellas tiene pequeñas variantes entre sí, por lo que se consideraron campañas diferentes.

Ayuntamiento, mediante oficio PMVB/048/febrero/2021, solicitó que la campaña “Tarjeta Vallesana”¹³ sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

LIII. Solicitud del Gobierno del estado de Coahuila de Zaragoza. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, el Consejero Jurídico del citado gobierno, mediante oficio CJ/1733/2021, solicitó que dieciséis (16) campañas de diversas dependencias del estado sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Haz Turismo en Coahuila”;
2. “Campaña de semana santa”;
3. “Campaña general de promoción de convenciones turísticas”;
4. “Promoción de capacitaciones turísticas”;
5. “Vinos y dinos”;
6. “#TuristaResponsable”;
7. “Centro regional de identificación humana”;
8. “Convocatorias AIEC para actividades culturales”;
9. “Cuida tu chamba”;
10. “Cultura contigo”;
11. “Corriendo con salud por tu salud”;
12. “Hazlo por ti y hazlo por todos SALUD”;
13. “No vengas a casa, paisano”;
14. “Prevención de incendios PROTECCIÓN CIVIL”
15. “Sé práctico”, y
16. “Tú eres parte”.

LIV. Solicitud del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, el Secretario del citado Ayuntamiento, mediante oficio SA0557/III/2021, solicitó que veintitrés (23) de las campañas de diversas dependencias del Ayuntamiento sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Líneas COVID-19”;
2. “Control y erradicación del mosquito y criaderos del vector de dengue, zika y chikungunya”;

¹³ No presentó formato, sin embargo presentó información suficiente para poder dictaminar.

3. "Clínica de control animal y zoonosis";
4. "Brigadas de itinerantes de recuperación en salud";
5. "Médico a tu puerta";
6. "Mi escuela digna, moderna y saludable";
7. "Convocatoria mensual para ingresar a la preparatoria abierta";
8. "Becas educativas culturales y deportivas";
9. "Operativo carrusel";
10. "Día del maestro"
11. "Puestos de hidratación";
12. "Aplicación de medidas de seguridad sanitaria";
13. "Operativo migrante";
14. "Rehabilitación y educación especial CRI";
15. "Consulta médica y dental; salud integral de la mujer";
16. "Campañas médicas y brigadas";
17. "Programa de atención a niñas, niños y adolescentes en riesgo y trabajo infantil (PANNARTI)";
18. "Centro de atención infantil comunitario";
19. "Centro de autismo";
20. "Nutriendo Tamaulipas";
21. "Aliméntate bien";
22. "Espacios de alimentación, encuentro y desarrollo";
23. "Psicología", y
24. "Atención ciudadana".

LV. Solicitud de la Alcaldía Iztapalapa de la Ciudad de México. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, el Director General Jurídico de la citada alcaldía, mediante oficio DGJ/194/2021, solicitó que su campaña "Proceso de consulta pública respecto al panteón Culhuacán" sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

Adicionalmente, el ocho de marzo de dos mil veintiuno, el Director General Jurídico de la citada alcaldía, mediante oficio DGJ/199/2021, solicitó que diez (10) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

1. "Iztapalapa la más cultural y educativa"
2. "Reto cero contagios Iztapalapa"
3. "Semana Santa en Iztapalapa 2021"

4. “Unidos contra los incendios en áreas verdes”
5. “Programa emergente de abasto de agua potable”
6. “Aguas con las lluvias”
7. “Con drenaje limpio nos preparamos para las lluvias”
8. “Iztapalapa la más preventiva”
9. “Iztapalapa la más deportiva y recreativa”
10. “Cero contagios en fiestas patronales, carnavales y Semana Santa”

LVI. Solicitud de la Alcaldía Miguel Hidalgo de la Ciudad de México. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, el Subdirector de lo Contencioso de la citada alcaldía, mediante correo electrónico, solicitó que dos (2) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Servicios de audiometría y optometría”, y
2. “Médico contigo”.

LVII. Solicitud del Ayuntamiento de Guasave, Sinaloa. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, el Presidente Municipal del citado Ayuntamiento, mediante oficio sin número, solicitó que tres (3) de las campañas de diversas dependencias del Ayuntamiento sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Campaña de vacunación del COVID-19 en el Municipio de Guasave”;
2. “Acuerdos del Comité Municipal de Salud y del Consejo Ciudadano para mitigar los efectos del COVID-19 en el Municipio de Guasave”,
y
3. “Integración del Comité Municipal de Protección Civil del Municipio de Guasave, referente a la prevención de desastres naturales”.

LVIII. Solicitud de la Alcaldía Coyoacán de la Ciudad de México. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, mediante correo electrónico, solicitó que once (11) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Programa de activación física en casa para escolares”;

2. “Cuídate del COVID-19”;
3. “Dotación gratuita de oxígeno”;
4. “Festival de habilidades físicas y deportivas”;
5. “Conferencias virtuales”;
6. “Di no. Únete día naranja”;
7. “Leer es poder, el COVID nos encerró, pero los cuentos van a mi casa”;
8. “Efemérides”;
9. “Platicas semanales en materia de derechos humanos”;
10. “Todas y todos podemos ser ciudadanos responsables”, y
11. “Difusión de talleres en línea”.

LIX. Solicitud de Comunicación Social del Gobierno del estado de Morelos. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, personal de Comunicación Social del mencionado estado, mediante correo electrónico, solicitó que su campaña “Morelos cerca de ti 80% de descuento en hoteles” sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

LX. Solicitud del Encargado de Propagandas local Morena Chilón. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, el mencionado ciudadano, mediante oficio sin número, solicitó que la campaña “Propaganda de campaña política 2021” sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

LXI. Solicitud del Ayuntamiento de Santiago Tulantepec de Lugo Guerrero, Hidalgo. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, el Presidente Municipal del citado municipio, mediante correo electrónico, solicitó que cinco (5) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Información contra COVID-19”;
2. “Cazadores de tormentas”;
3. “Prevención del delito”;
4. “Campaña descubre Santiago”, y
5. “Campaña prevención y combate de incendios”.

LXII. Solicitud del Gobierno de la Ciudad de México. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, el Encargado de Despacho de la Coordinación General

de Comunicación Social de la referida ciudad, mediante correo oficio SAF/CGCC/014/2021, solicitó que once (11) de las campañas de diversas dependencias del gobierno de la ciudad sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Atención al usuario y avisos sobre el servicio del sistema de transporte colectivo”;
2. “Prevención COVID-19”;
3. “Seguridad de las personas usuarias”;
4. “Actividades culturales en la Ciudad de México”;
5. “Contra la violencia de género y discriminación por género”;
6. “Derechos de los ciclistas”;
7. “COVID-19: Diversas atenciones por COVID-19”;
8. “COVID-19: Diversas atenciones por COVID-19, Semana Santa”;
9. “Nuevo ingreso a educación media superior y superior 2021-2022”;
10. “Macro simulacro”, y
11. “El reto es (seguridad hídrica)”.

LXIII. Oficio del Ayuntamiento de San Jerónimo Zacualpan, Tlaxcala. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, el Presidente Municipal del citado ayuntamiento, mediante oficio PMZT/Presidencia/0044/2021, informó que no realizará ni tiene programado la realización de propaganda de comunicación social.

LXIV. Oficio del Ayuntamiento de Atlangatepec, Tlaxcala. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, el Presidente Municipal del citado ayuntamiento, mediante oficio 04/03/2021/029, informó que no tienen programado realizar difusión de propaganda gubernamental.

LXV. Solicitud del Ayuntamiento de Hueyotlipan, Tlaxcala. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, la Secretaria del citado Ayuntamiento, mediante oficio S.A.H./019/2021, solicitó que cuatro (4) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Incendios”;
2. “Medidas COVID (vacunación, sanitización, entrega de concentradores)”;

3. “Campaña de concientización animal”, y
4. “Cursos y talleres”.

LXVI. Solicitud del Ayuntamiento de Tlaxcala, Tlaxcala. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, la Presidenta Municipal del citado Ayuntamiento, mediante oficio MTLX/DJ/0106/2021, solicitó que tres (3) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Negocio Seguro”;
2. “Día internacional de la mujer”, y
3. “Programa de escrituración a bajo costo”.

LXVII. Solicitud del Gobierno del estado de Baja California. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, la Coordinadora General de Comunicación Social y Relaciones Públicas del mencionado estado, mediante oficio 2021/039, solicitó que cinco (5) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Creación de la Universidad Intercultural en San Quintín”;
2. “Difusión de actividades educativas en Baja California”;
3. “Difusión del Modelo Educativo para Baja California”;
4. “Proceso de ingreso a Educación Media Superior 2021”, y
5. “Regreso a clases en todos los niveles educativos: protocolos, recomendaciones y estrategias”.

LXVIII. Solicitud del Gobierno del estado de Puebla. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, el Consejero Jurídico del mencionado estado, mediante oficio CJGE/055/2021, solicitó que cuatro (4) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Acciones de Prevención contra el COVID-19”;
2. “Seguridad para las mujeres”;
3. “Prevención y Atención de Incendios Forestales”, y
4. “Puebla el Patrimonio de México”.

LXIX. Solicitud del Ayuntamiento de Tampico, Tamaulipas. El cinco de marzo de dos mil veintiuno, el Apoderado General del mencionado ayuntamiento, mediante oficio sin número, solicitó que dos (2) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Tampico una ciudad saludable”, y
2. “Educación compromiso de todos”.

LXX. Solicitud del Ayuntamiento de Santa Catarina Ayometla, Tlaxcala. El ocho de marzo de dos mil veintiuno, el Presidente Municipal del citado ayuntamiento, mediante oficio MSCA/PRES/033/2021, solicitó que tres (3) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

1. “Pago de Agua Potable”
2. “Pago de Adultos Mayores”
3. “Coronavirus COVT-19”

LXXI. Oficio del Ayuntamiento de San Pablo del Monte, Tlaxcala. El ocho de marzo de dos mil veintiuno, el Presidente Municipal del citado ayuntamiento, mediante oficio sin número, informó que no presentará solicitudes.

LXXII. Oficio del Ayuntamiento de Cuapiaxtla, Tlaxcala. El diez de marzo de dos mil veintiuno, el Secretario Municipal del citado ayuntamiento, mediante oficio DP15/2021, informó que no se encuentran programadas actividades que sean susceptibles de difusión de propaganda gubernamental, por tanto, no se solicitará excepción de difusión de propaganda.

LXXIII. Solicitud del Ayuntamiento de Tlalixcoyan, Veracruz. El diez de marzo de dos mil veintiuno, la apoderada legal del Ayuntamiento, mediante correo electrónico, remitió el acuse de recibido de la solicitud y anexos presentados ante el Instituto Veracruzano de Desarrollo Municipal, a través de los cuales el Presidente Municipal del citado Ayuntamiento solicitó que diez (10) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

1. “Fumigación contra la proliferación del mosquito transmisor del dengue, zika y Chikungunya”;
2. “Salud visual”;
3. “Fumigación contra la proliferación del mosquito transmisor del dengue, zika y Chikungunya, en las escuelas”;
4. Retorno a la escuela de forma segura, generadas por la pandemia de COVID-19”;
5. “Dar a conocer hechos históricos que forman parte de nuestra historia”;
6. “Medidas preventivas y concientización sobre el COVID”
7. “Incendios Forestales y Sequía”
8. Temporada de lluvias y ciclones tropicales”
9. “Uso del casco”
10. “Uso del cinturón de seguridad”

LXXIV. Solicitud de la Alcaldía Milpa Alta, Ciudad de México. El diecisiete de marzo de dos mil veintiuno, la Coordinadora de Comunicación Social de la mencionada alcaldía, mediante correo electrónico, remitió el oficio AMA/064/2021, a través del cual el Encargado del Despacho de la Alcaldía Milpa Alta solicitó que nueve (9) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

Adicionalmente, el diecinueve de marzo de dos mil veintiuno, la Coordinadora de Comunicación Social de la mencionada alcaldía, mediante correo electrónico, remitió el mismo oficio AMA/064/2021, mediante el cual se solicitó que las mismas nueve (9) campañas anteriores sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

1. “Aldea Digital”;
2. “Covid-19”;
3. “Porque yo amo a mi animal de compañía. Esterilizaciones masivas caninas y felinas”;
4. “Incendios forestales”;
5. “Qué hacer en caso de sismo”;
6. “Recomendaciones ante la caída de ceniza”;
7. “Temporada de sequía y cuidado de los bosques”;
8. “un respiro para tu familia”;

9. "Violencia cero contra las mujeres"

- LXXV. Solicitud de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social del Gobierno del estado de Hidalgo.** El veintitrés de marzo de dos mil veintiuno, el Director Jurídico de la mencionada Secretaría, mediante oficio STPS/DJ/030/2021, solicitó que su campaña "Alcances y Capacitación de la Reforma Laboral en Hidalgo" sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- LXXVI. Solicitud de la Coordinación Ejecutiva de Comunicación Social del Gobierno del estado de Sonora.** El veintitrés de marzo de dos mil veintiuno, el Director Jurídico de la mencionada Secretaría, mediante oficio CECS/0043/2021, solicitó que su campaña "En los centros turísticos de Sonora vívela seguro" sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- LXXVII. Solicitud del Consejero Jurídico del Poder Ejecutivo del estado de Colima.** El veinticuatro de marzo de dos mil veintiuno, el Consejero Jurídico del Poder Ejecutivo del mencionado estado, mediante oficio CJPE/108/2021, solicitó que su campaña "Consulta pública de los programas de mejora regulatoria de los trámites y servicios del Gobierno del Estado 2020-2021" sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- LXXVIII. Solicitud de la Comisión Nacional para la Mejora Continua de la Educación.** El veintinueve de marzo de dos mil veintiuno, la Comisionada Presidenta de la Junta Directiva de la citada Comisión, mediante oficio 1100000-0097-2021, solicitó que su campaña "Consulta sobre la evaluación diagnóstica, formativa e integral al personal que ejerce funciones de docencia, dirección, supervisión y asesoría técnico-pedagógica" sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- LXXIX. Solicitud del Ayuntamiento de Manzanillo, Colima.** El veintinueve de marzo de dos mil veintiuno, el Director de Comunicación Social del citado ayuntamiento, mediante oficio sin número, solicitó que su campaña "Solicitud de agentes auxiliares de vialidad y seguridad temporales" sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

LXXX. Fecha límite para recepción de solicitudes. Conforme a los oficios referidos en los antecedentes IV y V, la fecha límite para la recepción de solicitudes para las campañas electorales de los Procesos Electorales Locales de todas las entidades con excepción de Colima, Guerrero, Nuevo León, San Luis Potosí y Sonora, así como para el Proceso Electoral Federal fue el pasado cinco de marzo, por lo que cualquier solicitud extemporánea para dichos procesos electorales locales y federal será desechada por la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos bajo dicha causal.

CONSIDERACIONES

Competencia del Instituto Nacional Electoral

1. De conformidad con los artículos 41, Base V, Apartado A, párrafo primero de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (en adelante CPEUM) y 29, numeral 1 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (en lo subsecuente LGIPE), la organización de las elecciones federales es una función estatal que se realiza a través de un organismo público autónomo denominado Instituto Nacional Electoral (en adelante INE), dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio. 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 del Estado en radio y televisión

2. El INE 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 CPEUM; 30 numeral 1, inciso h); 160, numeral 1 de la LGIPE y 7, numeral 3 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral (en adelante RRTME).

3. Como lo señalan los artículos 1, numerales 1 y 2; 2, numeral 1, incisos b) y c), 160, numeral 2 de la LGIPE, en relación con el 49 de la Ley General de Partidos Políticos (en adelante LGPP), 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 INE y las autoridades electorales en las entidades federativas, en términos de la Constitución.
4. Los artículos 162 de la LGIPE y 4, numeral 2 del RRTME 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 CRT, de la Comisión de Quejas y Denuncias, así como de los Vocales Ejecutivos y Juntas Ejecutivas de los órganos desconcentrados locales y distritales.

Acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación.

5. 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 artículos 41, Base III, primer párrafo de la CPEUM; 23, numeral 1, inciso d), 26, numeral 1, inciso a) y 49 de la LGPP.

Competencia del Consejo General del INE

6. De conformidad con los artículos 34, numeral 1, inciso a); 35, numeral 1; 44, numeral 1, incisos n), aa) y jj); 162, numeral 1, inciso a) de la LGIPE, así como 4, numeral 2, inciso a) del RRTME, el Consejo General es el órgano superior de dirección del INE y es el responsable de vigilar el cumplimiento de las disposiciones constitucionales y legales en materia electoral, como lo es, ser autoridad única en la administración del tiempo del Estado para fines electorales.

Asimismo, puede conocer de las infracciones a la normativa electoral y, en su caso, imponer las sanciones que correspondan y dictar los acuerdos necesarios para hacer efectivas sus atribuciones y las demás señaladas en la ley o en otra legislación aplicable.

7. Como lo señalan los artículos 3, 6 y 21, fracción IV de la Ley General de Comunicación Social, el INE como ente público se encuentra obligado al cumplimiento de las disposiciones contenidas en dicha Ley, como lo es, la facultad de este Consejo General para autorizar de manera específica la difusión de campañas de comunicación social durante los procesos electorales, sin que ello implique que sólo las campañas aprobadas para tal efecto son las que podrían difundirse.

Procesos Electorales 2020-2021

8. Con la sesión extraordinaria del Consejo General, celebrada el siete de septiembre de dos mil veinte, dio inicio formalmente el Proceso Electoral Federal 2020-2021, cuya Jornada Electoral será el seis de junio de dos mil veintiuno.
9. Las treinta y dos entidades federativas del país, tendrán Proceso Electoral Local cuya jornada comicial será coincidente con la federal: Aguascalientes, Baja California, Baja California Sur, Campeche, Chiapas, Chihuahua, Ciudad de México, Coahuila, Colima, Durango, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Estado de México, Michoacán, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Sonora, Tabasco, Tamaulipas, Tlaxcala, Veracruz, Yucatán y Zacatecas.

A lo anterior, se debe añadir la posibilidad de celebración de otros procesos electorales extraordinarios que deriven de la nulidad de aquellos y a los que deberán aplicar las reglas previstas en materia de Propaganda Gubernamental.

10. Como se especificó en los Acuerdos INE/ACRT/14/2020 y su correspondiente INE/CG506/2020, en todas las emisoras de radio y canales de televisión, desde el inicio de las campañas y hasta el día de la Jornada Electoral, no podrá transmitirse propaganda gubernamental, salvo las que se ajusten a las excepciones contenidas en la CPEUM. Al respecto, el artículo 183, numeral 7 de la LGIPE señala que las transmisiones en los servicios de televisión restringida deberán suprimir, durante los periodos de campaña, tanto federal como locales, los mensajes de propaganda gubernamental.
11. Al respecto, a partir del 4 de abril del presente año, no podrá difundirse propaganda gubernamental en los medios de comunicación social incluyendo las emisoras de radio y canales de televisión, tomando en consideración la

fecha de inicio de la etapa de campaña del Proceso Electoral Federal y la coincidencia de la Jornada Electoral del resto de los procesos electorales¹⁴.

Se aclara que como excepción a lo anterior, en el caso del estado de Campeche, a partir del 29 de marzo del presente año, no podrá difundirse propaganda gubernamental en los medios de comunicación social incluyendo las emisoras de radio y canales de televisión, tomando en consideración la fecha de inicio de la etapa de campaña de su procesos electoral local.

Para dotar de claridad este punto, se presentan los inicios del periodo de campaña de estas entidades federativas¹⁵, a saber:

Entidad Federativa	Inicio del periodo de campaña	Jornada Electoral
Federal	04 de abril	06 de junio
Aguascalientes	19 de abril	06 de junio
Baja California	04 de abril	06 de junio
Baja California Sur	04 de abril	06 de junio
Campeche	29 de marzo	06 de junio
Chiapas	04 de mayo	06 de junio
Chihuahua	04 de abril	06 de junio
Ciudad de México	04 de abril	06 de junio
Coahuila	04 de abril	06 de junio
Durango	14 de abril	06 de junio
Estado de México	30 de abril	06 de junio
Guanajuato	05 de abril	06 de junio
Hidalgo	04 de abril	06 de junio
Jalisco	04 de abril	06 de junio
Michoacán	04 de abril	06 de junio
Morelos	19 de abril	06 de junio
Nayarit	04 de abril	06 de junio
Oaxaca	24 de abril	06 de junio
Puebla	04 de mayo	06 de junio
Querétaro	04 de abril	06 de junio
Quintana Roo	19 de abril	06 de junio

¹⁴ Se recuerda que respecto a los estados de Colima, Guerrero, Nuevo León, San Luis Potosí y Sonora, a partir del 5 de marzo del presente año, no se difunde propaganda gubernamental en los medios de comunicación social incluyendo las emisoras de radio y canales de televisión, tomando en consideración la fecha de inicio de la etapa de campaña de sus procesos electorales locales, con excepción de lo establecido en el Acuerdo INE/CG109/2021.

¹⁵ Excluyendo las campañas de los estados de Colima, Guerrero, Nuevo León, San Luis Potosí y Sonora de que ya se analizaron en el Acuerdo INE/CG109/2021.

Entidad Federativa	Inicio del periodo de campaña	Jornada Electoral
Sinaloa	04 de abril	06 de junio
Tabasco	19 de abril	06 de junio
Tamaulipas	19 de abril	06 de junio
Tlaxcala	04 de abril	06 de junio
Veracruz	04 de mayo	06 de junio
Yucatán	09 de abril	06 de junio
Zacatecas	04 de abril	06 de junio

Ello implica que **desde el veintinueve de marzo en Campeche y desde el cuatro de abril para las demás entidades federativas¹⁶ y hasta el seis de junio de dos mil veintiuno, no podrá difundirse propaganda gubernamental en los medios de comunicación social**, incluyendo aquellas emisoras de radio o canales de televisión de otras entidades federativas vecinas o aledañas cuyas señales tengan cobertura en esas entidades.

Suspensión de la difusión de propaganda gubernamental

12. Durante el tiempo comprendido entre el inicio de 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, 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.

¹⁶ Excluyendo a Colima, Guerrero, Nuevo León, San Luis Potosí y Sonora.

- 13.** El artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, señala que 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.

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.

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 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.

- 14.** La Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (en adelante Sala Superior) aprobó diversos criterios 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, siempre que se ajuste al principio de equidad en la contienda.
- 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.*

Criterios del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación respecto de los conceptos de educación y salud

15. La Sala Superior interpretó los conceptos de educación y salud en relación con la prohibición constitucional en materia de propaganda gubernamental, y esta autoridad nacional ha adoptado diversos criterios que deberán cumplir las solicitudes que los entes públicos remitan sobre su propaganda institucional en medios de comunicación.

Al respecto, en el Acuerdo INE/CG03/2017 se detallaron los referidos conceptos jurisdiccionales y criterios administrativos, así como el procedimiento para la recepción de solicitudes, plazos y el formulario que deberá acompañar a las mismas.

16. Como se mencionó, la máxima autoridad jurisdiccional de la materia analizó en diversas sentencias los conceptos de educación y salud, por lo que, para abonar en el sentido de este instrumento, se transcriben a continuación:

Educación

En la sentencia recaída al expediente SUP-RAP-57/2010 la Sala Superior determinó que las disposiciones constitucionales deben interpretarse de manera armónica, buscando el sentido lógico objetivo de una disposición en conexión con otras.

De ahí que el primer análisis es respecto de los artículos 3, 26 y 28 de la Constitución de los que se desprende que *“el concepto de educación tiende a desarrollar todas las facultades del ser humano, fomentar el amor a la Patria y la conciencia de solidaridad internacional, en la independencia y en la justicia.”*

Asimismo, *“la educación debe ser democrática, considerando a la democracia no sólo como una estructura jurídica y un régimen político, sino como un sistema de vida fundado en el constante mejoramiento económico, social y cultural del pueblo, que debe ser nacional en cuanto a la necesidad de atender a la comprensión de nuestros problemas, aprovechamiento de los*

recursos, la defensa y aseguramiento de nuestra independencia política y económica, así como la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura.”

“Se entiende que debe contribuir a la mejor convivencia humana, el aprecio para la dignidad de la persona y la integridad de la familia, la convicción del interés general de la sociedad, cuanto por el cuidado que ponga en sustentar los ideales de fraternidad e igualdad de derechos de todos los hombres, evitando los privilegios de razas, de religión de grupos, de sexos o de individuos.

Igualmente se contempla el acceso a la cultura y al disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado, determinándose que tiene a su cargo promover los medios para la difusión y desarrollo de la cultura, atendiendo a la diversidad cultural en todas sus manifestaciones y expresiones con pleno respeto a la libertad creativa.”

Por otro lado, mediante sentencia identificada como SUP-RAP-54/2012, la Sala Superior del Tribunal Electoral estableció que *“el artículo 3 de la Carta Magna concibe la educación como un concepto integral, que no se reduce a la transmisión de conocimiento por medio de la actividad docente, sino que amplía al conocimiento social y cultural del pueblo, al aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y a la exaltación de nuestra cultura.*

Conforme a lo dispuesto en el artículo 4, de la Constitución federal, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros.”

Salud

Ahora bien, respecto del concepto de salud, la Sala Superior ha establecido lo siguiente:

En la sentencia recaída al expediente SUP-RAP-57/2010 la Sala Superior determinó respecto a la protección de la salud que *“se estatuye que la ley definirá las bases y modalidades para el acceso a los servicios de esa naturaleza, además de establecer la concurrencia de la Federación y las entidades federativas en materia de salubridad general, conforme a lo que dispone la fracción XVI del artículo 73 de la propia Ley Fundamental,*

precepto este último que establece, que en caso de epidemias de carácter grave o peligro de invasión de enfermedades exóticas en el país, la Secretaría de Salud tendrá obligación de dictar inmediatamente las medidas preventivas indispensables; que la autoridad sanitaria será ejecutiva y sus disposiciones serán obedecidas por las autoridades administrativas del país; y que las medidas que el Consejo de Salubridad General haya puesto en vigor en la campaña contra el alcoholismo y la venta de sustancias que envenenan al individuo o degeneran la especie humana, así como las adoptadas para prevenir y combatir la contaminación ambiental, serán después revisadas por el Congreso de la Unión en los casos que le competan.

Así, el concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, ya que necesariamente abarca, entre otros aspectos, la planificación y control de los servicios de atención médica, salud pública y la asistencia social; la adopción de las medidas que sean indispensables para la debida prestación de los servicios médicos; la ejecución de prácticas tendentes a la conservación de la salud; luchar contra enfermedades transmisibles, así como combatir plagas sociales que afectan la salud como el alcoholismo, las toxicomanías, otros vicios sociales y la mendicidad; la creación y administración de los establecimientos de salubridad y de asistencia pública; la implementación de programas que apoyen los servicios de salud y de aquellos que sean afines; la conducción de políticas en materia de asistencia social, servicios médicos y salubridad; la realización de campañas sanitarias y asistenciales; igualmente, conlleva la aplicación y administración de los recursos materiales y económicos y de los fondos y financiamiento que se requieren para la adecuada prestación de los servicios de salud.”

[...]

“Los servicios públicos constituyen el conjunto de actividades desarrolladas y asumidas por la administración pública, en forma directa o indirecta, que tiene por objeto una prestación dirigida a la satisfacción de necesidades colectivas de interés público, bajo un régimen especial, preponderantemente de Derecho Público.

En el tenor apuntado, el concepto de los servicios de salud debe entenderse como el conjunto de actividades que se llevan a cabo para la satisfacción de la aludida necesidad colectiva de interés público, las cuales, según se razonó

en párrafos precedentes, comprenden todos aquellos actos, medios y recursos que son indispensables para su prestación adecuada.”

El derecho a la protección de la salud encuentra cabida en el artículo 4 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que establece que toda persona tiene derecho a la protección de la salud y que la ley definirá las bases y modalidades para su acceso.

Asimismo, el artículo 73, fracción XVI de la norma fundamental establece que la autoridad sanitaria será ejecutiva y sus disposiciones serán obedecidas por las autoridades administrativas del país.

Por salud se entiende un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades y para lograr la protección se debe de considerar el acrecentamiento de los valores; la extensión de actitudes solidarias y responsables de la población; el conocimiento; la enseñanza y la investigación científica y tecnológica que coadyuven a la creación, mejoramiento, conservación, restauración y disfrute de las condiciones y servicios de salud que contribuyan al desarrollo social.¹⁷

En ese sentido, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, en la sentencia identificada como SUP-RAP-54/2012 y acumulados, en concordancia con el artículo 23 de la Ley General de Salud, señaló que los servicios de salud son el conjunto de actividades que se llevan a cabo para la satisfacción de dicha necesidad colectiva de interés público, las cuales comprenden todos aquellos actos, medios y recursos que son indispensables para su adecuada prestación.

En resumen, debe considerarse que la prestación de los servicios de salud conlleva la ejecución de diversos actos y actividades, como son los relativos a la atención de servicios médicos y de asistencia social, la implementación de prácticas y políticas preventivas, y las alusivas a la aplicación, administración y control de los recursos materiales y económicos.

17. Es importante señalar, que los criterios sobre salud, cultura y educación fueron ratificados en la sentencia recaída al expediente SUP-RAP-60/2018 y sus acumulados SUP-RAP-74/2018 y SUP-RAP-78/2018, así como la referencia al carácter institucional con fines informativos, educativos, o de

¹⁷ Artículos 1 Bis, en relación con el 2, fracciones III, IV, V, VI y VII de la Ley General de Salud

orientación social de la propaganda que difundan los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública.

Criterios del Consejo General del INE

18. Como se desprende de diversos instrumentos¹⁸ aprobados por este Órgano, en el análisis de las solicitudes se han empleado los criterios siguientes:
- **Necesidad**, relacionado con que la campaña, por su contenido, no pueda ser difundida en otro momento.
 - **Importancia**, relacionado con la relevancia del tema que se pretenda dar a conocer.
 - **Temporalidad**, relacionado con la oportunidad en la que se presente la solicitud para la difusión de la campaña, tomando en consideración el fin que se persigue.
 - **Generalidad**, que la campaña sea dirigida al grueso de la población, y no a un sector específico.
 - **Fundamentación y motivación**, relacionado con la debida justificación por parte del ente público, y de manera individualizada, de cada una de las campañas que pretenda difundir.

Análisis de las campañas para que puedan difundirse durante los periodos de campaña, reflexión y Jornada Electoral de los procesos electorales federal y locales

19. Con base en los criterios señalados se realizará el análisis agrupando en primer lugar aquellas campañas que por la fecha de su vigencia son anteriores o posteriores al periodo de campaña y hasta la Jornada Electoral; en segundo lugar aquellas campañas que son idénticas a aquellas que han sido anteriormente declaradas procedentes o improcedentes por este órgano colegiado; posteriormente, se estudiarán y agruparán conforme a la dependencia o entidad del gobierno federal, estatal y municipal solicitantes.
20. Resulta importante resaltar que las siguientes solicitudes no serán analizadas en el presente Acuerdo ya que, la fecha de vigencia de las

¹⁸ Acuerdos INE/CG280/2016 e INE/CG396/2016.

campañas propuestas empieza y termina con anterioridad al inicio del periodo de campaña de los Procesos Electorales Locales y federal materia de este Acuerdo:

Dependencia	Campañas	Vigencia
Centro Nacional para la Salud de la Infancia y la Adolescencia (CENSA)	1. "Vacunación contra sarampión" 2. "Primera jornada de salud pública: vacunación contra Covid-19"	1. Del 15 al 26 de marzo 2. Del 22 de febrero al 05 de marzo
Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuitos (CONALITEG)	"Libros de texto gratuitos para educación básica"	Del 10 al 26 de marzo
Ayuntamiento de Texcoco, Estado de México	1. "Jóvenes Universitarios 2021" 2. Jornada mes de la mujer 2021	1. El 25 de enero y 19 de febrero 2. Del 08 de marzo al 31 de marzo
DIF Municipal de Playas de Rosarito, Baja California	"Bazar Recaudatorio"	Del 11 al 16 de marzo
Comunicación Social del Ayuntamiento de Tlaxcala, Tlaxcala	"Día Internacional de la Mujer"	Del 06 al 12 de marzo
Dirección de Desarrollo Social del Ayuntamiento de Tlaxcala, Tlaxcala	"Programa de escrituración a bajo costo"	Del 01 al 31 de marzo
Coordinación General de Comunicación Ciudadana de la Ciudad de México	"COVID-19: Diversas atenciones por COVID-19, Semana Santa"	Del 28 de marzo al 03 de abril
Coordinación Municipal de Protección Civil y Bomberos del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Operativo Carrusel"	Del 21 de diciembre de 2019 al 20 de marzo
Instituto Reynosense para la Cultura y las Artes	"Festivales Culturales Reynosa 2021"	Del 01 al 30 de enero
Dirección de Desarrollo Social del Municipio de Puerto Vallarta	"Uniformes, zapatos y seguro escolar";	Del 04 al 12 de marzo
Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del Municipio de Puerto Vallarta	Día Internacional de la Mujer	Del 08 al 12 de marzo
Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del Municipio de Puerto Vallarta	"Día nacional de la familia"	Del 01 al 07 de marzo
CAIC Juárez del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Clases virtuales"	Del 01 al 31 de marzo
CAIC Juárez del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Clases virtuales" ¹⁹	Del 01 al 31 de marzo
CAIC Juárez del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Clases virtuales por pandemia de COVID-19"	Del 01 al 31 de marzo
CAIC Juárez del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Clases en línea vía zoom de áreas de desarrollo personal y social y campos de	Del 01 al 28 de febrero

¹⁹ No obstante que esta campaña tiene el mismo nombre que la anterior, además de tener la misma vigencia, el contenido de ambas es diferente, por lo que se consideran dos campañas independientes.

Dependencia	Campañas	Vigencia
	formación académica al igual que actividades de educación financiera y habilidades para la vida”	
CAIC Juárez del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	“Clases en línea”	Del 01 al 31 de marzo
CAIC Juárez del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	“Clases virtuales” ²⁰	Del 01 al 31 de marzo
CAIC Juárez del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	“Clases virtuales” ²¹	Del 01 al 31 de marzo
Ayuntamiento de Centro, Tabasco	“Graduación del Taller “Educación para la Salud” Generación 2020-2021	El 8 de marzo
Ayuntamiento de Centro, Tabasco	Conmemoración del día internacional de la mujer”	Del 05 al 08 de marzo de 2021
Secretaría de Salud e Instituto de Salud del Estado de México	“Primer Jornada Nacional de Salud Pública”	Del 22 de marzo al 02 de abril
Instituto Hacendario del Estado de México	“Difusión de la Convocatoria de Becas CEHEM 2021”	Del 01 al 03 de abril

De igual manera, las siguientes solicitudes tampoco serán analizadas pues la fecha de sus vigencias inicia con posterioridad al día de la Jornada Electoral de todos los Procesos Electorales Locales y federal.

Dependencia	Campañas	Vigencia
Secretaría de Marina	“Bicentenario de la Armada de México. Versión: Búsqueda y rescate en la mar”;	Del 07 de junio al 31 de julio
CENSIA	“Segunda jornada de salud pública: vacunación contra Covid-19”	Del 28 de junio al 09 de julio
Universidad Abierta y a Distancia de México (UnADM)	“Convocatoria de Ingreso a la Universidad Abierta y a Distancia de México”	Del 01 de julio al 15 de agosto

21. En la siguiente tabla se agrupa la propaganda gubernamental que forma parte de campañas de alguno de los entes públicos cuyo contenido guarda una estrecha similitud, en su contenido y alcance, con campañas que ya han sido analizadas por este Consejo General en procesos electorales anteriores.

Por tanto, en el presente Acuerdo se plantea confirmar la calificación de procedente o improcedente establecido en los acuerdos aprobados con anterioridad por este Consejo General, tomando en cuenta la vigencia en la que serán transmitidas esas campañas.

²⁰ No obstante que esta campaña tiene el mismo nombre que las anteriores, además de tener la misma vigencia, el contenido es diferente, por lo que se consideran campañas independientes.

²¹ Ídem.

Ente público	Propaganda	Calificación	Acuerdo INE	Observaciones
Lotería Nacional	<p>1. Si juegas, gana México, versiones 1) Imagen de Fusión, 2) Sorteos Tradicionales y 3) Sorteos Electrónicos”; vigencia: 01 de marzo al 31 de diciembre.</p> <p>2. “Acciones de ayuda por Lotería Nacional, versión Institucional”; vigencia: 01 de marzo al 31 de diciembre.</p> <p>3. “Sorteos de Apoyos Especiales, versiones adecuadas al motivo de cada sorteo especial”; vigencia: 01 de marzo al 31 de diciembre.</p> <p>4. “Ayuda desde los puntos de venta, versión impulso a nuestros puntos de venta físicos, electrónicos y nuevas máquinas de sorteos”; vigencia: 01 de marzo al 31 de diciembre.</p> <p>5. “Juegos y Sorteos de Marcas Deportivas, versiones 1) Pronosports, 2) Progol y 3) Protouch”, vigencia: 01 de marzo al 31 de diciembre, e</p> <p>6. “Historias de Suerte y Esperanza, versión Historias de la Lotería Nacional apoyando a</p>	Procedente	CG40/2009, CG601/2009, CG155-2010, CG135-2011, CG75-2012, CG94-2013, CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017 y INE/CG172/2018	Las campañas publicitarias de los mencionados organismos, al tener como finalidad la promoción de los productos que comercializan para obtener recursos, para que se apliquen a los programas de salud, se deben considerar dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales durante los periodos de campaña que se lleven a cabo en los procedimientos electorales ²² .

²² Mediante los recursos de apelación identificados bajo la clave SUP-RAP 57/2010 y SUP-RAP-54/2012, la Sala Superior determinó que se encontraban dentro de las excepciones establecidas en el artículo 41, Base III, apartado C de la Constitución, las campañas relativas a la asistencia pública que emitan tanto la “Lotería Nacional” como “Pronósticos para la Asistencia Pública”.

Ente público	Propaganda	Calificación	Acuerdo INE	Observaciones
	vendedores, compradores y causas benéficas”, vigencia: 01 de marzo al 31 de diciembre.			
Comisión Nacional del Agua	“Protección a centros de población, versión Prevención Lluvias y Ciclones Tropicales 2021” vigencia: 26 de mayo al 31 de octubre.	Procedente	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG172/2018 INE/CG235/2020	De conformidad con el artículo 9, fracción XL de la Ley de Aguas Nacionales, CONAGUA tiene como atribución participar en el sistema nacional de protección civil y apoyar en la aplicación de los planes y programas de carácter federal para prevenir y atender situaciones de emergencia causadas por fenómenos hidrometeorológicos extremos.
Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado	“Prevención de Obesidad. Versión programa PPRESyO” vigencia: 01 de marzo al 31 de marzo ²³ .	Procedente	INE/CG109/2021	Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a la población de todo el país con el propósito de abatir los altos índices de obesidad, busca motivar a llevar una vida saludable y prevenir el mayor número de enfermedades posibles, sensibilizando sobre el tema e invitando a la práctica del ejercicio y buena alimentación ²⁴ .
Instituto Mexicano del Seguro Social	1. “Consejos PREVENIMSS”; vigencia del 20 de febrero al 30 de octubre. 2. “IMSS Digital, versiones CHKT en línea y reporte especial”; vigencia del 20 de febrero al 08 de agosto	Procedente	INE/CG109/2021	Estas campañas están destinadas directamente a los servicios de salud y, en consecuencia, su difusión se encuentra amparada en el precepto constitucional ²⁵
Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación	“Discriminas cuando...versión estereotipos y	Procedente	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG235/2020 e	El objetivo es sensibilizar a la población sobre los problemas de la discriminación, promover el respeto al derecho a la no

²³ Resulta importante resaltar que la presente campaña solo tendrá vigencia para el periodo de campaña del estado de Campeche y no así para las demás entidades y el proceso electoral federal.

²⁴ En condiciones similares CG83/2014 e INE/CG61/2015, con la campaña del ISSSTE “Chécate, mídete, muévete”; así como INE/CG172/2018 con la campaña del Gobierno del Estado de Coahuila de Zaragoza, “Obesidad... hazlo por ti”.

²⁵ En condiciones similares CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 con la campaña del Instituto Mexicano del Seguro Social, “Chécate, mídete, muévete”

Ente público	Propaganda	Calificación	Acuerdo INE	Observaciones
	prejuicios", vigencia: 16 de febrero al 30 de junio		INE/CG109/2021	discriminación e incidir en la prevención y eliminación de la misma; se pretende generar una cultura de la igualdad incluyente y de respeto. Por tanto, esta campaña encuadra en el concepto de educación.
Secretaría de Energía	<p>Campaña: "Horario de Verano"</p> <p>Versión: Inicio Fronterizo norte, vigencia: 08 de marzo al 14 de marzo</p> <p>Versión: Inicio resto de la República, vigencia: 29 de marzo al 04 de abril²⁶</p>	Procedente	CG75/2012, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019 e INE/CG109/2021	Se considera como procedente al tratarse de información relacionada con los objetivos de la educación, esto es, propiciar el aprovechamiento de nuestros recursos naturales y fortalecer la cultura del aprovechamiento y cuidado de la energía. La versión Inicio Fronterizo norte es no vigente
Secretaría de Cultura	Campaña: "Actividades y Servicios Culturales", vigencia: 01 de marzo al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, UNE/CG235/2020 e INE/CG109/2021	La campaña tiene como propósito que la población en general conozca con oportunidad las actividades y servicios que en materia artística y cultural se realiza, con el fin de motivar entre la población el interés y la asistencia a las mismas.
Instituto Nacional de Antropología e Historia	Campaña: "Difusión de la Cultura y del Patrimonio Antropológico e Histórico", vigencia: 01 de marzo al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021	Esta campaña busca fortalecer la identidad nacional a través de la difusión del patrimonio cultural y el conocimiento de la diversidad cultural, acceso a bienes y servicios culturales.
Centro Nacional de la Transfusión Sanguínea	"Comparte vida, dona sangre"; vigencia del 01 de marzo al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG109/2021	Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud ya que, por un lado, genera valores y cultura relacionados con la importancia de la donación de sangre para salvar vidas y concientiza a la población con la finalidad de consolidar y mantener un sistema nacional que permita la disponibilidad, accesibilidad, calidad y seguridad de la sangre; y, por el otro, incrementa la seguridad sanguínea y garantiza el acceso constante y universal a la sangre, por lo que se considera como exceptuada de la prohibición constitucional de difundir

²⁶ Resulta importante resaltar que la presente campaña solo tendrá vigencia para el periodo de campaña del estado de Campeche y un solo día del periodo de campaña para las demás entidades y el proceso electoral federal.

Ente público	Propaganda	Calificación	Acuerdo INE	Observaciones
				propaganda gubernamental durante las campañas y hasta el día de la Jornada Electoral.
Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura	Campaña: “Difusión de la Cultura y Patrimonio Artístico y Literario”, vigencia del 01 de marzo al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021	La campaña tiene como objetivo difundir las actividades y expresiones artísticas para que la población las conozca y asista, fortaleciendo la cultura y el acceso a esta, así como a los bienes y servicios que el Estado presta en esta materia.
Comisión Nacional Forestal	“Y tú, ¿qué puedes hacer?”, vigencia del 01 de marzo al 01 de julio	Procedente	INE/CG109/2021	Dado que la Constitución concibe a la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, dichas actividades de prevención corresponden a la educación informal y contribuyen a generar o modificar hábitos y patrones de conducta en beneficio de la ciudadanía, y a la conservación de los bosques como parte del medio ambiente. ²⁷
Secretaría de Salud	“Alimentación saludable por amor a la vida”, vigencia del 01 de febrero al 01 de octubre	Procedente	INE/CG109/2021	Esta campaña debe exceptuarse de la suspensión de propaganda gubernamental, pues guarda relación con el concepto de salud, dado que su principal propósito es realizar acciones encaminadas a promover la protección del derecho de gozar de buena salud ²⁸
Centro Cultural y Turístico de Tijuana	“Promoción de Bienes y Servicios Culturales” vigencia del 22 de febrero al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG65/2017 e INE/CG172/2018	La campaña de comunicación social tiene como propósito difundir entre la población regional y el turismo la oferta cultural a fin de difundir las expresiones artísticas y culturales de México y proyectar la presencia del país en el extranjero.
Senado de la República	1. “Legislación para la Seguridad. Versión 1: Salud”; vigencia para los estados de Campeche, Nuevo León, Guerrero, San Luis Potosí, Colima y	Procedente	INE/CG109/2021	Las campañas reúnen los parámetros suficientes para ser consideradas como aquellas que pueden transmitirse en periodos de campañas electorales y hasta la conclusión de la respectiva Jornada Electoral, ya que se estima que no solo es importante que se realicen las

²⁷ En condiciones similares CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG235/2020 con la campaña de la Comisión Nacional Forestal “Prevención de Incendios Forestales”.

²⁸ En condiciones similares CG75/2012, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG119/2019 con las campañas anteriores de la Secretaría de Salud: “Reducir el riesgo de infarto”, “Prevención de Adicciones”, “Diabetes, sobrepeso y obesidad”, “Sin condón yo no”, “La última y nos vamos” y “Semana Nacional de Salud Bucal”; CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017 e INE/CG172/2018 con la campaña del Instituto Mexicano del Seguro Social, “Chécate, mídete, muévete”; así como INE/CG172/2018 con la campaña del Gobierno del Estado de Coahuila de Zaragoza, “Obesidad... hazlo por ti”.

Ente público	Propaganda	Calificación	Acuerdo INE	Observaciones
	<p>Sonora del 05 de marzo al 02 de junio, vigencia para el resto de los estados del 04 de abril al 02 de junio.</p> <p>2. "Legislación para la Seguridad. Versión 2: Teletrabajo en Pandemia"; vigencia para los estados de Campeche, Nuevo León, Guerrero, San Luis Potosí, Colima y Sonora del 05 de marzo al 02 de junio, vigencia para el resto de los estados del 04 de abril al 02 de junio.</p>			<p>modificaciones legales pertinentes que respondan y otorguen soluciones a los problemas que aquejan a la sociedad, sino que también es de vital importancia que esa sociedad tenga conocimiento de las nuevos derechos y, en su caso, responsabilidades que las reformas legales les otorgan.</p>
<p>Instituto Politécnico Nacional</p>	<p>1. "Carrera IPN ONCEK", vigencia 16 de abril al 22 de mayo.</p> <p>2. "85 Aniversario IPN", vigencia 01 de mayo a 21 de mayo.</p>	<p>Procedente</p>	<p>1. INE/CG65/2017 e INE/CG172/2018</p> <p>2. INE/CG78/2016</p>	<p>1. Resulta pertinente señalar que los objetivos que persigue se encuentran vinculados al concepto de educación y salud; en particular al objetivo de incrementar la participación de la comunidad y en el público en general, la competencia sana y un sano desarrollo a través de la actividad física. Dichas acciones son atinentes con la idea de formar integralmente al ser humano, pues conciben la educación no solo en la actividad docente, sino también al acrecentamiento de la cultura del deporte y la salud.</p> <p>2. El objetivo es informar que en el mes de mayo el IPN cumple 80 años de poner "La técnica al servicio de la patria". Conviene señalar que dicha institución fue concebida por un lado bajo la idea de formar integralmente capital humano para contribuir al desarrollo económico y social de México y por el otro para la comprensión y el mejoramiento de los procesos educativos bajo esas premisas la información que se pretende difundir encuentra cabida en el concepto de educación a que se hace referencia en el considerando 18</p>
<p>Secretaría de Hacienda y Crédito Público</p>	<p>"Declaración Anual e Informativa", vigencia 15 de abril al 30 de mayo</p>	<p>Procedente</p>	<p>CG126/2009, CG601/2009, CG135/2011,</p>	<p>La campaña "Declaración Anual e Informativa" es acorde al concepto de educación, porque incentiva el</p>

Ente público	Propaganda	Calificación	Acuerdo INE	Observaciones
			CG75/2012, CG94/2013, CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, e INE/CG235/2020	cumplimiento de las obligaciones de las personas físicas y morales; además de que su difusión es importante y resulta necesaria para el Estado Mexicano, tomando en consideración que se trata de un esfuerzo de comunicación y no un programa de gobierno.

22. A continuación, se analizarán las campañas que por su contenido ameritan el análisis de este Consejo General a fin de determinar si pueden o no vincularse a los conceptos de educación, salud o protección civil, o bien si cumplen con los criterios de necesidad, importancia, temporalidad, generalidad, fundamentación y motivación. Para facilitar el análisis de la propaganda, ésta se agrupará conforme a la dependencia o entidad del gobierno estatal que la propone:

23. Dirección de Ferias, Espectáculos y Paseos Turísticos de Durango. La campaña “Agenda de actividades de la Feria Nacional Durango (FENADU)”, con vigencia de mayo a agosto, tiene el objetivo de publicitar la cartelera de actividades culturales que reflejen la diversidad y riqueza de las regiones que componen a la entidad, así como diversas manifestaciones artísticas.

Esta feria tradicionalmente se celebra año con año en los meses de julio y agosto con diversas actividades culturales y recreativas, incluyendo música, pintura, danza, fotografía, entre otras. Además, es un evento multidisciplinario que combina y ofrece actividades de entretenimiento, cultura, tradiciones, deportivas y culinarias. Se celebra en honor al aniversario de la fundación de la ciudad de Victoria de Durango en el estado de Durango.

Así esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación ya que se entiende que esta debe contribuir a la mejor convivencia humana, el aprecio para la dignidad de la persona y la integridad de la familia, la convicción del interés general de la sociedad, cuanto por el cuidado que ponga en sustentar los ideales de fraternidad e igualdad de derechos de todos los hombres y mujeres, evitando los privilegios de razas, de religión, de

grupos, de sexos o de individuos; y toda ella será de calidad, con base en el mejoramiento y el máximo logro de los individuos.

El concepto de educación abarca, también, el acceso a la cultura y al disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado, quien tiene a su cargo promover los medios para la difusión y desarrollo de la cultura, atendiendo a la diversidad cultural en todas sus manifestaciones y expresiones con pleno respeto a la libertad creativa.

La Constitución concibe a la educación de forma integral, para el conocimiento social y cultural del pueblo, y que tienda a desarrollar armónicamente todas las facultades del ser humano y fomento en él, a la vez, el amor a la Patria, el respeto a los derechos humanos y la conciencia de solidaridad internacional, en la independencia y en la justicia.

Por tanto, como se ha referido en años anteriores a este tipo de campañas²⁹, se determina como **procedente** la solicitud ya que este tipo de campañas deben ser consideradas como exceptuadas de la prohibición constitucional.

- 24. Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA).** La campaña “Campo sano, bienestar para todos”, con vigencia del 01 de mayo al 30 de junio, tiene el objetivo posicionar las acciones que ejecuta el SENESICA como instancia de seguridad nacional en beneficio de los productores brindando apoyo y asesoría técnica especializada los 365 días del año; además de sensibilizar a los grandes, medianos y pequeños productores sobre que la sanidad e inocuidad no es excluyente, las plagas y enfermedades pueden atacar cualquier unidad o traspatio si no notifican y trabajan de manera coordinada.

La campaña “Viajero responsable, campo seguro”, con vigencia del 01 de mayo al 30 de junio, tiene el objetivo Fomentar en los turistas nacionales e internacionales la declaración de los productos de origen animal y vegetal que ingresan del extranjero y que conozcan los requisitos para viajar con mascotas; además informar a la ciudadanía que el Gobierno de México orienta sus esfuerzos en la protección del sector agropecuario contra plagas y enfermedades para un mayor rendimiento en la productividad, bajo un

²⁹ En condiciones similares INE/CG/120/2015, INE/CG264/2015 e INE/CG172/2018, con las campañas de promoción de las ferias “Feria Tabasco”, “Feria Internacional de Santa Rita Expogan” y “Feria Juárez”.

enfoque de sustentabilidad, igualdad de oportunidades y un desarrollo regional a largo plazo.

Conforme a lo dispuesto por el artículo 35, fracción IV de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, corresponde a la Secretaría de Agricultura, y Desarrollo Rural “[...] atender, coordinar, supervisar y evaluar las campañas de sanidad [...]”

Por su parte, el SENASICA, como órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural, tiene entre sus atribuciones la de regular y vigilar que los animales, vegetales, sus productos o subproductos que se importan, movilizan o exportan, no pongan en riesgo el bienestar general; así como constatar la calidad e inocuidad de productos en materia agropecuaria, acuícola y pesquera.

Dicho lo anterior, las campañas que se solicitan exceptuar son las relativas a la sanidad e inocuidad de los alimentos, las cuales están orientadas a un tema prioritario de salud pública, que es el combate a la propagación e introducción de riesgos microbiológicos, así como a la presencia de plagas y enfermedades.

En consideración de lo antes expuesto, las campañas del SENASICA son **procedentes** y deben ser exceptuadas de la prohibición de difundir propaganda gubernamental establecida en la Carta Magna, pues resulta evidente que son campañas dirigidas a la protección del derecho a la salud, así como a la prevención, protección y garantía de la misma³⁰.

- 25. Consejo Nacional de Población.** La campaña “Derechos sexuales y reproductivos entorno rural, versión ¡Yo decido! y ¡Yo exijo respeto!”, con vigencia del 26 de abril al 07 de agosto, tiene el objetivo reforzar la estrategia nacional para la prevención del embarazo en adolescentes (ENAPEA), la cual tiene como meta disminuir los nacimientos en mujeres de 15 a 19 años y erradicar los nacimientos en mujeres menores de 15 años.

Una versión está dirigida a la población adolescente y joven del país con el objetivo de garantizar sus derechos sexuales y reproductivos para prevenir embarazos no planeados e infecciones de transmisión sexual, y la otra

³⁰ En condiciones similares INE/CG61/2015, INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017, con la campaña “SENASICA nos protege a todos”.

dirigida a la prevención de la violencia sexual hacia niñas y adolescentes, siendo esta causa del embarazo.

El artículo 4° de la Constitución dispone que el Estado protegerá la organización y desarrollo de la familia, mientras que el artículo 5° de la Ley General de Población, señala que el Consejo Nacional de Población tiene a su cargo la planeación demográfica del país.

En adición de lo anterior, el artículo 17 del Reglamento de la Ley General de Población estipula que los programas de planificación familiar informarán de manera clara y llana sobre los fenómenos demográficos y de salud reproductiva, así como sobre el derecho de los individuos a planificar su familia, de manera informada y responsable.

Así, como se ha referido en años anteriores³¹, la solicitud se considera **procedente** y este tipo de campañas deben ser consideradas como exceptuadas de la prohibición constitucional, ya que ayudan a prevenir y erradicar la violencia sexual hacia las niñas y, de esta manera evitar consecuencias físicas, psicológicas y sociales, como lo son el riesgo de padecer infecciones de transmisión sexual, embarazos no deseados, trastornos psicológicos, estigma y discriminación.

- 26. Secretaría de Educación.** La campaña “Prepa en línea Segunda Convocatoria”, con vigencia del 12 de abril al 07 de mayo, tiene como objetivo promover la opción educativa Prepa en Línea-SEP, para que las personas la conozcan y se registren para cursar su bachillerato en la modalidad no escolarizada opción virtual. La campaña es de alcance nacional y va dirigida a toda la población sin distinción de edad que cuente con estudios de secundaria y quiera cursar el nivel medio superior.

La CPEUM concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a informar e incentivar a que las personas que están en situación de rezago escolar y que ya no pueden recurrir a los sistemas presenciales de

³¹ En condiciones similares INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG235/2020, con las campañas “Prevención del embarazo no planeado e infecciones de transmisión sexual en adolescentes”, “Prevención del abuso sexual infantil”, “Es tu vida, es tu futuro; y “Hazlo seguro”.

educación media superior por la edad, ésta es una de las opciones que tienen para iniciar y concluir su bachillerato.

Por sus características, esta modalidad educativa atiende a grupos de población prioritaria como personas con discapacidad, adultos mayores, mujeres amas de casa y personas indígenas. Además, debido a la situación del confinamiento la población no está asistiendo a clases presenciales y ésta es una oportunidad de continuar con sus estudios, ya que no se requiere trasladarse a ningún lugar, el estudio se realiza desde casa, mediante un dispositivo con acceso a internet.

Así, la solicitud es **procedente** ya que, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional ya que, brinda un servicio educativo en línea de nivel medio superior incluyente, equitativo, eficiente, eficaz y relevante para formar estudiantes capaces de incidir positivamente en sus contextos sociales que contribuyan al bienestar y desarrollo de la nación.³²

- 27. Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte (CONADE).** La campaña “Nacionales CONADE 2021”, con vigencia del 10 de abril al 31 de mayo, tiene como objetivo dar a conocer los Juegos Deportivos Nacionales de la CONADE, que son la sustitución de la Olimpiada Nacional Infantil y Juvenil, en la que participan todos los Institutos Estatales del Deporte de la República Mexicana.

Conviene precisar que la actividad física y el deporte son considerados como elementos de la educación para formar en las personas la cultura de ejercitar su cuerpo y su mente integralmente, adicionalmente el deporte debe verse como un reto que tiene como finalidad generalizar la práctica de la actividad física entre niñas, niños y jóvenes, ya que es una herramienta fundamental para el combate de enfermedades relacionadas con la falta de actividad física y la disminución de la violencia. Además, es el semillero de nuevos talentos para nuestro país.

Dicho lo anterior, este Consejo considera que es adecuado exceptuar la campaña de la CONADE de la prohibición de difundir propaganda

³² En condiciones similares en los acuerdos INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017 e INE/CG172/2018 con la campaña “Opciones de Educación Media Superior y Superior”

gubernamental durante los Procesos Electorales, por su vinculación directa con los conceptos de educación y salud a que se hacen referencia en el presente instrumento³³, por lo que la solicitud es **procedente**.

- 28. Secretaría de Salud.** La campaña “Vacunación contra COVID-19, versiones varias”, con vigencia del 01 de abril al 31 de agosto, tiene como objetivo fomentar la vacunación e informar a la población acerca de la disponibilidad de vacunas, quienes pueden recibirla, dónde recibirla, cómo registrarse y las medidas a tomar para garantizar una aplicación efectiva. Se pretende alcanzar a la mayor cantidad de personas residentes en territorio nacional, sin distinción de edad, género o nivel socioeconómico.

La campaña “Salud Materna y COVID-19”, propuesta en conjunto con el Centro Nacional de Equidad de Género y Salud Reproductiva, con vigencia del 01 de marzo al 31 de agosto, tiene como objetivo incentivar a la población a iniciar y/o continuar con las consultas prenatales durante la emergencia sanitaria por la COVID-19, coadyuvando a la detección y prevención oportuna de complicaciones obstétricas y a la reducción de morbimortalidad materna. Así como, concientizar a la población sobre el uso continuo de métodos de anticoncepción para evitar el ITS y embarazos no deseados.

En razón de lo anterior, el derecho a la protección de la salud, del que todo mexicano goza, debe ser razonado en los términos expresados en el considerando 16 del presente instrumento, esto es, la Secretaría de Salud es claramente una autoridad administrativa cuyo propósito de creación es realizar toda acción encaminada a proteger, promover y realizar actividades relacionadas con la protección del derecho de gozar de buena salud y el concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, ya que necesariamente abarca, entre otros aspectos, la vacunación, planificación y control de los servicios de atención médica, salud pública y la asistencia social.

Por tanto, se estima **procedente** considerar dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas

³³ En condiciones similares INE/CG78/2016, INE/CG172/2018 con las campañas “Muévete” y “El deporte en México”

gubernamentales durante los periodos de campaña que se lleven a cabo en los procedimientos electorales a las campañas de esta instancia³⁴.

- 29. Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores.** La campaña “Infonavit, el crédito es tuyo”, con vigencia del 18 de marzo al 29 de agosto, tiene como objetivo exponer y explicar a los derechohabientes del organismo los principales beneficios y características del crédito Infonavit para comprar, remodelar o construir una casa, ejerciendo su derecho de Ley y a la par incentivar el uso del canal de atención digital Mi Cuenta Infonavit (sitio de atención electrónica que atiende 13 diferentes trámites y servicios, cuyo uso cobra relevancia con la pandemia por el COVID-19 pues evita las conglomeraciones en los centros físicos de atención).

Los artículos 123, apartado A, fracción XII, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 3 de la Ley del Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda de los Trabajadores disponen que toda empresa tiene la obligación de proporcionar a los trabajadores habitaciones cómodas e higiénicas. Esta obligación se cumple mediante las aportaciones que las empresas hacen a un fondo nacional de la vivienda, y el INFONAVIT es el organismo, integrado por el Gobierno Federal, los trabajadores y los patrones, encargado de administrar los recursos, establecer y operar un sistema de financiamiento que permita a los trabajadores obtener créditos baratos y suficientes.

La campaña debe ser considerada como vinculada al concepto de educación, en el entendido de que ésta forma parte de un sistema de vida fundado en el constante mejoramiento económico, social y cultural del pueblo, el aprovechamiento de los recursos y aseguramiento de la independencia económica. Dicho lo anterior, al tratarse de un tema de educación financiera, que pretende contribuir a que las personas trabajadoras tomen la mejor decisión respecto al ahorro y a la mejor solución habitacional, lo cual coadyuvará a asegurar su independencia económica.

Así, se arriba a la conclusión que la referida campaña cumple con los criterios que este Consejo General ha determinado respecto a las solicitudes

³⁴ En condiciones similares INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG/109/2021 con las campañas anteriores de la Centro Nacional para la Salud de la Infancia y la Adolescencia: “Segunda Semana de Salud 2015”, “Primera y Segunda Semana Nacional de Salud 2016”, “Semanas Nacionales de Salud 2017”, “Semanas Nacionales de Salud 2018” y “Primera Jornada de Salud Pública: vacunación contra el COVID-19”.

de excepción a la prohibición de difundir propaganda electoral en las campañas y hasta el día de la Jornada Electoral, por lo que resulta **procedente**³⁵.

- 30. Ayuntamiento de Texcoco, Estado de México.** La campaña “Programa permanente de atención a emergencias sanitarias, catástrofes, siniestros y desastres naturales”, con vigencia del permanente, tiene como objetivo brindar información y acciones oportunas ante la contingencia que se suscite, además de prevenir posibles eventos que representen riesgo a la población civil.

Así, Protección civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona la protección y la asistencia a los ciudadanos ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y el entorno en el que vive.

En ese sentido, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud, esto es, el derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana.

La acción en materia de prevención de accidentes comprende el fomento de programas de orientación a la población. Lo anterior tiene una evidente finalidad de protección civil en caso de inundaciones o desastres naturales, por lo cual resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de protección civil y salud, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de fenómenos naturales, contribución a la disminución de riesgos y prevención de una situación de emergencia, lo que contribuye a salvar vidas humanas, por lo que la solicitud es **procedente**.

- 31. Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI).** La campaña denominada “Campaña institucional 2021. Versiones: spot 1 y spot 2”, con vigencia del 01 de abril al 31 de diciembre, tiene como objetivo informar a la población sobre

³⁵ En condiciones similares INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG/235/2020 con las campañas anteriores del INFONAVIT: “Crédito INFONAVIT” y “Crédito institucional, comienza tu hogar”.

los derechos fundamentales que tutela el INAI, como institución cercana a las personas, que las apoya para el ejercicio del derecho de acceso a la información y el derecho de protección de datos personales, a través de mecanismos y herramientas específicos. Asimismo, en el contexto de la pandemia, el acceso a la información oportuna puede salvar vidas.

De conformidad con los artículos 6 y 16 de la CPEUM; 2, fracción VII de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; 17 y 21 de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública y 38 de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares, el referido Instituto es el órgano autónomo encargado de promover y difundir los derechos de Acceso a la Información y de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares.

Así también, uno de los objetivos de la Ley General es promover, fomentar y difundir la cultura de la transparencia en el ejercicio de la función pública, el acceso a la información, la participación ciudadana, así como la rendición de cuentas, a través del establecimiento de políticas públicas y mecanismos que garanticen la publicidad de información oportuna, verificable, comprensible, actualizada y completa, que se difunda en los formatos más adecuados y accesibles para todo el público y atendiendo en todo momento las condiciones sociales, económicas y culturales de cada región.

A partir de lo anterior, la labor del referido órgano autónomo adquiere relevancia en el marco de los procesos electorales, para procurar que en éstos no sean vulnerados los datos personales, no solo por organizaciones políticas, sino por agencias de marketing político, medios de comunicación y por particulares, especialmente en internet.

En razón de lo anterior, y tomando en cuenta que la Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, es que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a informar a la población sobre sus derechos humanos consagrados en la Norma Fundamental, como lo son el derecho de acceso a la información y el derecho a la protección de datos personales y la importancia y necesidad de ejercerlos para de tal manera lograr el ideal de una democracia participativa

Así, la solicitud es **procedente** ya que, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las

prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional³⁶.

- 32. Ayuntamiento de Coacalco, Estado de México.** La campaña “Información sobre la prevención y mitigación del virus Covid-19”, con vigencia del 01 de abril y hasta que la autoridad sanitaria lo determine, tiene como objetivo informar sobre los acuerdos de la Secretaría de Salud y/o Estatal relativo al Plan para el regreso a las actividades económicas, sociales, gubernamentales y educativas con motivo del virus (COVID-19), en el estado de México, así como las diferentes medidas para la mitigación y prevención que emita el gobierno federal.

La campaña tiene como finalidad informar a la población de las modificaciones al semáforo epidemiológico por COVID-19, cuestión que determina las medidas y protocolos de salud y protección civil que las autoridades estiman se deben aplicar.

En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud.

Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es **procedente** la solicitud, por lo que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud³⁷.

- 33. Fiscalía General de la República (FGR).** La campaña “¿Has visto a...?” tiene como objetivo difundir el rostro de las personas desaparecidas y no localizadas que, a través de la exposición en los distintos medios de comunicación, la ciudadanía colabore para su localización, misma que se realizará del 01 de enero al 31 de diciembre.

³⁶ En similares condiciones CG180/2011 y CG220/2011, así como INE/CG172/2018 con la campaña del INAI “Campaña Institucional 2017”, versiones: “Jingle abierto-cerrado” y “Blanca y Pepe”.

³⁷ En similares condiciones INE/CG109/2021 con las campañas “Contingencias por Covid-19” y Plan Colima y su Gente” del Gobierno del estado de Colima y el Ayuntamiento de Colima, Colima.

Así, la campaña en mención al ser un mecanismo que coadyuva a la búsqueda y localización de personas que se reportan como desaparecidas o no localizadas, es de suma importancia su utilización.

En ese sentido, esta autoridad considera que la campaña señalada está encaminada a brindar seguridad jurídica a la población, pues buscan concientizar a la sociedad de la importancia de la cultura de la denuncia y la colaboración para la procuración de justicia y a su vez difunden la información que influye en la educación de los ciudadanos para el ejercicio de los derechos de las víctimas, por lo que, pueden ser consideradas dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones, que en materia de propaganda gubernamental establece la CPEUM.

Por lo anterior, la campaña analizada es **procedente** como exceptuada de la prohibición constitucional relativa a la suspensión de propaganda gubernamental por estar estrechamente vinculada con el concepto de educación y estar encaminada a la población en general³⁸.

- 34. Fondo de Vivienda del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (FOVISSSTE).** La campaña “Educando para tu casa”, cuyo objetivo está dirigido a todas y todos los derechohabientes ubicados en la República Mexicana, con la finalidad de actualizar, enseñar y promover todos los procesos, documentación y trámites que les permita obtener créditos para la obtención de su vivienda, tiene vigencia del 15 de febrero al 15 de agosto.

El artículo 4 de la CPEUM establece el derecho que tiene toda familia a una vivienda digna y decorosa. En relación a lo anterior, el artículo 4 de la Ley del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado, establece con carácter obligatorio en beneficio de los trabajadores préstamos hipotecarios y financiamiento en general para vivienda.

La campaña debe ser considerada como vinculada al concepto de educación, en el entendido de que ésta forma parte de un sistema de vida fundado en el constante mejoramiento económico, social y cultural del pueblo, el aprovechamiento de los recursos y aseguramiento de la

³⁸ En similares condiciones INE/CG120/2015, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021 con la campaña “Protocolo Alba” y “Alerta Amber”

independencia económica. Dicho lo anterior, al tratarse de un tema de educación financiera, que pretende contribuir a que las personas trabajadoras tomen la mejor decisión respecto al ahorro y a la mejor solución habitacional, lo cual coadyuvará a asegurar su independencia económica.

Así, se arriba a la conclusión que la referida campaña cumple con los criterios que este Consejo General ha determinado respecto a las solicitudes de excepción a la prohibición de difundir propaganda electoral en las campañas y hasta el día de la Jornada Electoral, por lo que resulta **procedente**³⁹.

- 35. Ayuntamiento de Zapopan, Jalisco.** La campaña “Contra incendios”, con vigencia del 15 de marzo al 15 de junio, tiene el objetivo de concientizar a la ciudadanía para evitar incendios en zonas forestales, y así reducir el impacto al medio ambiente, ya que en su mayoría suelen ser provocados por personas.

En relación con lo anterior, dado que la Constitución concibe a la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, dichas actividades de prevención corresponden a la educación informal y contribuyen a generar o modificar hábitos y patrones de conducta en beneficio de la ciudadanía, y a la conservación de los bosques, las superficies agrícolas y las zonas rurales como parte del medio ambiente, por lo que resulta **procedente** la presente campaña⁴⁰.

Ahora bien, la campaña denominada “Resistiremos una vez más”, cuyo objetivo es concientizar a la población sobre la importancia de seguir cuidándose ante el COVID-19, a fin de bajar el número de contagios y defunciones, la cual será realizada del 01 de abril al 15 de junio.

El artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones

³⁹ En similares condiciones INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG235/2020 con las campañas “Crédito INFONAVIT” del Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores.

⁴⁰ En condiciones similares CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG235/2020 con la campaña de la Comisión Nacional Forestal “Prevención de Incendios Forestales” e INE/CG109/2021 con la campaña del mismo órgano federal “Y tú, ¿qué puedes hacer?”.

preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. En ese sentido esta campaña es **procedente**, ya que derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID 19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud⁴¹.

- 36. Ayuntamiento de Valle de Bravo, Estado de México⁴².** La campaña “Tarjeta vallesana”, tiene como objeto general contribuir en la disminución de la condición de pobreza multidimensional o vulnerabilidad de los Vallesanos de 18 años en adelante o de los que se encuentren en condiciones económicas no favorables, entregando un apoyo mediante transferencia monetaria a quienes previamente se registren, cumplan con los requisitos establecidos en las reglas de operación y obtengan el Dictamen de procedencia por parte del Comité de Evaluación y Seguimiento, instancia ejecutora del programa.

Según lo establecido en el formulario remitido la propaganda gubernamental relativa al programa público referido, consistirá únicamente en la publicación de la convocatoria respectiva mediante estrados físicos que se fijen en las oficinas de las Dependencias Municipales de este Ayuntamiento.

En virtud de lo anterior, resulta **improcedente** la campaña, ya que según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo publicación mediante estrados físicos que se fijen en oficinas de dependencias municipales.

- 37. Alcaldía Miguel Hidalgo de la Ciudad de México.** La referida alcaldía remite la campaña “Médico contigo”, con fecha de inicio el 04 de abril y hasta el 31 de diciembre, la cual tiene como objetivo beneficiar a la población de las colonias con mayor índice de vulnerabilidad y marginalidad, brindándoles revisiones médicas generales.

Asimismo, se remite la campaña “Servicios de audiometría y optometría”, con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre, cuyo objetivo es el mismo de la

⁴¹ En similares condiciones INE/CG109/2021 con las campañas “Contingencias por Covid-19” y Plan Colima y su Gente” del Gobierno del estado de Colima y el Ayuntamiento de Colima, Colima.

⁴² Resulta importante aclarar que el mencionado Ayuntamiento no presentó un formulario llenado, sin embargo, en su oficio de solicitud proporcionó la información necesaria y suficiente para poder dictaminar la campaña de mérito.

campaña anteriormente descrita, con la particularidad de brindarle a la población de la Alcaldía Miguel Hidalgo, estudios de optometría y audiometría.

En relación con lo anterior, se informa que las solicitudes son **improcedentes**, ya que, si bien las campañas guardan relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que ofrece revisiones médicas generales y estudios de optometría y audiometría a personas vulnerables, la promoción de las mismas no cumplen con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso⁴³.

38. Comunicación Social del Gobierno del estado de Morelos. La campaña se denomina “Morelos cerca de ti 80% de descuento en ciertos hoteles”⁴⁴, tiene como objetivo reactivar el turismo en Morelos tras la afectación por la pandemia por COVID-19, misma que será realizada del 23 de febrero al 30 de septiembre.

Se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución.

Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural del pueblo, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la

⁴³ Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los **programas sociales** durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

⁴⁴ Se presentaron dos formularios iguales.

materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros.

En consecuencia, resulta evidente que la promoción del estado de Morelos, en relación a sus lugares y destinos turísticos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres. Maxime cuando están próximos dos periodos vacacionales, por lo que la solicitud resulta **procedente** y se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que está relacionada con la difusión de actividades y servicios en materia artística y cultural con el fin de incentivar la reactivación turística ofreciendo descuentos en hoteles⁴⁵.

- 39. Encargado de la Propaganda local Morena Chilón.** Se remite para su análisis la campaña “Propaganda de Campaña Política 2021”, con una temporalidad de transmisiones del 04 de abril al 06 de junio y para la cual se plantea como objetivo informar a toda la ciudadanía de las propuestas del candidato.

Al respecto, este Consejo General advierte que la solicitud proviene de una persona que se ostenta como el encargado de la propaganda electoral del partido político MORENA en el Municipio de Chilón, Chiapas, por tanto, es claro que la solicitud no proviene de algún ente público y no se refiere a propaganda gubernamental, motivo por el cual es claro que la solicitud no es materia del presente instrumento.

- 40. Ayuntamiento de Tlaxcala, Tlaxcala.** La campaña “Negocio Seguro”, con vigencia del 19 de marzo al 06 de junio, tiene como objetivo concientizar al sector productivo sobre las medidas sanitarias para evitar la cadena de contagios por la pandemia COVID-19 y generar un comercio seguro.

La campaña tiene como finalidad difundir las medidas sanitarias por COVID-19, cuestión que determina las medidas y protocolos de salud y protección civil que las autoridades estiman se deben aplicar.

⁴⁵ En condiciones similares CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021.

En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud.

Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera **procedente** la solicitud, por lo que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.⁴⁶

41. Unidad de Comunicación Social y Atención Ciudadana del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
"Cultura de la discapacidad", con vigencia del 01 de abril al 30 de junio	Sensibilizar al público en generar y entender que la discapacidad es una condición de vida, no una enfermedad.	Artículo 4, último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a sensibilizar a las personas sobre lo que significa una discapacidad y sus problemas, ya que estas actividades corresponden a la educación informal y contribuyen a combatir la discriminación, máxime cuando se han visto que en muchas ocasiones la discapacidad se considera como una enfermedad y no como una condición de vida. Así, dado que la educación es un concepto global que abarca no solo la educación impartida como ejercicio de la actividad docente, sino también medios, prevenciones, programas y propósitos, como lo son este tipo de campañas para fomentar la inclusión y velar por los derechos y oportunidades de todos los que tienen esta condición de vida.	
"Defensoría de audiencias" con vigencia del 01	Mecanismo de autorregulación para coadyuvar a cumplir con los principios deontológicos y	Artículo 4, último párrafo de la Ley Orgánica del Poder	Improcedente. Con la información proporcionada no es posible dilucidar si se trata de una campaña de difusión o	

⁴⁶ En similares condiciones INE/CG109/2021 con las campañas "Contingencias informativa y de prevención Covid-19" del estado de Sonora y "Contingencias por Covid-19" del estado de Colima.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
de febrero al 30 de septiembre	de vinculación permanente entre la emisora y su audiencia, los cuales se contienen en su Código de Ética.	Ejecutivo del estado de Querétaro.	el ejercicio de un programa y, en su caso, no se justifica con suficiencia las razones por las cuales sea necesario que durante el periodo de campaña, reflexión y Jornada Electoral se difunda. Adicionalmente no se detalla por qué medios se planea la difusión en el caso de que se trate de una campaña y no se precisa con exactitud en qué consistiría la promoción.	
“Semana de la gente”, con vigencia del 01 de febrero al 30 de abril	Difundir la convocatoria que busca reconocer y difundir el trabajo de personas, colectivos y organizaciones mediante la transmisión de sus producciones en las frecuencias de radio y televisión con que cuenta RTQ, esto con la finalidad de integrar a la programación de la radio y la televisión pública las iniciativas ciudadanas, dando voz a la sociedad	Artículo 4, último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro.	Procedente. Sobre el particular, es importante recordar que el concepto de educación abarca, entre otros aspectos, la promoción del arte y la cultura como elementos que enriquecen la formación de las personas, ya que como se aprecia de la información remitida, la campaña busca que la gente interesada difunda las producciones que hayan realizado para televisión y radio, lo que permitirá que los radioescuchas o televidentes tengan contacto con otras formas de pensar o ver las cosas. Dicho lo anterior, la referida campaña debe exceptuarse de la prohibición de difundir propaganda gubernamental por encontrarse vinculada al concepto de educación.	INE/CG172/2018
“Incendios Forestales”, con vigencia del 01 de marzo al 30 de junio	La concientización de la población de actuar responsablemente como base fundamental para prevenir incendios forestales que dañan el medio ambiente, ya que está comprobado que el 98% de los incendios forestales se generan a partir de descuidos humanos.	Artículo 4, último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro.	Procedente. La campaña brinda información que permitirá dar a conocer a la población en general la importancia de prevenir y reportar los incendios forestales, por lo que tiene como propósito crear consciencia sobre las causas más comunes por las que se generan incendios forestales causados accidentalmente por la acción humana. Al respecto este Consejo General del INE considera que, como en años anteriores, este tipo de campañas deberán ser de las consideradas dentro de las exceptuadas a la prohibición constitucional de difundir propaganda gubernamental durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral por su vinculación al concepto de educación.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG235/2020 e INE/CG109/2021
“Difusión de opciones universitarias y actividades”	Dar a conocer las convocatorias de la oferta educativa con la que se cuenta para el ingreso de los jóvenes	Artículo 4, último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del estado de	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017,

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	a nivel medio superior y superior, a través de publicar las plataformas de diversas instituciones y se les informa sobre las fechas de preinscripción o inscripción, así como donde y cuando serán los exámenes de evaluación para poder ingresar a las diferentes universidades. Además, dar a conocer actividades que se destacan a nivel estatal y nacional por parte de los alumnos, docentes y las instituciones.	Querétaro.	exceptuar las campañas que tienen como finalidad coadyuvar a que los jóvenes tomen la mejor decisión sobre qué estudiar y qué sistema elegir, conozcan la mecánica de ingreso a la preparatoria o universidad a la que les gustaría asistir, fechas de exámenes, requisitos, etc.	INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
“Programación de eventos culturales y educativos” con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Difundir actividades digitales de verano. Planear actividades académicas, científicas, tecnológicas, culturales y artísticas, así como promover entre el público en general el uso y aprendizaje de tecnologías de la información, por medios de cursos, pláticas, talleres de manera virtual, etc.	Artículo 4, último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña ya que está relacionada con la difusión de actividades y servicios en materia artística, cultural y educativa con el fin de promover en la población dichos eventos.	CG75-2012, CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG245/2019 e INE/CG109/2019
“Inscripciones” con vigencia del 21 de enero al 31 de agosto	Brindar información a los padres de familia de los niños, niñas y jóvenes para que sus hijos puedan acceder a las escuelas públicas de educación básica, así como coadyuvar con los padres de familia en el proceso de inscripción a la escuela deseada.	Artículo 4, último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a informar e incentivar que los niños sean inscritos y asistan a la escuela. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional ya que, incentiva que los niños participen de la educación formal que imparte el Estado.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
“Aprende en casa” con vigencia del 11 de enero al 31 de agosto	Es una estrategia de educación para brindar a los estudiantes de escuelas públicas del nivel básico de las herramientas virtuales para llegar a los objetivos del plan académico. Busca informar sobre las nuevas herramientas para que estudiantes sin conectividad,	Artículo 4, último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a informar y proporcionar estrategias y herramientas para que los niños y niñas de escuelas públicas puedan acceder a la nueva forma de impartición de clases.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	acceso a la TV, impresión de cuadernillos, etc., puedan acceder a las clases y materiales.		Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional ya que, incentiva que los niños accedan a la educación formal que imparte el Estado. Es importante señalar, que según lo estipulado en el formulario, la campaña no corresponde al Programa Aprende en Casa establecido por la Secretaría de Educación Pública para las clases a través de la televisión, sino que brinda herramientas y materiales complementarios.	
“Erradicación de la violencia familiar” con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Brindar información sobre la atención, protección, asesoría y herramientas para combatir la violencia familiar.	Artículo 4, último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro.	<p>Procedente. La violencia familiar tiene graves consecuencias inmediatas y a largo plazo para el desarrollo psicológico y social de las personas, las familias, las comunidades y los países, por lo que se debe evaluar este problema como una prioridad de salud pública y tomar medidas para prevenirla y resolverla.</p> <p>La difusión de la protección, asesorías y las herramientas implementadas por el estado para combatir y prevenir la violencia familiar es una campaña educativa para la población, que contribuye a intensificar la conciencia respecto de que ésta es una cuestión pública y una violación a los derechos humanos que afecta a la sociedad en general, además de constituirse como un medio para informar y educar a las víctimas de violencia acerca de su derecho a recibir apoyo y reparación, y la forma en que pueden hacer valer estos derechos.</p> <p>Por tanto, esta campaña debe ser considerada dentro de las excepciones previstas a la transmisión de propaganda gubernamental durante los periodos de campaña de los Procesos Electorales materia del presente Acuerdo por encontrarse vinculada con los conceptos de educación y salud.</p>	INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG245/2019 e INE/CG109/2021
“Rutas transporte especializado”	Transporte especializado para traslados gratuitos y con una frecuencia ajustada a las	Artículo 4, último párrafo de la Ley Orgánica del Poder	Improcedente. Si bien el programa guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de un programa	INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	necesidades del programa de terapias para las personas con discapacidad por medio de horarios y rutas establecidas.	Ejecutivo del estado de Querétaro.	que busca atender a personas con alguna discapacidad y adultos mayores, la difusión de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ⁴⁷ . Además, debe señalarse que del formulario remitido no es posible extraer información acerca de los medios a través de los cuales se pretende la difusión.	
"Viaja centro México. Viaja en corto" con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Promover el turismo regional en carretera en los estados del centro del país de Aguascalientes, Guanajuato, Jalisco, Querétaro, San Luis Potosí y Zacatecas, promocionando 32 Pueblos Mágicos de estas entidades, difundiendo opciones y promociones.	Artículo 4, último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro.	Procedente. Se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural del pueblo, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado	CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021

⁴⁷ Al respecto, si bien es cierto la Sala Superior del TEPJF estableció en la jurisprudencia 19/2019 de rubro: "PROGRAMAS SOCIALES. SUS BENEFICIOS NO PUEDEN SER ENTREGADOS EN EVENTOS MASIVOS O EN MODALIDADES QUE AFECTEN EL PRINCIPIO DE EQUIDAD EN LA CONTIENDA ELECTORAL", que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante las campañas electorales, debido a su finalidad; también lo es, que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social, no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros.</p> <p>En consecuencia, resulta evidente que la promoción de los estados del centro del país y sus pueblos mágicos, en relación a sus lugares y destinos turísticos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres. Máxime cuando están próximos dos periodos vacacionales.</p>	
<p>“Querétaro es de otro mundo” con vigencia del 01 de febrero al 31 de diciembre</p>	<p>Promocionar en las zonas vecinas como la CDMX y la zona del Bajío, a la visita del estado y el consumo de los productos turísticos. Se tiene el objetivo de posicionar a Querétaro en el top of mind de los viajeros como un destino práctico, articulado y con experiencias únicas para diferentes segmentos.</p>	<p>Artículo 4, último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro.</p>	<p>Procedente. Al igual que la campaña anterior, resulta evidente que la promoción del estado de Querétaro y sus diferentes ofertas, en relación a sus lugares y destinos turísticos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres. Máxime cuando están próximos dos periodos vacacionales.</p>	<p>CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021</p>
<p>“Caminos de Querétaro de Gastrofest” con vigencia del 01 de enero al 30 de junio</p>	<p>Promover la riqueza gastronómica y culinaria que existe en la entidad, a la vez que se fomente el consumo de productos vínicos y lácteos hechos en la región.</p>	<p>Artículo 4, último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro.</p>	<p>Procedente. Al igual que las campañas anteriores, resulta evidente que promover la riqueza gastronómica y vinícola del estado de Querétaro, en relación a los lugares y destinos productores de estos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres. Máxime cuando están próximos dos periodos vacacionales.</p>	<p>CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021</p>
<p>“Querétaro te pone de buenas” con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre</p>	<p>Comunicar la gama de alternativas que tiene Querétaro para ofertar a los turistas</p>	<p>Artículo 4, último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro.</p>	<p>Procedente. Al igual que las campañas anteriores, resulta evidente que promover las diferentes alternativas de diversión, de descanso y de propuestas culturales, riqueza gastronómica y vinícola del estado de Querétaro, en relación a los lugares y destinos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la</p>	<p>CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021</p>

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres. Máxime cuando están próximos dos periodos vacacionales.	
“Un Querétaro sano. Haz ejercicio y aliméntate sanamente” con vigencia del 04 de abril al 6 de junio	Difundir, ante la situación que ha generado la pandemia, los beneficios que brinda el deporte y una adecuada alimentación, para procurar la salud física y emocional del ser humano.	Artículo 4, último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro.	Procedente. Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a la población de Querétaro con el propósito de abatir los altos índices de obesidad, busca motivar a llevar una vida saludable y prevenir el mayor número de enfermedades posibles, sensibilizando sobre el tema e invitando a la práctica del ejercicio y buena alimentación.	CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
“Medidas sanitarias en transporte público” con vigencia del 04 de abril al 6 de junio	Difundir las medidas sanitarias implementadas para el control o disminución del riesgo de contagio en el transporte público del virus COVID-19 con mensajes como: uso obligatorio de cubrebocas, usar liquido sanitizante, usar tarjetas de prepago en vez de dinero, etc.	Artículo 4, último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro.	Procedente. El artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID 19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.	INE/CG109/2021
“Servicios preventivos permanentes” con vigencia de marzo a septiembre	Difundir avisos, acciones, indicaciones, medidas, recomendaciones para prevenir problemas de violencia de género.	Artículo 4, último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro.	Procedente. La campaña tiene como objetivo publicar y divulgar en medios de comunicación y lugares estratégicos las acciones, indicaciones, medidas, y recomendaciones para prevenir la violencia de género con información accesible para la población. Sobre lo señalado, este Órgano estima oportuno recordar que en años anteriores y a lo largo del presente instrumento se han exceptuado campañas similares por vincularse con un tema de educación precisamente por la prevención y erradicación de la violencia contra la mujer, por lo que se estima procedente exceptuar la campaña.	INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Protección de la mujer ante hechos de violencia de género” con vigencia de marzo a septiembre	Difundir avisos, acciones indicaciones y la existencia de herramientas para combatir la violencia de género y proteger a la mujer con la atención psicológica y jurídica.	Artículo 4, último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro.	Procedente. Al igual que en el caso anterior, la difusión de las acciones para combatir la violencia de género e informar sobre las herramientas para proteger a las víctimas de este tipo de violencia permite a las mujeres conocer que cuentan con una vía de comunicación directa y especializada con las autoridades encargadas de brindarles apoyo, protección y orientación en el caso de sufrir violencia de género. Así, esta campaña puede ser considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
“Medidas sanitarias dentro del aeropuerto por Covid” con vigencia del 04 de abril al 06 de junio	El objetivo es dar a conocer a los ciudadanos las medidas sanitarias que está implementando el personal y usuarios del AIQ al momento de realizar un viaje, para con ello evitar que existan contagios entre las personas que viajan desde Querétaro y detectando posibles casos que lleguen al estado para atenderlos de manera inmediata.	Artículo 4, último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro.	Procedente. Los artículos 3, fracción XI, 162 y 163 de la Ley General de Salud, disponen que es materia de salubridad general la educación para la salud, y que el derecho a su protección tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. Asimismo, que la acción en materia de prevención comprende la adopción de diversas medidas entre las que se encuentra el fomento de programas de educación y orientación a la población. Debido a lo anterior, no obstante que el fundamento legal radica en la Ley General de Salud, al ser una materia de educación, protección civil y orientación para identificar riesgos en el aeropuerto internacional de Querétaro, prevenir e instrumentar estrategias que busquen aminorar los niveles de riesgo de contagio por el virus SARS-CoV-2, resulta necesario exceptuar de las reglas de propaganda gubernamental esta campaña. Mas aun, cuando se está viviendo con una nueva normalidad en donde estos informes coadyuvan a la protección de la vida de los ciudadanos.	
“Vuela por Querétaro (reactivación de vuelos)” con vigencia del 04	El objetivo es dar a conocer a los ciudadanos las rutas de vuelo y las aerolíneas que están nuevamente operando desde Querétaro, así como los	Artículo 4, último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro.	Improcedente. En la solicitud se argumenta que durante varios meses la actividad aérea se suspendió derivado de la contingencia por COVID-19, por lo que el AIQ al ser uno de los más	INE/CG78/2016

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
de abril al 06 de junio	vuelos que arriban a la entidad.		importantes del país retomó actividades y la campaña está orientada a informar sobre las rutas y aerolíneas que están operando y los servicios que el Aeropuerto pretende instrumentar dado el actual contexto de pandemia internacional. En este sentido, aunado a que dicha campaña no se vincula con los conceptos de educación, salud o protección civil en casos de emergencia, se estima que no resulta imprescindible su difusión durante el periodo comprendido desde el inicio de las campañas hasta la conclusión de la Jornada Electoral, aunado a que no encuentra vínculo con los conceptos de educación, salud o protección civil.	
“Promoción de la denuncia” con vigencia del 01 de abril al 30 de septiembre	Informar sobre los mecanismos existentes que permitan al ciudadano realizar un proceso de denuncia para solicitar una intervención formal a las autoridades ante un delito del que fue víctima, así como fomentar la cultura de la denuncia.	Artículo 4, último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro.	Procedente. Esta autoridad considera que la campaña señalada está encaminada a brindar seguridad jurídica a la población, pues busca concientizar a la sociedad de la importancia de la cultura de la denuncia y la colaboración para la procuración de justicia y a su vez difunden la información que influye en la educación de los ciudadanos para el ejercicio de los derechos de las víctimas, por lo que, pueden ser consideradas dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones, que en materia de propaganda gubernamental establece la CPEUM.	INE/CG120/2015 INE/CG65/2017 INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
“Auxilio y seguridad vial” con vigencia del 01 de abril al 30 de septiembre	Informar sobre las recomendaciones para evitar accidentes viales, fomento de la cultura vial y conocimiento del Reglamento de Tránsito, así como informar las formas de auxilio en caso de encontrarse en siniestros.	Artículo 4, último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro.	Procedente. Los artículos 3, fracción XI, 162 y 163 de la Ley General de Salud, disponen que es materia de salubridad general la educación para la salud, y que el derecho a la protección a la misma tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. Asimismo, que la acción en materia de prevención de accidentes comprende la adopción de diversas medidas entre las que se encuentra el fomento de programas de educación y orientación a la población con la difusión de mensajes específicos para sensibilizar a los conductores acerca de los riesgos que significa transportarse en automóvil sin respetar reglas como son: 1) Usar el cinturón de seguridad; 2) Respetar	INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG119/2019

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>los límites de velocidad y las señales viales; 3) No usar dispositivos móviles mientras el usuario maneja. 4) No conducir bajo los efectos de bebidas alcohólicas o medicamentos que produzcan somnolencia, y 5) Usar el casco si se usa motocicleta.</p> <p>En razón de lo anterior, no obstante que el fundamento legal radica en la Ley General de Salud, al ser una materia de educación y orientación para prevenir accidentes y generar entornos protegidos, eficaces, certeros y confiables resulta necesario exceptuar de las reglas de propaganda gubernamental la campaña como una forma de educación de la población para efectos preventivos.</p>	
<p>“Prevención del delito” con vigencia del 01 de abril al 30 de septiembre</p>	<p>Informar sobre las recomendaciones para evitar ser víctima de un delito, sobre todo de los más recurrentes. Al tiempo de educar a la ciudadanía para no caer en el ejercicio de acciones delictivas.</p>	<p>Artículo 4, último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro.</p>	<p>Procedente. La difusión de este tipo de herramientas tecnológicas permite a las personas conocer nuevas formas para evitar ser víctimas del delito y coadyuvar con el combate a la delincuencia.</p> <p>Así, esta campaña puede ser considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.</p>	<p>INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG119/2019</p>
<p>“Plataforma www.apoyo-psicologico.mx”, con vigencia del 04 de abril al 06 de junio</p>	<p>El objetivo es difundir la existencia de una herramienta tecnológica con la finalidad de ofrecer al ciudadano apoyo psicológico gratuito y sin salir de casa, que se encuentren afectadas por el COVID-19 y todo lo que conlleva el confinamiento por la pandemia.</p>	<p>Artículo 4, último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro.</p>	<p>Procedente. La prestación de los servicios de salud conlleva la ejecución de diversos actos y actividades, como son los relativos a la atención de servicios médicos y de asistencia social y todo aquello que conlleva a salvaguardar la salud en un contexto amplio que abarca no solo la salud física del ser humano, sino también la mental y psicológica.</p> <p>En este contexto, esta campaña puede ser considerada dentro del concepto de salud y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.</p>	
<p>“Agenda cultural”, con vigencia del 04 de abril al 06 de junio</p>	<p>El objetivo es difundir la cartelera o agenda cultural de la Secretaría de Cultura del estado de Querétaro que se actualiza cada semana.</p>	<p>Artículo 4, último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro.</p>	<p>Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por</p>	<p>CG75-2012, CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017,</p>

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			lo que se considera pertinente exceptuar la campaña "Agenda cultural" ya que está relacionada con la difusión de actividades y servicios en materia artística y cultural con el fin de promover en la población dichos eventos.	INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG245/2019 e INE/CG109/2021
"Cultura del agua", con vigencia del 04 de abril al 06 de junio	El objetivo es dar a conocer a los ciudadanos medidas que pueden realizar en sus hogares, escuelas y centros de trabajo para el uso correcto del agua y su cuidado, para así garantizar que no se desperdicie.	Artículo 4 último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas al cuidado y buen uso del agua, ya que estas actividades corresponden a la educación informal y contribuyen a generar y/o modificar hábitos y patrones de conducta en beneficio de la ciudadanía. Además, esta autoridad considera que dicha campaña, cuyo propósito es promover hábitos para un uso racional del agua, coadyuva a la educación de los niños y las niñas y complementa las acciones de educación básica en nuestro país. En efecto, la campaña "Cultura del Agua", debe de exceptuarse de la prohibición establecida constitucionalmente de transmitir propaganda gubernamental, pues se trata de mensajes meramente informativos con fines educativos tendientes a fortalecer la cultura del buen uso del agua.	CG75-2012, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017 e INE/CG172/2018,
"Temporada de calor", con vigencia del 01 de marzo al 30 de septiembre	Difundir indicaciones, recomendaciones y medidas para prevenir problemas de salud debido a las altas temperaturas climáticas durante la temporada de calor.	Artículo 4, último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro.	Procedente. Al respecto, las campañas encuadran en los supuestos de excepción a la prohibición impuesta por la Constitución en materia de propaganda gubernamental, pues a razón de este Consejo General, es evidente su relación con los servicios educativos que son indispensables para la población y la protección de su salud, y que tienen como finalidad la prolongación de la vida. Dicho en otras palabras, las campañas relativas a prevenir problemas de salud por la temporada de calor están relacionadas directamente con el concepto de educación y salud integral que proporciona la CPEUM, ya que informan de las medidas preventivas	INE/CG119/2019

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			que se han de tomar ante las altas temperaturas climáticas y crean una cultura de prevención de riesgos. Es así que, al vincularse con el concepto constitucional de educación y salud, deben quedar exceptuadas de las reglas de propaganda gubernamental, pues en el sentido amplio, se fomenta un interés general de la sociedad por salvaguardar el derecho humano como es la vida y a promover la protección del derecho a gozar de buena salud, entendido como un estado de completo bienestar físico, mental y social.	
“Prevención y control de enfermedades”, con vigencia del 01 de marzo al 30 de septiembre	Difundir indicaciones, recomendaciones y medidas para prevenir problemas de salud debido a diversas enfermedades como detección oportuna de cáncer, enfermedades crónicas degenerativas, salud mental y prevención de adicciones.	Artículo 4, último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro.	Procedente. El derecho a la protección de la salud entendido como un estado de completo bienestar físico, mental y social, del que todo mexicano goza, es un derecho que claramente las autoridades procuran al realizar acciones como esta campaña, encaminadas a proteger, promover y realizar actividades relacionadas con abatir los altos índices de obesidad, buscar motivar a llevar una vida saludable y prevenir el mayor número de enfermedades posibles, sensibilizando sobre el tema e invitando a la práctica del ejercicio y buena alimentación Por tanto, se estima adecuado considerar dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales durante los periodos de campaña que se lleven a cabo en los procedimientos electorales a esta campaña, ya que se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a la población de todo el estado con el propósito fomentar la corresponsabilidad de la población en el cuidado de su salud, la atención primaria y preventiva, promover hábitos saludables que eviten a la población ubicarse en situaciones de riesgo.	CG75/2012, CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019 e INE/CG109/2021
“Estilos de vida saludables”, con vigencia del 01 de marzo al	Difusión de información para sensibilizar a la población sobre la importancia de adoptar hábitos alimentarios saludables	Artículo 4, último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del estado de	Procedente. Al igual que la campaña anterior, esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a la población de	CG75/2012, CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016,

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
30 de septiembre	y realizar actividad física al menos 30 minutos al día.	Querétaro.	todo el estado con el propósito de abatir los altos índices de obesidad, busca motivar a llevar una vida saludable y prevenir el mayor número de enfermedades posibles, sensibilizando sobre el tema e invitando a la práctica del ejercicio y buena alimentación.	INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019 e INE/CG109/2021
“Donación de órganos y tejidos, sangre”, con vigencia del 01 de marzo al 30 de septiembre	Difundir información con los requisitos para ser donador y para impulsar la donación de órganos, tejidos y sangre.	Artículo 4, último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro.	Procedente. Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud ya que, por un lado, genera valores y cultura relacionados con la importancia de la donación de órganos, tejidos y sangre para salvar vidas y concientiza a la población con la finalidad de consolidar y mantener un sistema nacional que permita la disponibilidad, accesibilidad, calidad y seguridad de los órganos o la sangre; y, por el otro, incrementa la seguridad sanguínea y garantiza el acceso constante y universal a la sangre, además de mejorar la calidad de vida de las personas que reciben un órgano o bien, les permite seguir viviendo, por lo que se considera adecuada la solicitud y la campaña como exceptuada de la prohibición constitucional de difundir propaganda gubernamental durante las campañas y hasta el día de la Jornada Electoral.	INE/CG109/2021
“Dengue”, con vigencia del 01 de marzo al 30 de septiembre	Difundir indicaciones, recomendaciones y medidas para evitar contagios por Dengue, así como identificar dicha enfermedad.	Artículo 4, último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro.	Procedente. La campaña tiene como objetivo principal el fomento de la integridad física, la protección de la salud y de la vida humana, en particular durante los próximos meses en que aumenta el riesgo de contagio por las condiciones climáticas de la temporada. Esta campaña está enfocada a que la transmisión no se intensifique y se mantenga el control y la prevención de dicha enfermedad, impidiendo el riesgo de una epidemia. Así, el concepto de servicios de salud debe entenderse como el conjunto de actividades que se llevan a cabo para la satisfacción de dicha necesidad colectiva de interés público, las cuales comprenden todos aquellos actos, medios y recursos que son indispensables para su adecuada prestación.	INE/CG120/2015 e INE/CG119/2019

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			En ese sentido, el concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, ya que necesariamente abarca, entre otros aspectos la lucha contra enfermedades transmisibles y la realización de campañas sanitarias.	
“COVID-19”, con vigencia del 01 de enero al 30 de septiembre	Difundir información para evitar la propagación del virus por COVID-19, anunciando a la población sobre las medidas que a cada etapa de la pandemia corresponden según el panorama de la entidad y dando a conocer los diversos canales de comunicación para ser atendido respecto a dudas y atención por COVID-19.	Artículo 4, último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro.	Procedente. La campaña tiene como finalidad informar a la población de las modificaciones al semáforo epidemiológico por COVID-19, cuestión que determina las medidas y protocolos de salud y protección civil que las autoridades estiman se deben aplicar. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.	INE/CG119/2019

42. Ayuntamiento de Ajalpan, Puebla.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Prevención de deslaves y derrumbes”, con vigencia del 01 de marzo al 06 de junio	Dado que el municipio está en la sierra negra, se impartirán pláticas al público en general, para enseñarles a evitar hechos mayores donde se ponga en riesgo la vida humana.		Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo pláticas.	
“Programa de prevención contra incendios forestales”, con	Se busca concientizar a ejidatario y comuneros sobre incendios y capacitarlos para prevenirlos.		Procedente. La campaña brinda información que permitirá dar a conocer a la población la importancia de prevenir y reportar los incendios forestales, por lo que tiene como	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018,

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
vigencia del 01 de marzo al 06 de junio			propósito crear conciencia sobre las causas más comunes por las que se generan incendios forestales causados accidentalmente por la acción humana. Al respecto este Consejo General del INE considera que, como en años anteriores, este tipo de campañas deberán ser de las consideradas dentro de las exceptuadas a la prohibición constitucional de difundir propaganda gubernamental durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral por su vinculación al concepto de educación.	INE/CG119/2019, INE/CG235/2020 e INE/CG109/2021
“Todos contra el dengue” con vigencia del 01 de marzo al 06 de junio	Llevar a cabo actividades de verificación en casas y espacios públicos donde se encuentren estancamientos de agua con el fin de frenar la propagación del dengue		Improcedente. No se trata de la difusión de una campaña sino el ejercicio de un programa gubernamental ⁴⁸ .	
“Cloración, prevención de enfermedades intestinales”, con vigencia del 01 de marzo al 06 de junio	Se lleva a cabo la cloración de pozos para que al momento de la distribución del agua no esté contaminada.		Improcedente. No se trata de la difusión de una campaña sino el ejercicio de un programa gubernamental ⁴⁹ .	
“Unidos contra el COVID-19”, con vigencia del 01 de marzo al 06 de junio	Esta campaña va dirigida a toda la población de Ajalpan, donde se le exhorta a cumplir las normas de sanidad, así como también concientizar sobre el uso correcto de cubrebocas, sanitizantes y caretas.		Procedente. El artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado	INE/CG119/2019

⁴⁸ Resulta importante precisar, que la calificación anterior no tiene por objeto impedir que los servidores públicos lleven a cabo los actos que por su propia naturaleza deben efectuar en los diferentes órdenes de gobierno y menos prohibir que ejerzan sus atribuciones en la demarcación territorial que corresponda, pues ello podría atentar contra el desarrollo y correcto desenvolvimiento de la función pública que están obligados a cumplir en beneficio de la población, ya que no resulta razonable que se paralicen las actividades que el gobierno implementa en beneficio de la sociedad, esto es, la solicitud no se refiere a la posibilidad de difusión de una campaña de propaganda gubernamental que es la materia del presente Acuerdo, sino se refiere al ejercicio de un programa gubernamental por lo que se torna improcedente.

⁴⁹ *Ídem.*

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.	
“Campaña de vacunación felina y canina”, con vigencia del 01 de marzo al 06 de junio	Esta campaña busca concientizar a la población sobre la importancia de vacunar a los perros y gatos para prevenir la rabia y enfermedades.		Procedente. Esta campaña se considera dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales durante los periodos de campaña que se lleven a cabo en los procedimientos electorales, en razón de que se encuentra relacionada con el derecho a la protección de la salud del que todo mexicano goza. En ese sentido, el concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, ya que necesariamente abarca, entre otros aspectos, la vacunación y el entorno donde viven los animales domésticos y granja que es un tema de salud pública.	
“Wifi para la educación” y “Actividades cívicas”, con vigencia del 01 de marzo al 06 de junio	Brindar servicio de internet gratuito a la comunidad estudiantil de la Ciudad de Ajalpan, mediante la instalación de 14 antenas sectoriales de 5 Ghz con un alcance de 100 metros a la redonda con un suministro de 30 usuarios al mismo tiempo, ubicadas en colonias, barrios, inspectorías y presidencias auxiliares del Valle de Ajalpan, en zonas vulnerables. Con las actividades cívicas se busca promover los valores de		Improcedente. No se trata de la difusión de una campaña sino el ejercicio de un programa gubernamental ⁵⁰ .	

⁵⁰ Resulta importante precisar, que la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social, no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales..

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	nuestra identidad nacional.			

43. Ayuntamiento de Mazatlán, Sinaloa. La solicitud remitida por el citado Ayuntamiento contiene formatos de campañas que pretenden emitir otros entes públicos del municipio, por lo que se detallará en cada uno de los casos que ente es el solicitante.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Instituto Municipal de Cultura, Turismo y Arte de Mazatlán con la campaña "Distribución de información sobre la oferta educativa del Centro Municipal de Artes de Mazatlán", con vigencia del 07 de marzo al 02 de junio	Promoción de información relacionada con costos, inscripciones, periodos y con talleres, licenciaturas y carreras técnicas del Centro Municipal de Artes	El Instituto Municipal de Cultura, Turismo y Arte de Mazatlán tiene por objeto promover y difundir la cultura y las artes, así como promover su enseñanza profesional en el municipio.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas que tienen como finalidad coadyuvar a que las personas conozcan ofertas de cursos, talleres o licenciaturas, conozcan la mecánica de ingreso al Centro, costos, requisitos, etc. Así, dado que la educación es un concepto global que abarca no solo la educación impartida como ejercicio de la actividad docente, sino también medios, prevenciones, programas y propósitos, como lo son las campañas de inscripción escolar, que buscan incentivar la educación.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
Instituto Municipal de Cultura, Turismo y Arte de Mazatlán con la campaña "Distribución de información sobre eventos culturales", con vigencia del 07 de marzo al 02 de junio	Informar sobre los eventos culturales programados en los meses de marzo, abril, mayo y junio que tienen que ver con el calendario cultural de primavera 2021 dirigido a todo el público conocedor de las bellas artes.	El Instituto Municipal de Cultura, Turismo y Arte de Mazatlán tiene por objeto promover y difundir la cultura y las artes, así como promover su enseñanza profesional en el municipio.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que está relacionada con la difusión de actividades y servicios en materia artística y cultural con el fin de promover en la población dichos eventos.	CG75-2012, CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG245/2019 e INE/CG109/2021
Secretaría de Seguridad Pública, Tránsito Municipal y Protección Civil de Mazatlán con la campaña "Distribución de información	El objetivo de la difusión de información es mantener enterada a la ciudadanía para que actúe en consecuencia y contribuya con esa dependencia en la detención de presuntos delincuentes, o bien realice lo necesario para evitar riesgos para su persona.		Procedente. La campaña pretende orientar a la población sobre operativos, la persecución de presuntos delincuentes y la existencia de emergencias, con la finalidad de que colaboren con ellos o bien, se alejen para evitar el peligro. En ese sentido, se considera que la campaña tiene fines de protección civil,	INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017 e INE/CG172/2018

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
relevante de hechos diarios, con vigencia del 07 de marzo al 02 de junio			pues alerta a la población la existencia de una emergencia o de un delito, lo que coadyuva con las labores de prevención y persecución de estos. Así, puede ser considerado dentro del concepto de protección civil y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional, ya que fortalece la cultura de la prevención entre la sociedad y el trabajo conjunto para erradicar la violencia e inseguridad.	
Junta Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Mazatlán con la campaña "Difusión de información relevante sobre los servicios de JUMAPAM", con vigencia del 07 de marzo al 02 de junio	Informar de forma oportuna a la ciudadanía sobre posibles variaciones en los servicios que ofrece JUMAPAN a la población de Mazatlán, a través de las redes sociales oficiales de la paramunicipalidad.	Artículos 4, fracción VII de la Ley General de Comunicación Social y 10, fracción VII de la Ley de Agua Potable y Alcantarillado del Estado de Sinaloa, así como 33, fracción II y 39, fracciones II, III, V y X del Reglamento Interior de la JUMAPAM	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
Junta Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Mazatlán con la campaña "Conmemoración del Día Mundial del Agua por JUMAPAM", con vigencia del 07 de marzo al 02 de junio	Anualmente la JUMAPAM conmemora el Día Mundial del Agua, con el objetivo de crear conciencia social sobre la importancia de cuidar el agua para la vida de los seres humanos y las especies en la Tierra.	39, fracción V del Reglamento Interior de la JUMAPAM	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
Junta Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Mazatlán con la campaña "Transmisión en vivo de los concursos de obra y licitación JUMAPAM", con vigencia del 07 de marzo al 02 de junio	Dar cumplimiento a lo establecido en la Ley de Obras Públicas y Servicios Relacionados con las mismas del Gobierno del Estado, así como dar transparencia y legalidad a los procesos de concurso de obra y licitación de los proyectos realizados por ese organismo.	Ultima reforma de la Ley de Obras Públicas y Servicios Relacionados con las mismas del Estado	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	

44. Ayuntamiento de Banderilla, Veracruz.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
<p>“Medidas mitigación contra Covid-19”, con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre</p>	<p>Información relativa a las acciones por parte de la administración pública destinadas a prevenir y mitigar la transmisión del virus Covid-19, recomendaciones e indicaciones a la población para ello, así como compartir información de contagios, casos sospechosos y fallecidos.</p>	<p>35, fracción XLVI de la Ley Orgánica del municipio libre del estado de Veracruz y el acuerdo por el que se establecen acciones extraordinarias para atender la emergencia sanitaria generada por el virus SARS-COV2.</p>	<p>Procedente. La campaña tiene como finalidad informar a la población de las modificaciones al semáforo epidemiológico por COVID-19, cuestión que determina las medidas y protocolos de salud y protección civil que las autoridades estiman se deben aplicar. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.</p>	<p>INE/CG109/2021</p>
<p>“Campaña permanente de acciones y medidas de mitigación y vacunación contra el dengue, zika y chikungunya”, con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre</p>	<p>Mantener informada a la población respecto de las acciones, indicaciones y recomendaciones que establezcan las autoridades federales, estatales y municipales a fin de prevenir y mitigar el dengue, zika y chikungunya</p>	<p>35, fracción XLVI de la Ley Orgánica del municipio libre del estado de Veracruz y Ley número 588 para la prevención y control del dengue para el estado de Veracruz de Ignacio de la Llave</p>	<p>Procedente. La campaña tiene como objetivo principal el fomento de la integridad física, la protección de la salud y de la vida humana, en particular durante los próximos meses en que aumenta el riesgo de contagio por las condiciones climáticas de la temporada. Esta campaña está enfocada a que la transmisión no se intensifique y se mantenga el control y la prevención de dicha enfermedad, impidiendo el riesgo de una epidemia. Así, el concepto de servicios de salud debe entenderse como el conjunto de actividades que se llevan a cabo para la satisfacción de dicha necesidad colectiva de interés público, las cuales comprenden todos aquellos actos, medios y recursos que son indispensables para su adecuada prestación. En ese sentido, el concepto atinente a</p>	<p>INE/CG120/2015 e INE/CG119/2019</p>

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, ya que necesariamente abarca, entre otros aspectos la lucha contra enfermedades transmisibles y la realización de campañas sanitarias.	

45. Alcaldía Tlalpan, Ciudad de México.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
"Lotería de la Adicciones", con vigencia del 04 de abril al 06 de junio	Promover información que coadyuve a la prevención del uso de sustancias psicoactivas, así como concienticen a la población sobre los riesgos y consecuencias de su uso.	Ley de atención integral para el consumo de sustancias psicoactivas de la CDMX y Ley Orgánica de las Alcaldías de la CDMX	Procedente. La campaña tiene como objetivo informar y concientizar acerca del uso, abuso y dependencia a sustancias nocivas, problemática que se encuentra presente en la demarcación. Así, se estima pertinente exceptuar de las prohibiciones constitucionales en materia de propaganda gubernamental esta campaña, pues se estima que el concepto de salud la ampara bajo la idea fundamental de que las autoridades pueden y deben dictar medidas preventivas y la ejecución de estas para conservar la salud, así como el combate que se realice para erradicar las plagas sociales relacionadas con el uso de drogas.	INE/CG61/2015 INE/CG65/2017 INE/CG172/2018 INE/CG109/2021
"Tlalpan se protege", con vigencia del 04 de abril al 06 de junio	Difundir materiales gráficos y audiovisuales en redes digitales, así como carteles y/o lonas alusivas a las medidas preventivas contra el COVID-19 (distanciamiento social, uso correcto de cubrebocas, evitar la organización de fiestas, reuniones o eventos sociales) en espacios públicos de la demarcación, para prevenir riesgos de contagios de la enfermedad de COVID-19. Además, informar diariamente los datos actualizados sobre el avance en el número de casos activos, contagios, defunciones, hospitalizaciones y el semáforo epidemiológico en el que se encuentre la	Artículos 4 de la CPEUM, 192 de la Ley General de Salud y 108 de la Ley de Salud del Distrito Federal	Procedente. La campaña tiene como finalidad informar a la población de las modificaciones al semáforo epidemiológico por COVID-19, cuestión que determina las medidas y protocolos de salud y protección civil que las autoridades estiman se deben aplicar. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la	INE/CG109/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	demarcación.		prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.	
“Tlalpan incluyente”, con vigencia del 04 de abril al 06 de junio	Diseñar e instrumentar políticas públicas que promuevan la educación, la ciencia, la innovación tecnológica, el conocimiento y la cultura dentro de la demarcación; así como desarrollar programas dirigidos al fortalecimiento de los derechos humanos en la demarcación territorial, con un enfoque transversal de género e inclusión social; a través de transferencias económicas, apoyos a la salud, fomento de actividades deportivas, recreativas y culturales; que propicien la participación efectiva de niñas, niños y personas jóvenes, personas con discapacidad y personas adultas mayores, en la vida en comunidad.	Artículo 11, inciso G de la Constitución Política de la Ciudad de México, artículo 4 de la Convención sobre Derechos de las Personas con Discapacidad y el artículo 3 de la Ley para la Integración al Desarrollo de las Personas con Discapacidad del Distrito Federal	Improcedente. Esta campaña consiste en la difusión a través de medios impresos, redes sociales, volantes, lonas y televisión para prevenir conductas que pudieran afectar a las personas con discapacidad. Sin embargo, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ⁵¹ .	INE/CG1081/2015
“Huellitas”, con vigencia del 04 de abril al 06 de junio	La campaña está dirigida a la población de Tlalpan que tiene animales de compañía o está en el proceso de tener. Se busca que las personas tengan información importante en lo que respecta a la tutela responsable de animales de compañía, enfatizando en algunos temas tales como los cuidados necesarios, protección y salud de estos.	Artículo 24, fracción XXVIII de la Ley de Salud del Distrito Federal y artículo 12, fracciones I y X de la Ley de Protección a los animales de la Ciudad de México	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión.	
“Salud y Bienestar”, con vigencia del 04 de abril al 06 de junio	Está dirigida a la población general de la Alcaldía Tlalpan. Su objetivo es promover la salud pública como parte de una política transversal para el bienestar de la comunidad, y	Artículos 192, fracción I de la Ley General de Salud y 108, fracción VI de la Ley de Salud del Distrito Federal	Procedente. Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a la población de la demarcación con el propósito de abatir los altos índices de obesidad, busca motivar a llevar una	CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021

⁵¹ Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los **programas sociales** durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	<p>con ello contribuir a la disminución de los riesgos por enfermedades relacionadas con sedentarismo, hipertensión o sobrepeso.</p> <p>La campaña difundirá materiales gráficos y audiovisuales en redes digitales, así como carteles y/o lonas alusivas al tema en espacios públicos para garantizar la salud de los habitantes de la demarcación.</p>		<p>vida saludable y prevenir el mayor número de enfermedades posibles, sensibilizando sobre el tema e invitando a la práctica del ejercicio y buena alimentación.</p>	
<p>“Juntos por la salud mental”, con vigencia del 04 de abril al 06 de junio</p>	<p>Es una campaña diseñada para jóvenes, así como responsables de crianza (cuidadores, padres, madres de familia, otros familiares y docentes) con el objetivo de promover la salud integral, la prevención del consumo de sustancias psicoactivas y la atención médica, psicológica y psiquiátrica de los trastornos mentales.</p>	<p>Artículos 192, fracción I de la Ley General de Salud y 108, fracción VI de la Ley de Salud del Distrito Federal</p>	<p>Procedente. Por salud se entiende pues un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades y para lograr la protección se debe de considerar el acrecentamiento de los valores que coadyuvan a la creación, conservación y disfrute de condiciones de salud que contribuyan al desarrollo social.</p> <p>Por lo anterior, la campaña analizada será considerada como exceptuada de la prohibición constitucional relativa a la suspensión de propaganda gubernamental, por estar estrechamente vinculada con el concepto de salud y estar encaminada a la población en general.</p>	
<p>“¿Qué te cuesta?”, con vigencia del 04 de abril al 06 de junio</p>	<p>Es una campaña con la finalidad de fomentar en la comunidad el cuidado del medio ambiente, propiciando que se adopten hábitos de respeto y cuidado de la biodiversidad, la conservación de las áreas verdes urbanas, suelo de conservación, cuidado del agua, la energía, manejo de residuos y combate contra el cambio climático.</p>	<p>Ley ambiental de Protección a la Tierra del Distrito Federal y Ley General del Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente.</p>	<p>Improcedente. Según lo que se afirma en el formulario, la campaña tiene la finalidad de realizar publicaciones de materiales didácticos que se distribuyen en forma virtual y va dirigido a población usuaria de redes sociales e internet, por tanto, la difusión no implica radio y televisión.</p>	
<p>“Mujeres Unidas”, con vigencia del 04 de abril al 06 de junio</p>	<p>La campaña está dirigida a las mujeres, jóvenes y niñas de la alcaldía para promover sus derechos, visibilizar los tipos y modalidades de violencia, así como dar a conocer los servicios que la alcaldía brinda para la atención de las víctimas</p>	<p>Artículo 1 y 15 de la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, así como artículo 28 de la Ley de Igualdad Sustantiva entre Mujeres y</p>	<p>Procedente. La campaña tiene como objetivo promover los derechos de las mujeres, visibilizar los tipos y modalidades de violencia, así como dar a conocer los servicios que la alcaldía brinda para la atención de las víctimas de violencia de género.</p> <p>Sobre lo señalado, este Órgano estima</p>	<p>INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021</p>

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	por violencia de género.	Hombre en la Ciudad de México	oportuno recordar que en años anteriores se han exceptuado campañas similares por vincularse con un tema de educación precisamente por la prevención y erradicación de la violencia contra la mujer, por lo que se estima procedente exceptuar la campaña.	
“La prevención comienza en casa”, con vigencia del 04 de abril al 06 de junio	El objetivo de la campaña es salvaguardar la integridad física de los ciudadanos y el derecho de vivir en un entorno digno y seguro a través de una campaña social que promueva la cultura de la prevención y que con ello, en última instancia, coadyuve a la disminución de accidentes viales y accidentes en estas zonas.	Artículo 8, fracciones I, II, III y V de la Ley de Comunicación Social	Procedente. Protección civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona la protección y la asistencia a los ciudadanos ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y el entorno en el que vive. En ese sentido, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud, esto es, el derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. La acción en materia de prevención de accidentes comprende el fomento de programas de orientación a la población. Lo anterior tiene una evidente finalidad de protección civil en caso de accidentes y contingencias, por lo cual resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de protección civil y salud, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de emergencias, contribución a la disminución de riesgos y prevención de una situación de peligro, lo que contribuye a salvar vidas humanas	INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
“Disfrutemos Tlalpan”, con vigencia del 04 de abril al 06 de junio	La campaña tiene el objetivo de promover la educación cultural y patrimonial y está dirigida a la población en general de la Ciudad de México, estados aledaños, visitantes de otras entidades de la República y extranjeros que		Procedente. Al igual que las campañas de promoción turística a lo largo del presente Acuerdo, resulta evidente que la promoción de la Alcaldía Tlalpan y sus diferentes ofertas culturales, en relación a sus lugares y destinos turísticos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población	CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	tengan interés en conocer espacios naturales, recintos históricos, culturales y artísticos en la zona sur de la Ciudad de México.		conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres. Máxime cuando están próximos dos periodos vacacionales.	

46. Ayuntamiento de Xalapa, Veracruz. La solicitud remitida por el citado Ayuntamiento contiene formatos de campañas que pretenden emitir otros entes públicos del municipio, por lo que se detallará en cada uno de los casos que ente es el solicitante.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Subdirección de Salud Municipal con la campaña "Prevención y contención de la enfermedad COVID-19 en el municipio de Xalapa", con vigencia del 01 de abril al 07 de junio	Se informa a la ciudadanía sobre las medidas de prevención y contención de la enfermedad causada por el virus SARS-COV2, con énfasis en la población de riesgo, de acuerdo con lo establecido por las autoridades sanitarias federales, estatales y la evidencia científica internacional, para así reducir la velocidad e incidencia en el contagio de la enfermedad.	Artículos 4 de la CPEUM, 2, 4, 73, 122 y 123 de la Ley General de Salud, así como el artículo 3, apartado B de la Ley de Salud del Estado de Veracruz	Procedente. El artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID 19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.	INE/CG109/2021
Subdirección de Salud Municipal con la campaña "Campaña de apoyo a la vacunación contra la COVID-19", con vigencia del 01 de abril al 07 de junio	Difusión de las acciones de vacunación del sector salud contra la Covid-19 entre diferentes grupos de población, de acuerdo con el orden establecido por autoridades sanitarias federales y estatales	Artículos 4 de la CPEUM, 2, 4, 73, 122 y 123 de la Ley General de Salud, así como el artículo 3, apartado B de la Ley de Salud del Estado de Veracruz	Procedente. El derecho a la protección de la salud, del que todo mexicano goza, debe ser razonado en los términos expresados en el considerando 16 del presente instrumento, esto es, la Subdirección de Salud Municipal es claramente una autoridad administrativa cuyo propósito de creación es realizar toda acción encaminada a proteger, promover y realizar actividades relacionadas con la protección del derecho de gozar de buena salud y el concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, ya que necesariamente abarca, entre otros	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG/109/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			aspectos, la vacunación, planificación y control de los servicios de atención médica, salud pública y la asistencia social.	
Subdirección de Salud Municipal con la campaña "Campaña permanente contra el dengue", con vigencia del 01 de abril al 07 de junio	Orientar a la población del municipio de Xalapa sobre las medidas de prevención, sintomatología, atención y eliminación de los criaderos del mosquito transmisor de esta enfermedad.	Artículos 4 de la CPEUM, 2, 4, 73, 122 y 123 de la Ley General de Salud, así como el artículo 3, apartado B de la Ley de Salud del Estado de Veracruz	<p>Procedente. La campaña tiene como objetivo principal el fomento de la integridad física, la protección de la salud y de la vida humana, en particular durante los próximos meses en que aumenta el riesgo de contagio por las condiciones climáticas de la temporada.</p> <p>Esta campaña está enfocada a que la transmisión no se intensifique y se mantenga el control y la prevención de dicha enfermedad, impidiendo el riesgo de una epidemia.</p> <p>Así, el concepto de servicios de salud debe entenderse como el conjunto de actividades que se llevan a cabo para la satisfacción de dicha necesidad colectiva de interés público, las cuales comprenden todos aquellos actos, medios y recursos que son indispensables para su adecuada prestación.</p> <p>En ese sentido, el concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, ya que necesariamente abarca, entre otros aspectos la lucha contra enfermedades transmisibles y la realización de campañas sanitarias.</p>	INE/CG120/2015 e INE/CG119/2019
Dirección Municipal de Protección Civil con la campaña "Campaña de Información y Prevención de Incendios Forestales (pastizales)", con vigencia del 01 de abril al 07 de junio	Informar a los habitantes de la zona rural de Xalapa sobre las medidas para prevenir el incendio de pastizales y sobre el buen manejo de los cañaverales para reducir los efectos de los incendios, tanto por la preparación de las áreas de cultivo como por descuido durante la temporada de incendios forestales 2021.	Artículos 78 y 79, fracciones I y II del Reglamento de la Administración Pública Municipal de Xalapa	<p>Procedente. La campaña tiene el objetivo de dar a conocer a la población sobre la importancia de prevenir y reportar oportunamente los incendios forestales, esto es, la propaganda tiene como propósito involucrar a la sociedad en los trabajos de prevención de incendios forestales, para fomentar conciencia sobre la importancia de cuidar la superficie arbolada del país y disminuir el riesgo de desastres, por lo que se encuentra vinculada al concepto de educación.</p> <p>En relación con lo anterior, dado que la Constitución concibe a la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, dichas</p>	CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG235/2020 e INE/CG109/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			actividades de prevención corresponden a la educación informal y contribuyen a generar o modificar hábitos y patrones de conducta en beneficio de la ciudadanía, y a la conservación de los bosques, las superficies agrícolas y las zonas rurales como parte del medio ambiente.	
Dirección Municipal de Protección Civil con la campaña "Temporada de Lluvias: campaña de información y prevención de inundaciones y encharcamientos", con vigencia del 01 de abril al 07 de junio	Informar a la ciudadanía en general sobre sus posibles acciones antes, durante y después de las contingencias por inundación, encharcamiento, deslave y caída de estructuras en la temporada de lluvias, para reducir los efectos entre la población que ponen en riesgo su integridad física y patrimonio.	Artículos 78 y 79, fracciones I y II del Reglamento de la Administración Pública Municipal de Xalapa	Procedente. El derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. La acción en materia de prevención de accidentes comprende el fomento de programas de educación y orientación a la población. Lo anterior tiene una evidente finalidad de educación en caso de inundaciones o ciclones tropicales, por lo cual atendiendo al concepto integral de educación que proporciona el artículo 3 de la carta magna, resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de educación, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de fenómenos naturales, contribución a la disminución de riesgos y prevención de una situación de emergencia.	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019 e INE/CG109/2021

47. Alcaldía Álvaro Obregón, Ciudad de México. La solicitud remitida por la citada Alcaldía contiene formatos de campañas que pretenden emitir otros entes públicos de la misma, por lo que se detallará en cada uno de los casos que ente es el solicitante.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Dirección de Protección Civil y Zonas de Alto Riesgo con la campaña "Programa de lluvias en la Alcaldía Álvaro Obregón"; vigencia del 01	Presentar las medidas de prevención y atención en materia de Protección Civil. Conocer y atender la problemática de riesgos que año con año tienen que enfrentar las autoridades de esta demarcación, para salvaguardar la integridad física de los habitantes como	Artículo 115 de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la CDMX	Procedente. Guarda relación con los servicios educativos indispensables, en cumplimiento al derecho de protección a la salud que tiene como finalidad la prolongación de la vida humana, así como el fomento de programas de educación y orientación a la población.	INE/CG172/2018

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
de febrero al 30 de septiembre	resultado de los efectos causados por fenómenos hidrometeorológicos durante el periodo mayo-octubre, que comprende la temporada de mayor intensidad de lluvias.			
Dirección de Protección Civil y Zonas de Alto Riesgo con la campaña "Programa pandemia en la Alcaldía Álvaro Obregón", vigencia del 01 de febrero al 30 de septiembre	El propósito fundamental es ayudar a identificar los casos por zonas de alto riesgo de contagio, donde ponen en riesgo su vida y la de los demás. Preservar la salud de los habitantes de Álvaro Obregón, uno de los municipios de mayor contagio a nivel nacional durante este periodo de pandemia SARS-CoV-2 mediante el establecimiento de medidas de seguridad y salud en todos los lados posibles.	Artículo 115 de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la CDMX	Procedente. Protección civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona la protección y la asistencia a los ciudadanos ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y el entorno en el que vive. Además, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.	INE/CG109/2021
Dirección de Protección Civil y Zonas de Alto Riesgo con la campaña "Programa de Estiaje Alcaldía Álvaro Obregón", vigencia del 01 de febrero al 30 de septiembre	Se presentan las medidas de prevención y atención, en materia de Protección Civil. Se detalla la información necesaria para la concientización sobre los daños y los riesgos que la población está expuesta a los incendios forestales en el suelo de conservación y zona urbana.	Artículo 115 de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la CDMX	Procedente. Dado que la Constitución concibe a la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, dichas actividades de prevención corresponden a la educación informal y contribuyen a generar o modificar hábitos y patrones de conducta en beneficio de la ciudadanía, y a la conservación de los bosques como parte del medio ambiente. La protección de los recursos forestales de México representa, también, un factor de crecimiento económico y real importancia para el desarrollo sustentable del país.	INE/CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG235/2020 e INE/CG109/2021
Dirección de Protección Civil y Zonas de Alto	Coadyuvar, fortalecer y brindar diligencia en la ejecución de todos aquellos	Artículo 115 de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la CDMX	Procedente. La campaña encuadra en los supuestos de excepción a la prohibición impuesta por la CPEUM	INE/CG235/2020

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Riesgo con la campaña "Programa de sismos en la Alcaldía Álvaro Obregón"; vigencia del 01 de febrero al 30 de septiembre	planes de: prevención, preparación y respuesta gubernamental, aunado a todos aquellos programas complementarios de las instituciones civiles y del sector privada en el momento inmediato al acontecimiento de un desastre ocasionado por la liberación sísmica, proveniente del interior de la Tierra, siendo de gran magnitud en nuestro país y zonas estatales y locales.		en materia de propaganda gubernamental, pues a razón de este Colegiado es evidente su relación con los servicios educativos que son indispensables para la población y su protección, es decir, las campañas están relacionadas con el concepto de educación integral, ya que informan de las medidas preventivas que se han de tomar ante los sismos y crean una cultura de prevención de riesgos.	
Alcaldía Álvaro Obregón con la campaña "Rehabilitación Post Covid, ejercicios básicos 3"; vigencia del 12 al 23 de abril	Promocionar capsulas de video con ejercicios de rehabilitación que se deben hacer posteriores a que las personas se recuperaron de COVID-19 y que, debido a la emergencia sanitaria, la actividad será virtual por lo que la campaña debe difundirse por los medios idóneos y acorde, es decir, mediante redes sociales y la página de la alcaldía.	Artículo 35 de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la CDMX y Manual administrativo 2020 de la alcaldía Álvaro Obregón	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales y página web.	
Alcaldía Álvaro Obregón con la campaña "Rehabilitación Post Covid, ejercicios básicos 4"; vigencia del 26 de abril al 07 de mayo.	Promocionar capsulas de video con ejercicios de rehabilitación que se deben hacer posteriores a que las personas se recuperaron de COVID-19 y que, debido a la emergencia sanitaria, la actividad será virtual por lo que la campaña debe difundirse por los medios idóneos y acorde, es decir, mediante redes sociales y la página de la alcaldía.	Artículo 35 de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la CDMX y Manual administrativo 2020 de la alcaldía Álvaro Obregón	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales y página web.	
Alcaldía Álvaro Obregón con la campaña "Twitter Cultura AO"; vigencia del 04 de abril al 04 de junio	Informar contenidos culturales, artísticos, efemérides y temas relacionados para que se puedan observar en las redes sociales.	Artículo 36 de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la CDMX y Manual administrativo 2020 de la alcaldía Álvaro Obregón	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales y página web.	
Alcaldía Álvaro Obregón con la campaña	Promoción deportiva, debido a la emergencia sanitaria, la actividad será virtual por lo	Artículo 35 de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la CDMX	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“CrossKids”, vigencia del 12 al 16 de abril	que la campaña debe difundirse por los medios idóneos y acorde, es decir, mediante redes sociales y la página de la alcaldía.	y Manual administrativo 2020 de la alcaldía Álvaro Obregón	sociales y página web.	
Alcaldía Álvaro Obregón con la campaña “Juega, Ríe y Ejercítate”; vigencia del 19 al 30 de abril	Promoción deportiva, debido a la emergencia sanitaria, la actividad será virtual por lo que la campaña debe difundirse por los medios idóneos y acorde, es decir, mediante redes sociales y la página de la alcaldía.	Artículo 35 de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la CDMX y Manual administrativo 2020 de la alcaldía Álvaro Obregón	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales y página web.	
Alcaldía Álvaro Obregón con la campaña “Yoga para mamás, Vol.1”; vigencia del 03 al 14 de mayo	Promoción deportiva, debido a la emergencia sanitaria, la actividad será virtual por lo que la campaña debe difundirse por los medios idóneos y acorde, es decir, mediante redes sociales y la página de la alcaldía.	Artículo 35 de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la CDMX y Manual administrativo 2020 de la alcaldía Álvaro Obregón	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales y página web.	
Alcaldía Álvaro Obregón con la campaña “Yoga para mamás, Vol.2”; vigencia del 17 al 28 de mayo	Promoción deportiva, debido a la emergencia sanitaria, la actividad será virtual por lo que la campaña debe difundirse por los medios idóneos y acorde, es decir, mediante redes sociales y la página de la alcaldía.	Artículo 35 de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la CDMX y Manual administrativo 2020 de la alcaldía Álvaro Obregón	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales y página web.	
Dirección General de Prevención contra las Adicciones con la campaña “Las drogas si tienen salida, encuentra la tuya”; vigencia del 01 de febrero al 30 de septiembre	La necesidad de continuar con acciones de difusión, información y servicios en materia de prevención, tratamiento y reducción del daño para evitar patrones de consumo de drogas más frecuentes.	Artículo 115 de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la CDMX	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en autobuses, vallas, poster gigante, poster hawaiano, volantes, carteles, redes sociales y página web.	
Alcaldía Álvaro Obregón con la campaña “Día del niño y de la niña”, vigencia del 19 al 30 de abril	Promoción de la cultura cívica y el conocimiento, debido a la emergencia sanitaria, la actividad será virtual por lo que la campaña debe difundirse por los medios idóneos y acorde, es decir, mediante redes sociales y la	Artículo 36 de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la CDMX y Manual administrativo 2020 de la alcaldía Álvaro Obregón	Improcedente. Es oportuno mencionar que el formulario remitido carece de motivación que permita establecer su importancia y, por ende, su vinculación con algún concepto de excepción, además según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	página de la Alcaldía.		en redes sociales y página web.	
Alcaldía Álvaro Obregón con la campaña "Capsula conmemorativa por el Día del Trabajo", vigencia del 26 de abril al 01 de mayo	Promoción de la cultura cívica y el conocimiento, debido a la emergencia sanitaria, la actividad será virtual por lo que la campaña debe difundirse por los medios idóneos y acorde, es decir, mediante redes sociales y la página de la Alcaldía.	Artículo 36 de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la CDMX y Manual administrativo 2020 de la alcaldía Álvaro Obregón	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales y página web.	
Alcaldía Álvaro Obregón con la campaña "159 años de la Batalla de Puebla", vigencia del 26 de abril al 05 de mayo	Promoción de la cultura cívica y el conocimiento, debido a la emergencia sanitaria, la actividad será virtual por lo que la campaña debe difundirse por los medios idóneos y acorde, es decir, mediante redes sociales y la página de la Alcaldía.	Artículo 36 de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la CDMX y Manual administrativo 2020 de la alcaldía Álvaro Obregón	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales y página web.	
Alcaldía Álvaro Obregón con la campaña "Serenata virtual a mamá", vigencia del 03 al 10 de mayo	Promoción de la cultura cívica y el conocimiento, debido a la emergencia sanitaria, la actividad será virtual por lo que la campaña debe difundirse por los medios idóneos y acorde, es decir, mediante redes sociales y la página de la Alcaldía.	Artículo 36 de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la CDMX y Manual administrativo 2020 de la alcaldía Álvaro Obregón	Improcedente. Es oportuno mencionar que el formulario remitido carece de motivación que permita establecer su importancia y, por ende, su vinculación con algún concepto de excepción, además según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales y página web.	
Alcaldía Álvaro Obregón con la campaña "Capsula conmemorativa por el día del Maestro y la Maestra", vigencia del 10 al 15 de mayo	Promoción de la cultura cívica y el conocimiento, debido a la emergencia sanitaria, la actividad será virtual por lo que la campaña debe difundirse por los medios idóneos y acorde, es decir, mediante redes sociales y la página de la Alcaldía.	Artículo 36 de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la CDMX y Manual administrativo 2020 de la alcaldía Álvaro Obregón	Improcedente. Es oportuno mencionar que el formulario remitido carece de motivación que permita establecer su importancia y, por ende, su vinculación con algún concepto de excepción, además según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales y página web.	INE/CG119/2019
Alcaldía Álvaro Obregón con la campaña "RecomendAO", vigencia del 04 de abril al 04 de junio	Difundir y ampliar la oferta de servicios y contenidos culturales, artísticos, lúdicos y recreativos de la población para que los disfruten desde casa. La campaña debe difundirse por los medios idóneos y acorde, es decir, mediante redes sociales y la página de la Alcaldía.	Artículo 36 de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la CDMX y Manual administrativo 2020 de la alcaldía Álvaro Obregón	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales y página web.	
Alcaldía Álvaro Obregón	Promoción de la cultura cívica	Artículo 36 de la Ley	Improcedente. Según lo dispuesto en	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Obregón con la campaña "Cápsula Deportiva para Fortalecer tu Cuerpo y tu Respiración", vigencia del 12 al 23 de abril	y el conocimiento, debido a la emergencia sanitaria, la actividad será virtual por lo que la campaña debe difundirse por los medios idóneos y acorde, es decir, mediante redes sociales y la página de la Alcaldía.	Orgánica de las Alcaldías de la CDMX y Manual administrativo 2020 de la alcaldía Álvaro Obregón	el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales y página web.	
Alcaldía Álvaro Obregón con la campaña "Jornadas de Salud"; vigencia del 04 de marzo al 31 de diciembre	Generar un apoyo cerca de las colonias con muy bajo o bajo índice de desarrollo social que se encuentre en semáforo epidemiológico color naranja, ofreciendo atención médica, odontológica, psicológica y talleres infantiles a la población.	Artículo 115 de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la CDMX.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que otorga servicios de salud ofreciendo atención médica, odontológica, psicológica, etc., a familias vulnerables, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ⁵² .	
Dirección General de Prevención contra las Adicciones con la campaña "Espacios 100% libres de humo de tabaco de la Alcaldía Álvaro Obregón"; vigencia del 01 de febrero al 30	Proteger a los no fumadores que acuden y trabajan en los diversos inmuebles de la Alcaldía Álvaro Obregón de los riesgos a la salud que supone la exposición del humo del tabaco ambiental, beneficia de forma significativa la salud de las personas no fumadoras que laboran en la Alcaldía o la visitan.	Artículo 115 de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la CDMX.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino circulares, carteles, materiales de sensibilización (dípticos, pláticas) y letreros.	

⁵² Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los **programas sociales** durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
de septiembre				
Dirección General de Seguridad Ciudadana con la campaña "En la seguridad ciudadana participamos todos los obregonenses", vigencia del 01 de marzo al 30 de septiembre	Es una campaña de educación, información, concientización, prevención y atención del delito para que la población en general de la demarcación territorial Álvaro Obregón conozca los instrumentos jurídicos que tiene a su alcance y se acerquen a las instituciones con la finalidad de denunciar los distintos hechos que pueden constituir la comisión de un delito.	Artículos 61, 115, 180 y 188 de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la CDMX	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino galerías fotográficas, banners, calcomanías, información en redes sociales oficiales, vallas publicitarias, poster gigante, volantes, carteles, trípticos y libros.	
Dirección General de Seguridad Ciudadana con la campaña "Contacto mujer", vigencia del 01 de marzo al 31 julio.	Es una campaña de educación, información, concientización, prevención y atención del delito específicamente dirigido a las mujeres de la Alcaldía Álvaro Obregón, víctimas o posibles víctimas de violencia de género	Artículos 61, 115, 180 y 188 de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la CDMX	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino galerías fotográficas, banners, calcomanías, información en redes sociales oficiales, vallas publicitarias, poster gigante, volantes, carteles, trípticos y libros.	
Alcaldía Álvaro Obregón con la campaña "Promoción del autocuidado y envejecimiento digno de las personas mayores y grupos de atención prioritaria"; vigencia del 05 de abril al 04 de junio	Mejorar la calidad de vida, propiciar la inclusión y reducir la discriminación de las personas mayores y grupos de atención prioritaria de la Alcaldía Álvaro Obregón, mediante la promoción del autocuidado y el envejecimiento digno a través de jornadas de servicios en inmuebles públicos en colonias que no se encuentren en semáforo rojo	Artículo 115 de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la CDMX	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que otorga servicios que proporcionarían atenciones relacionadas con actividades físicas, manuales, mentales, asesorías psicológicas, legales, nutricionales, etc., la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ⁵³ .	
Alcaldía Álvaro Obregón con la	Favorecer la educación de la niñez y la adolescencia	Artículo 115 de la Ley Orgánica de las	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de	

⁵³ Ídem.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
<p>campana "Leyendo y aprendiendo en casa"; vigencia del 01 de marzo hasta que el semáforo epidemiológico se encuentre en amarillo o concluyan las entregas.</p>	<p>obregonense, fomentando el hábito de la lectura, otorgándoles acceso a libros de literatura infantil en conjunto con el Fondo de Cultura Económica.</p>	<p>Alcaldías de la CDMX</p>	<p>educación, ya que se trata de la difusión de un programa de entrega de libros, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso⁵⁴.</p>	
<p>Alcaldía Álvaro Obregón con la campana "Centro de atención veterinaria"; vigencia del 04 de enero al 31 de diciembre</p>	<p>Proporcionar servicios médicos veterinarios oportunos, gratuitos y de calidad a animales de compañía de personas que habitan en Alcaldía Álvaro Obregón.</p>	<p>Artículo 115 de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la CDMX</p>	<p>Improcedente. Si bien la campana guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que otorga servicios médicos veterinarios gratuitos, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso⁵⁵.</p>	
<p>Alcaldía Álvaro Obregón con la campana "Apoyo emergente para compra de medicamento por COVID-19"; vigencia del 01 de marzo hasta que el semáforo epidemiológico</p>	<p>Otorgar un recurso económico para personas en estado de vulnerabilidad socioeconómica, que hayan resultado positivos al virus SARS-COV-2 y que tengan la necesidad de comprar medicamentos para atender su padecimiento.</p>	<p>Artículo 115 de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la CDMX</p>	<p>Improcedente. Si bien la campana guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que otorga dinero para la compra de medicamentos a enfermos de COVID-19, la promoción de la misma no cumple con el criterio de generalidad, ya que otorga un beneficio directo a un sector específico de la población⁵⁶.</p>	

⁵⁴ Ídem.

⁵⁵ Ídem.

⁵⁶ Ídem

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
se encuentre en amarillo.				
Alcaldía Álvaro Obregón con la campaña "Centro de atención a la salud"; vigencia del 08 de marzo al 31 de diciembre	Brindar atención médica, odontológica y psicológica a la población, coadyuvando en mejorar su calidad de vida.	Artículo 115 de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la CDMX	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que otorga servicios de salud con la finalidad de prevenir, detectar y tratar diversas enfermedades de familias vulnerables, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ⁵⁷ .	
Alcaldía Álvaro Obregón con la campaña "Apoyo a la economía de mujeres emprendedoras afectadas por la pandemia de COVID-19", vigencia del 01 de abril al 30 de junio	Apoyar con una transferencia monetaria directa a mujeres emprendedoras jefas de familia que se encuentran en estado de vulnerabilidad como resultado de la emergencia sanitaria generada por el virus SARS-CoV-2, se dirige a personas que padezcan enfermedades crónicas o que se encuentren ante una situación emergente, ya sea individual o familiar, con el objeto de mejorar su calidad de vida	Artículo 115 de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la CDMX	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que otorga dinero a mujeres que han visto afectada su calidad de vida por la pandemia de COVID-19, la promoción de la misma no cumple con el criterio de generalidad, ya que otorga un beneficio directo a un sector específico de la población ⁵⁸ .	
Alcaldía Álvaro Obregón con la campaña "Fortaleciendo la cultura empresarial con apoyos emergentes en la Alcaldía Álvaro	Apoyar con una transferencia económica directa a los pequeños negocios de barrio y microempresas, así como cooperativas debidamente constituidas, mejorando la liquidez y el capital de trabajo de las unidades económicas para afrontar de mejor manera los gastos directos de la	Artículo 115 de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la CDMX	Improcedente. La difusión del programa no cumple con el criterio de generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la	

⁵⁷ Ídem.

⁵⁸ Ídem.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Obregón", vigencia del 01 de marzo al 30 de junio	operación del propio negocio.		población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población. ⁵⁹	
Alcaldía Álvaro Obregón con la campaña "Servicios Funerarios", con vigencia del 01 de marzo hasta que la demarcación se encuentre en semáforo amarillo	Coadyuvar durante la contingencia sanitaria en la economía de los habitantes de la alcaldía Álvaro Obregón que se encuentren en estado de vulnerabilidad socioeconómica y que requieran de un servicio funerario para un familiar o sean persona responsable del fallecido.	Artículo 115 de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la CDMX	Improcedente. La difusión del programa no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población ⁶⁰ .	
Alcaldía Álvaro Obregón con la campaña "Trabajo en beneficio de tu colonia, apoyo económico para personas sin empleo a causa de la emergencia sanitaria", con vigencia del 01 de marzo al 30 de junio	Aminorar el impacto económico de los habitantes de la alcaldía que se han quedado sin empleo a causa de la emergencia sanitaria declarada en el país como consecuencia del virus SARS-COV-2 (COVID-19)	Artículo 115 de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la CDMX	Improcedente. La difusión del programa no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población.	
Alcaldía Álvaro Obregón con la campaña "Apoyos emergentes a personas vulnerables", con vigencia del 01 de marzo hasta el 30 de junio o hasta agotar el recurso	Atender de manera inmediata con un menaje de casa y/o insumos indispensables y/o apoyo económico en situaciones de emergencia que pongan en peligro la salud y/o el patrimonio de la población que habite en la alcaldía Álvaro Obregón.	Artículo 115 de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la CDMX	Improcedente. Si bien la campaña guarda cierta relación con el concepto de salud, ya que se trata de un programa de entrega de apoyos económicos para mejorar la calidad de vida, la difusión del programa no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la	

⁵⁹ Ídem.

⁶⁰ Ídem.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ⁶¹ .	

48. Ayuntamiento de San Pedro Tlaquepaque, Jalisco.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Campaña de estiaje prevención de incendios”, con vigencia del 30 de marzo al 30 de mayo	Prevenir, controlar y extinguir posibles incendios difundiendo medidas de prevención y recomendaciones.		Procedente. La campaña brinda información que permitirá dar a conocer a la población en general la importancia de prevenir y reportar los incendios forestales, por lo que tiene como propósito crear conciencia sobre las causas más comunes por las que se generan incendios forestales causados accidentalmente por la acción humana. Al respecto este Consejo General del INE considera que, como en años anteriores, este tipo de campañas deberán ser de las consideradas dentro de las exceptuadas a la prohibición constitucional de difundir propaganda gubernamental durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral por su vinculación al concepto de educación.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG235/2020 e INE/CG109/2021
“Medidas Preventivas COVID-19”, con vigencia del 15 de marzo al 30 de mayo	Mecanismos para concientizar a la población con el fin de seguir adoptando medidas preventivas necesarias en pro de la salud.		Procedente. El artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.	INE/CG109/2021
“Temporadas de lluvias	Difundir las recomendaciones necesarias para prevenir		Procedente. El derecho de protección a la salud tiene como finalidad la	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016,

⁶¹ Ídem.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
(prevención)", con vigencia del 05 de abril al 30 de abril	situaciones de riesgo derivadas de la temporada de lluvias y así evitar accidentes.		prolongación de la vida humana. La acción en materia de prevención de accidentes comprende el fomento de programas de educación y orientación a la población. Lo anterior tiene una evidente finalidad de educación en caso de inundaciones o ciclones tropicales, por lo cual atendiendo al concepto integral de educación que proporciona el artículo 3 de la carta magna, resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de educación, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de fenómenos naturales, contribución a la disminución de riesgos y prevención de una situación de emergencia.	INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019 e INE/CG109/2021
"Combate al dengue", con vigencia del 01 de abril al 28 de mayo	Difundir medidas preventivas para evitar posibles contagios que generen la enfermedad del dengue.		Procedente. La campaña tiene como objetivo principal el fomento de la integridad física, la protección de la salud y de la vida humana, en particular durante los próximos meses en que aumenta el riesgo de contagio por las condiciones climáticas de la temporada. Esta campaña está enfocada a que la transmisión no se intensifique y se mantenga el control y la prevención de dicha enfermedad, impidiendo el riesgo de una epidemia. Así, el concepto de servicios de salud debe entenderse como el conjunto de actividades que se llevan a cabo para la satisfacción de dicha necesidad colectiva de interés público, las cuales comprenden todos aquellos actos, medios y recursos que son indispensables para su adecuada prestación. En ese sentido, el concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, ya que necesariamente abarca, entre otros aspectos la lucha contra enfermedades transmisibles y la realización de campañas sanitarias.	INE/CG120/2015 e INE/CG119/2019
"Ahorro del agua", con vigencia del 04	Sensibilizar a la población sobre la importancia del ahorro del agua.		Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino mediante boletines y	

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
de marzo al 30 de mayo			en redes sociales.	

49. Dependencias del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas. La solicitud remitida por el citado Ayuntamiento contiene formatos de campañas que pretenden emitir otros entes públicos del mismo, por lo que se detallará en cada uno de los casos que ente es el solicitante.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Coordinación Municipal de Protección Civil y Bomberos con la campaña "Inspecciones en Materia de Protección Civil"; 01 de enero al 31 de octubre	Realizar inspecciones en materia de protección civil en la ciudad de Reynosa a los negocios establecidos	Reglamento de Protección Civil de Reynosa CAPITULO I, Artículo 1; 2 CAPITULO XI; Artículo 77 CAPITULO XVI; 101, 102, 103 y 104.	Improcedente. De acuerdo a lo establecido en el formulario la solicitud no se refiere a una campaña gubernamental sino al ejercicio de las obligaciones y facultades de la Coordinación Municipal de Protección Civil y Bomberos a fin de verificar que se cumple con lo establecido en la Ley en la materia.	
Coordinación Municipal de Protección Civil y Bomberos con la campaña "Temporada de Huracanes y Ciclones Tropicales 2021"; vigencia del 01 de junio al 30 de noviembre	Prevenir y salvaguardar a las personas y sus bienes, así como el funcionamiento de los servicios públicos y equipamiento, en situación de alto riesgo, siniestro o desastre.	Artículos 1, 2, 16, 17, 19 y 84 del Reglamento de Protección Civil del municipio de Reynosa, Tamaulipas	Procedente. El derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. La acción en materia de prevención de accidentes comprende el fomento de programas de educación y orientación a la población. Lo anterior tiene una evidente finalidad de educación en caso de huracanes o ciclones tropicales, por lo cual atendiendo al concepto integral de educación que proporciona el artículo 3 de la carta magna, resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de educación, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de fenómenos naturales, contribución a la disminución de riesgos y prevención de una situación de emergencia.	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019 e INE/CG109/2021
Coordinación Municipal de Protección Civil y Bomberos con la campaña	Coordinar y verificar los trabajos de bomberos, ambulancias, rescate acuático, brigadistas y protección civil. Localizar	Artículos 1, 2, 16, 17, 19 y 84 del Reglamento de Protección Civil del municipio de Reynosa,	Improcedente. De acuerdo a lo establecido en el formulario la solicitud no se refiere a una campaña gubernamental sino al ejercicio de las obligaciones y facultades de la	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
"Operativo de Semana Santa 2021"; vigencia del 26 de marzo al 04 de abril.	puntos de reunión de la población y así coordinar la distribución del personal en cada área de la ciudad para brindar ayuda de manera más rápida y efectiva en caso de requerirse.	Tamaulipas	Coordinación Municipal de Protección Civil y Bomberos a fin de establecer y coordinar los planes de seguridad, búsqueda, salvamento y asistencia en caso de emergencias durante esta temporada vacacional.	
Secretaría de Seguridad Pública, Tránsito y Vialidad Municipal con la campaña "Vialidad y Seguridad"; vigente del 01 de abril al 31 de mayo de 2021	Respetar y cumplir el reglamento de tránsito para disminuir la tasa de accidentes.	Reglamento de Tránsito y Vialidad de Reynosa, Tamaulipas	Procedente. Las acciones en materia de prevención de accidentes comprenden la adopción de diversas medidas entre las que se encuentra el fomento de programas de educación y orientación a la población, particularmente se trata de educación para la salud, que tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. En razón de lo anterior, al ser una materia de educación y orientación para prevenir accidentes y generar entornos protegidos, eficaces, certeros y confiables resulta necesario exceptuar de las reglas de propaganda gubernamental la campaña "Vialidad y seguridad", como una forma de educación de la población para efectos preventivos.	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG119/2019, INE/CG235/2020 e INE/CG109/2021
Presidencia Municipal con la campaña "Condonación de recargos en el pago del Impuesto sobre Adquisición de Bienes Inmuebles (ISAI)"; vigencia del 01 de marzo al 30 de junio	Condonación de recargos en el pago del Impuesto sobre Adquisición de Bienes Inmuebles a los contribuyentes del municipio de Reynosa, que paguen en los meses de marzo, abril, mayo y junio de 2021.	Nonagésima Tercera Sesión Ordinaria de Cabildo del 26 de febrero de 2021.	Improcedente. La campaña no se relaciona con algún concepto de excepción a la difusión de propaganda gubernamental durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral ⁶² . En ese sentido, su difusión no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en	

⁶² Resulta importante subrayar, que no obstante que en el formulario se argumenta que la finalidad de la condonación de recargos es para incentivar el pago de las obligaciones fiscales, en este caso, el incentivo es mediante la obtención de un beneficio directo por cumplir la Ley a la que ya se está obligado en primera instancia, por tanto, el contenido de la campaña no abona a crear una cultura contributiva a raíz de la formación cívica, la concientización que se debe tener acerca de que el gasto público se destina a cubrir aquellas necesidades de la sociedad de interés público y no crea una cultura de solidaridad en el cumplimiento voluntario y oportuno de las obligaciones fiscales, si no por el contrario, es incentivar el cumplimiento de las cargas tributarias en aquellos ciudadanos que se encuentran en un incumplimiento a través de la obtención de un beneficio directo.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso.	
Presidencia Municipal con la campaña "Condonación de recargos en el pago de predial en los meses de enero, febrero, marzo, abril, mayo y junio del 2021"; vigente del 01 de enero al 30 de junio	Condonación de recargos en el pago de predial en los meses de enero, febrero, marzo, abril, mayo y junio del 2021	Octogésima Octava acta de Cabildo del 20 de enero de 2021.	Improcedente. La campaña no se relaciona con algún concepto de excepción a la difusión de propaganda gubernamental durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral ⁶³ . En ese sentido, su difusión no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso.	
Presidencia Municipal con la campaña "Gran Sorteo Comienza el Viaje, rifar un carro último modelo entre los ciudadanos que paguen su predial en los meses de enero, febrero y marzo 2021"; vigencia del 01 de enero al 30 de junio	Rifar un carro último modelo entre los ciudadanos que paguen su predial en los meses de enero, febrero y marzo 2021	Octogésima Sexta acta de Cabildo del 20 de diciembre de 2021 (sic).	Improcedente. La campaña no se relaciona con algún concepto de excepción a la difusión de propaganda gubernamental durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral. En ese sentido, su difusión no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso.	
Presidencia Municipal con la campaña "Tarjeta Predial Ciudadano Cumplido 2021", vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Entrega de una tarjeta de descuento en comercios locales a los que hayan pagado el impuesto predial 2021.	Artículo 18, del Reglamento de Administración Pública de Reynosa Tamaulipas	Improcedente. La campaña no se relaciona con algún concepto de excepción a la difusión de propaganda gubernamental durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral. En ese sentido, su difusión no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social	

⁶³ Ídem.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso.	
Secretaría de Desarrollo Social con la campaña "Educación Municipal Superior (Servicio social por línea)"; 04 de agosto de 2020 al 30 de septiembre	Está encaminado a la comunidad universitaria a proteger nuestra ciudad, para su conservación, fortaleciendo en los estudiantes sus habilidades por medio de la interacción de los mismos con otras Universidades, exportando así el talento de cada uno.	Artículo 22 del Reglamento de la Administración Pública de Reynosa Tamaulipas	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo contenidos digitales.	
Secretaría de Desarrollo Social con la campaña "Entrega de tarjetas del programa municipal de desarrollo social en becas escolares 2021"; vigencia del 10 de marzo al 31 de mayo	Dar a conocer las fechas de entrega de tarjetas domiciliarias de las becas previamente tramitadas.	Artículo 22 del Reglamento de Administración Pública de Reynosa Tamaulipas	Improcedente. Si bien el programa guarda relación con el concepto de educación, ya que se trata de un programa de entrega de becas para evitar la deserción escolar, la difusión de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso. Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció en la <i>Jurisprudencia 19/2019</i> ⁶⁴ , que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre	INE/CG119/2019 INE/CG109/2021

⁶⁴ Jurisprudencia 19/2019 de rubro: "PROGRAMAS SOCIALES. SUS BENEFICIOS NO PUEDEN SER ENTREGADOS EN EVENTOS MASIVOS O EN MODALIDADES QUE AFECTEN EL PRINCIPIO DE EQUIDAD EN LA CONTIENDA ELECTORAL". Gaceta de Jurisprudencia y Tesis en materia electoral, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Año 12, Número 24, 2019, páginas 29 y 30.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social, no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.	
Secretaría de Desarrollo Social con la campaña "Mi doctor"; vigente del 01 de enero al 30 de septiembre	Promoción de la salud, detección de enfermedades, prevención y control de enfermedades crónico-degenerativas, la promoción con recomendaciones en nutrición de alimentación correcta y la promoción del ejercicio o actividad física.	Artículos, 4 Constitucional y 22 del Reglamento de Administración Pública de Reynosa Tamaulipas	Procedente. Toda vez que el objetivo de esta campaña está destinado directamente a los servicios de salud y a fomentar la cultura del cuidado de la misma, su difusión se encuentra amparada en lo previsto en las excepciones previstas en el artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C, párrafo segundo de la CPEUM.	INE/CG109/2021
Secretaría de Desarrollo Social con la campaña "Talleres online: aprende y crece desde casa"; vigencia del 31 de agosto de 2020 al 31 de julio de 2021	Brindar apoyo y beneficio a la comunidad a través de talleres y prácticas gratuitas, desarrollar habilidades y adquirir nuevos conocimientos	Artículo 22 del Reglamento de Administración Pública de Reynosa Tamaulipas	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo redes sociales.	
Secretaría de Desarrollo Social con la campaña "Tarjeta Juventud"; vigente del 01 de febrero al 01 de junio	Los universitarios podrán obtener beneficios como descuentos y promociones de los negocios participantes	Artículo 22, del Reglamento de Administración Pública de Reynosa Tamaulipas	Improcedente. La difusión del programa no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso, que se dirige únicamente a jóvenes de Reynosa de 18 a 35 años.	
Instituto Reynosense para la Cultura y las Artes con la campaña "Convocatorias culturales y	Fomentar el desarrollo cultural de la comunidad en general poniendo al alcance de todos diversas convocatorias culturales de manera gratuita en las diferentes disciplinas artísticas y áreas culturales de	Artículo 13 del Decreto LX-62 publicado en el Diario Oficial del estado número 148.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de educación, ya que se trata de la difusión de un programa que fomenta el desarrollo cultural, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
apoyos económicos”, vigencia del 01 de enero al 30 de septiembre	nuestro instituto para así poder apoyar de diversas maneras, ya sea económicamente, en equipo, en espacios, etc.		no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso que se entregan apoyos económicos, en equipo, en espacios a artistas, gestores y promotores culturales ⁶⁵ .	
Instituto Reynosense para la Cultura y las Artes con la campaña “Plataforma virtual de enseñanza artística”; vigencia del 01 de enero al 30 de septiembre	Promover la educación artística desde el punto de vista académico que es impartir clases y talleres de distintas disciplinas.	Artículo 13 del Decreto LX-62 publicado en el Diario Oficial del estado número 148.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo redes sociales.	
Instituto Reynosense para la Cultura y las Artes con la campaña “Programa Acércate”; vigencia del 01 de enero al 30 de septiembre	Fortalecer la unidad y la convivencia familiar durante este periodo de contingencia. Todo de manera gratuita y virtual.	Artículo 13 del Decreto LX-62 publicado en el Diario Oficial del estado número 148.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo redes sociales.	

50. Dependencias del Gobierno del estado de Oaxaca. La solicitud remitida por el citado Gobierno del Estado contiene formatos de campañas que

⁶⁵ Al respecto, como se dijo líneas arriba, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los **programas sociales** durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

pretenden emitir otros entes públicos del mismo, por lo que se detallará en cada uno de los casos que ente es el solicitante.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
<p>Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Oaxaca, "Campaña de promoción turística del Estado de Oaxaca", con vigencia del 23 de marzo al 31 de julio</p>	<p>Promoción y divulgación de los principales destinos turísticos del Estado, así como la Guelaguetza (actividades, eventos especiales y tradiciones y gastronomía)</p>	<p>Artículo 46-B de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Oaxaca, Artículo 8 fracción II, III y VI del Reglamento Interno de la Secretaría de Turismo.</p>	<p>Procedente. Se considera que la promoción de cualquier parte del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución.</p> <p>Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural del pueblo, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida, costumbres y gastronomía, entre otros.</p> <p>En consecuencia, resulta evidente que la promoción del estado de Oaxaca y de un evento cultural tan importante como la Guelaguetza, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres. Maxime cuando están próximos dos periodos vacacionales y la Guelaguetza se lleva a cabo año con año en la misma época del año, julio.</p>	<p>CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021</p>
<p>Dirección de Prevención y Promoción de la Salud</p>	<p>Medidas preventivas para el cuidado de la salud en los distintos entornos y aplicación de medidas de higiene para</p>		<p>Procedente. El artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la</p>	<p>INE/CG119/2019</p>

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
(departamento de Promoción de la salud), "Saneamiento básico", con vigencia del 01 de mayo al 31 de mayo	evitar el contagio y propagación de enfermedades como EDAS (Enfermedades Diarreicas Agudas) y enfermedades transmitidas por vector.		prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud.	
Dirección de Prevención y Promoción de la Salud (departamento de Promoción de la salud), "Dengue, Zika y Chikungunya", con vigencia del 01 de junio al 30 de junio	Medidas preventivas para el cuidado de la salud respecto de enfermedades transmitidas por vector, así como brindar información sobre los síntomas más comunes y las acciones a tomar en caso de presentar alguno de ellos.		<p>Procedente. La campaña tiene como objetivo principal el fomento de la integridad física, la protección de la salud y de la vida humana, en particular durante los próximos meses en que aumenta el riesgo de contagio por las condiciones climáticas de la temporada. Esta campaña está enfocada a que la transmisión no se intensifique y se mantenga el control y la prevención de dicha enfermedad, impidiendo el riesgo de una epidemia.</p> <p>Así, el concepto de servicios de salud debe entenderse como el conjunto de actividades que se llevan a cabo para la satisfacción de dicha necesidad colectiva de interés público, las cuales comprenden todos aquellos actos, medios y recursos que son indispensables para su adecuada prestación.</p> <p>En ese sentido, el concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, ya que necesariamente abarca, entre otros aspectos la lucha contra enfermedades trasmisibles y la realización de campañas sanitarias.</p>	INE/CG120/2015 e INE/CG119/2019
Dirección de Prevención y Promoción de la Salud (departamento de Promoción de la salud), "Alimentación infantil y cuidado de la salud", con vigencia del 15 de abril al 15 de	Campaña dirigida a padres de familia a favor de mejorar los hábitos de alimentación saludable en niños a través de medidas de prevención de obesidad y desnutrición.		<p>Procedente. Esta campaña debe exceptuarse de la suspensión de propaganda gubernamental, pues guarda relación con el concepto de salud, dado que su principal propósito es realizar acciones encaminadas a promover la protección del derecho de gozar de buena salud.</p>	CG75/2012, CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019 e INE/CG109/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
mayo				

51. Dependencias del Gobierno del Estado de México.

a. Coordinación General de Comunicación Social.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“La Prevención continúa”, con vigencia del 30 de marzo al 31 de diciembre	Concientizar a la población para continuar con las medidas sanitarias para disminuir riesgos por contagio por COVID-19.	Manual General de Organización General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México.	Improcedente: Según lo dispuesto en el formulario la difusión implica medios impresos, electrónicos y las nuevas tecnologías de información y de comunicación, sin mencionar el uso de radio o televisión.	
“Apoya al sector salud, cuidándote”, con vigencia del 30 de marzo al 31 de julio	Concientizar a la población para que continúen cuidándose porque al hacerlo, no solo ayudan a reducir el riesgo de contagios, sino también a trabajadores de la salud.	Manual General de Organización General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México.	Improcedente: Al igual que la campaña anterior, de acuerdo a lo dispuesto en el formulario la difusión implica medios impresos, electrónicos y las nuevas tecnologías de información y de comunicación, sin mencionar el uso de radio o televisión.	
“Elige no tener diabetes, obesidad o hipertensión”, con vigencia del 30 de marzo al 31 de diciembre	Informar a la población sobre la importancia de cuidarse y chequearse para prevenir estas enfermedades.	Manual General de Organización General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México.	Improcedente: Al igual que la campaña anterior, de acuerdo a lo dispuesto en el formulario la difusión implica medios impresos, electrónicos y las nuevas tecnologías de información y de comunicación, sin mencionar el uso de radio o televisión.	
“Detección oportuna de cáncer de mama”, con vigencia del 30 de abril al 31 de diciembre	Fomento a la salud, creando conciencia en las mujeres mexiquenses de que una detección oportuna de cáncer de mama es vital para salvaguardar su salud y su vida.	Manual General de Organización General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México.	Improcedente: Al igual que la campaña anterior, de acuerdo a lo dispuesto en el formulario la difusión implica medios impresos, electrónicos y las nuevas tecnologías de información y de comunicación, sin mencionar el uso de radio o televisión.	
“Yo consumo local”, con vigencia del 30 de abril al 30 de julio	Generar conciencia en la población para consumir en negocios de la colonia y comprar a productores locales.	Manual General de Organización General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México.	Improcedente: Al igual que la campaña anterior, de acuerdo a lo dispuesto en el formulario la difusión implica medios impresos, electrónicos y las nuevas tecnologías de información y de comunicación, sin mencionar el uso de radio o televisión.	
“Turismo, medidas preventivas COVID”,	Informar a la población de la reactivación de los destinos	Manual General de Organización General	Improcedente: Al igual que la campaña anterior, de acuerdo a lo	

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
con vigencia del 30 de marzo al 31 de diciembre	turísticos del Estado de México, siguiendo todas las medidas sanitarias.	de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México.	dispuesto en el formulario la difusión implica medios impresos, electrónicos y las nuevas tecnologías de información y de comunicación, sin mencionar el uso de radio o televisión.	
“Mexiquenses más fuertes que este virus”, con vigencia del 30 de marzo al 31 de julio	Motivar a la población mexiquense para que juntos y cuidando todos de todos, podamos salir de esta pandemia.	Manual General de Organización General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México.	Improcedente: Al igual que la campaña anterior, de acuerdo a lo dispuesto en el formulario la difusión implica medios impresos, electrónicos y las nuevas tecnologías de información y de comunicación, sin mencionar el uso de radio o televisión.	
“Prevención de violencia en el hogar”, con vigencia del 30 de abril al 31 de agosto	Generar conciencia en los padres de familia para que, a través del diálogo y la tolerancia, eviten la violencia en el hogar.	Manual General de Organización General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México.	Improcedente: Al igual que la campaña anterior, de acuerdo a lo dispuesto en el formulario la difusión implica medios impresos, electrónicos y las nuevas tecnologías de información y de comunicación, sin mencionar el uso de radio o televisión.	
“Aprendiendo juntos, clases virtuales”, con vigencia del 30 de abril al 31 de agosto	Sensibilizar a los padres de familia para ser más tolerantes y comprensivos con sus hijos ante las nuevas formas de aprendizaje a distancia, como lo son las clases vía remota.	Manual General de Organización General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México.	Improcedente: Al igual que la campaña anterior, de acuerdo a lo dispuesto en el formulario la difusión implica medios impresos, electrónicos y las nuevas tecnologías de información y de comunicación, sin mencionar el uso de radio o televisión.	
“Línea sin violencia/red naranja”, con vigencia del 30 de abril al 30 de septiembre	Salvaguardar el bienestar físico y mental de las mujeres mexiquenses y sus hijos, a través de los diferentes refugios en la entidad, y de las brigadas de rescate; promover la denuncia por parte de las víctimas de violencia por medio de líneas telefónicas especializadas en esos casos y por la aplicación Red Naranja. Además de apoyarlas psicológicamente, jurídicamente y con la atención que necesitan.	Manual General de Organización General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México.	Improcedente: Al igual que la campaña anterior, de acuerdo a lo dispuesto en el formulario la difusión implica medios impresos, electrónicos y las nuevas tecnologías de información y de comunicación, sin mencionar el uso de radio o televisión.	
“Los servicios de emergencia no son broma/extorsión telefónica”, con vigencia del 30 de abril	Exhortar a la población a no realizar llamadas de broma a los números de emergencia y denuncia, así como a evitar responder a	Manual General de Organización General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México.	Improcedente: Al igual que la campaña anterior, de acuerdo a lo dispuesto en el formulario la difusión implica medios impresos, electrónicos y las nuevas	

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
al 30 de septiembre	número desconocidos y compartir datos personales en internet.		tecnologías de información y de comunicación, sin mencionar el uso de radio o televisión.	
“Prevención de Incendios Forestales”, con vigencia del 30 de marzo al 30 de junio	Concientizar a los mexiquenses y visitantes sobre el cuidado de los bosques, ya que la mayoría de los incendios forestales son provocados por descuidos humanos.	Manual General de Organización General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México.	Improcedente: Al igual que la campaña anterior, de acuerdo a lo dispuesto en el formulario la difusión implica medios impresos, electrónicos y las nuevas tecnologías de información y de comunicación, sin mencionar el uso de radio o televisión.	
“Temporada de lluvias”, con vigencia del 30 de abril al 30 de octubre	Fortalecer la cultura de la prevención de inundaciones en la temporada de lluvias.	Manual General de Organización General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México.	Improcedente: Al igual que la campaña anterior, de acuerdo a lo dispuesto en el formulario la difusión implica medios impresos, electrónicos y las nuevas tecnologías de información y de comunicación, sin mencionar el uso de radio o televisión.	
“Reemplacamiento”, con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Fortalecer la seguridad pública y dar certeza jurídica, fiscal y patrimonial a los mexiquenses, invitándolos a aprovechar los beneficios vigentes y realizar la obligación de la renovación de sus placas de circulación, en caso de que cuenten con vehículo, a fin de que se mantengan al corriente y eviten cargos adicionales por vencimiento.		Improcedente: Al igual que la campaña anterior, de acuerdo a lo dispuesto en el formulario la difusión implica medios impresos, electrónicos y las nuevas tecnologías de información y de comunicación, sin mencionar el uso de radio o televisión.	
“Tenencia”, con vigencia del 01 de enero hasta el 31 de julio	Informar y promover entre los mexiquenses propietarios de vehículos automotores sobre la recaudación del impuesto de tenencia y refrendo de los vehículos registrados en el Estado de México.	Manual General de Organización General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México.	Improcedente: Al igual que la campaña anterior, de acuerdo a lo dispuesto en el formulario la difusión implica medios impresos, electrónicos y las nuevas tecnologías de información y de comunicación, sin mencionar el uso de radio o televisión.	
“Predial”, con vigencia del 01 de enero hasta el 31 de julio	Incentivar el pago de los contribuyentes en relación con el impuesto predial, invitándolos a aprovechar las bonificaciones y condonaciones vigentes.	Manual General de Organización General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México.	Improcedente: Al igual que la campaña anterior, de acuerdo a lo dispuesto en el formulario la difusión implica medios impresos, electrónicos y las nuevas tecnologías de información y de comunicación, sin mencionar el uso de radio o televisión.	

b. Dirección de Comunicación Digital.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
"Efemérides", con vigencia del 30 de abril al 06 de junio	Difundir fechas importantes y conmemorativas para la población, recordando momentos históricos de la nación y hechos sobresalientes, como parte de la importancia de la educación cívica.	Manual General de Organización General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México.	Improcedente: Según lo dispuesto en el formulario la difusión implica redes sociales, sin mencionar el uso de radio o televisión.	
"Prevención COVID-19", con vigencia 30 de abril al 06 de junio	Difundir las medidas preventivas a la población mexicana y el estatus del semáforo sanitario derivado de la pandemia por COVID-19	Manual General de Organización General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México.	Improcedente: Al igual que la campaña anterior, de acuerdo a lo dispuesto en el formulario la difusión implica redes sociales, sin mencionar el uso de radio o televisión.	

c. Secretaría de Desarrollo Urbano y Obra.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Comisión del Agua del Estado de México, "Más litros de agua para el futuro", con vigencia del 15 de mayo al 15 de junio	Concientizar a la ciudadanía sobre el uso responsable del agua, sobre todo durante la temporada de estiaje.	Artículo 18 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino a través de espectaculares, inserciones en medios impresos, electrónicos y digitales.	
Comisión del Agua del Estado de México, "Presentación del Atlas contra inundaciones", con vigencia del 15 de abril al 15 de mayo	Prevenir contingencias hidrometeorológicas durante la temporada de lluvias, a través de la coordinación de acciones con los municipios mexicanos, gracias a los registros históricos que ha generado el Atlas de inundaciones de los lugares susceptibles a inundaciones.	Artículo 18 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México.	Improcedente. Al igual que la campaña anterior, la difusión no implica radio y televisión, sino a través de espectaculares, inserciones en medios impresos y contenido en medios electrónicos y digitales.	
Comisión del Agua del Estado de México, "Programa preventivo contra basura", con vigencia del 01 de abril al 15 de mayo	Concientizar a la población del Estado de México sobre los riesgos de inundaciones que causa la basura en los sistemas de drenaje, principalmente durante la temporada de lluvias, lo que podría afectar su integridad y sus bienes.	Artículo 18 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México.	Improcedente. Al igual que la campaña anterior, la difusión no implica radio y televisión, sino a través de espectaculares, inserciones en medios impresos, electrónicos y digitales.	
Comisión de Impacto Estatal, "Evaluación de impacto estatal", con vigencia del 01	Analizar, revisar y evaluar los proyectos de impacto urbano dentro del territorio del Estado de México.		Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
de abril al 15 de junio				

d. Secretaría de las Mujeres.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Campaña de difusión del Atlas de Género del Estado de México”, vigencia del 01 de marzo al 30 de junio	Dar a conocer las características y utilidad del Atlas de género a instancias gubernamentales, organizaciones de la sociedad civil, colectivas, personal académico y población en general a fin de que puedan usarlo y aprovecharlo. Permitiendo identificar, analizar e interpretar las brechas de desigualdad entre mujeres y hombres desde el ámbito, sirviendo para el diseño, instrumentación, monitoreo y evaluación de las políticas públicas en la entidad Mexiquense.	Plan de Desarrollo del Estado de México 2017-2023, Agenda 2030, Reglamento de la Secretaría de la Mujer del Estado de México.	Procedente. La campaña tiene como objetivo identificar, analizar e interpretar brechas de desigualdad entre mujeres y hombres para el diseño, instrumentación, monitoreo y evaluación de políticas públicas en la entidad. Sobre lo señalado, este Órgano estima oportuno recordar que en años anteriores y a lo largo del presente instrumento se han exceptuado campañas similares por vincularse con un tema de educación precisamente por la prevención y erradicación de desigualdad por razones de género, por lo que se estima procedente exceptuar la campaña.	INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
“Campaña sobre salud sexual y derechos reproductivos de niñas y mujeres mexiquenses”, vigencia del 01 de junio al 20 de diciembre.	Difundir masivamente temas relativos a la salud sexual y derechos reproductivos de las mujeres, fin de comunicar a las jóvenes mexiquenses el contexto de violencias en el que se produce el embarazo infantil y adolescente. Campaña dirigida a niñas, adolescentes y mujeres mexiquenses.	Plan de Desarrollo del Estado de México 2017-2023, Agenda 2030, Reglamento de la Secretaría de la Mujer del Estado de México.	Procedente. El artículo 4° de la CPEUM dispone que el Estado protegerá la organización y desarrollo de la familia, mientras que el artículo 5° de la Ley General de Población, señala que el Consejo Nacional de Población tiene a su cargo la planeación demográfica del país. En adición de lo anterior, el artículo 17 del Reglamento de la Ley General de Población estipula que los programas de planificación familiar informarán de manera clara y llana los fenómenos demográficos y de salud reproductiva, así como sobre el derecho de los individuos a planificar su familia, de manera informada y responsable. Así, como se ha referido en años anteriores, este tipo de campañas deben ser consideradas como exceptuadas de la prohibición constitucional, ya que ayudan a difundir información importante sobre	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			salud reproductiva a temprana edad, y así evitar consecuencias físicas, psicológicas y sociales	
“Castigo Corporal, Sin violencia se educa mejor”, vigencia del 01 al 01 de junio	Sensibilización para la eliminación del castigo corporal a niñas, niños y adolescentes, informar sobre las consecuencias sobre la violencia en la vida y desarrollo de la niñez.	Artículo 27 de la Ley de los Derechos de niñas, niños y adolescentes del Estado de México; 323 de la Ley General de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes	Procedente. Esta campaña debe exceptuarse de la suspensión de propaganda gubernamental, pues guarda relación con el concepto de salud y educación, dado que su principal propósito es realizar acciones encaminadas a promover la protección de los derechos de las niñas, niños y adolescentes relacionados con la integridad física y de gozar de buena salud.	
“Centros de desarrollo en masculinidades”, vigencia del 06 de abril al 06 de junio	Dar a conocer los servicios que se ofrecen y que están enfocados en la reducción de la violencia contra las mujeres a través del desarrollo de las nuevas masculinidades fundamentales en el manejo de las emociones y la violencia contra las mujeres.	Artículos 1, 3, 13, 22, 23, 25 BIS, 37, 39, 40, 41 de la Ley de acceso de las mujeres a una vida libre de violencia del Estado de México	Procedente. La violencia familiar tiene graves consecuencias inmediatas y a largo plazo para el desarrollo psicológico y social de las personas, las familias, las comunidades y los países, por lo que se debe evaluar este problema como una prioridad de salud pública y tomar medidas para prevenirla y resolverla. Por tanto, las campañas relacionadas con la prevención y erradicación de la violencia física contra la mujer deben ser consideradas como exceptuadas de la prohibición de difundir propaganda gubernamental por encontrarse vinculadas con el concepto de educación.	INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG245/2019 e INE/CG109/2021
“Centros naranjas de atención a mujeres víctimas de violencia”, vigencia del 30 de abril al 06 de junio.	Dar a conocer y acercar los servicios que se brindan para la atención a mujeres víctimas, orientación jurídica, psicológica y trabajo social, así como la canalización a otras instituciones.	Artículos 1, 3, 13, 22, 23, 25 BIS, 37, 39, 40, 41 de la Ley de acceso de las mujeres a una vida libre de violencia del Estado de México	Procedente. La campaña tiene como objetivo dar a conocer los servicios y programas destinados a la prevención, atención y erradicación de todos los tipos de violencia contra las mujeres. Sobre lo señalado, este Órgano estima oportuno recordar que en años anteriores se han exceptuado campañas similares por vincularse con un tema de educación precisamente por la prevención y erradicación de la violencia contra la mujer, por lo que se estima procedente exceptuar la campaña “Centros naranjas de atención a mujeres víctimas de violencia”.	INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
“Código Naranja”,	Atender casos a través de las	Artículos 1, 3, 13, 22,	Improcedente. Según lo dispuesto	

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
vigencia del 30 de abril al 06 de junio.	redes sociales, en materia jurídica psicológica para después darle seguimiento vía telefónica a mujeres en situación de violencia.	23, 25 BIS, 37, 39, 40, 41 de la Ley de acceso de las mujeres a una vida libre de violencia del Estado de México	en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
“Conoce tus derechos”, vigencia del 01 de abril al 01 de junio	Sensibilización sobre los derechos que enmarca la Ley de los Derechos de niñas, niños y adolescentes del Estado de México.	Artículo 96 de la Ley de los Derechos de niñas, niños y adolescentes del Estado de México.	Procedente. La campaña guarda y debe ser considerada dentro de las excepciones previstas en el texto constitucional por su contenido educativo, pues para este Órgano, resulta evidente que la información a transmitir es imprescindible para dar a conocer a los derechos de las niñas, niños y adolescentes. La propaganda analizada está orientada a fortalecer la diversidad, inclusión, integridad, salud, etc.	
“Derechos humanos de las niñas y mujeres mexiquenses”, vigencia del 30 de abril al 06 de junio	Difundir por medio de la formación, capacitación, el respeto a los derechos de las niñas y mujeres que les permitan disfrutar de una vida libre de violencia en igualdad de oportunidades.	Decreto 191 del Ejecutivo del Estado de México, artículos 71 y 261 del Código Electoral del Estado de México.	Procedente. Las campañas relacionadas con la prevención, atención y erradicación de la violencia física contra la mujer deben ser consideradas como exceptuadas de la prohibición de difundir propaganda gubernamental por encontrarse vinculadas con el concepto de educación. Sobre lo señalado, este Órgano estima oportuno recordar que en años anteriores y a lo largo del presente instrumento se han exceptuado campañas similares por vincularse con un tema de educación precisamente por la prevención y erradicación de desigualdad o violencia contra las mujeres por razones de género, por lo que se estima procedente exceptuar la campaña.	INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
“Difusión de actividades, objetivos y herramientas de apoyo del observatorio de participación Política de las mujeres en el Estado de México”, vigencia del 30 de abril al 06 de junio	Contribuir al logro de la igualdad sustantiva entre mujeres y hombres en el ámbito político estatal y municipal.	Decreto 191 del Ejecutivo del Estado de México, artículos 71 y 261 del Código Electoral del Estado de México.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en medios digitales.	
“Difusión de los 25	Promover e impulsar el	Artículos 1, 3, 13, 22,	Procedente. La Constitución	

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Centros para el Desarrollo de las Mujeres (CDM) en el Estado de México”, vigencia del 04 de abril al 30 de noviembre	emprendimiento de acciones afirmativas de las mujeres desde una perspectiva de género a partir de la detección de sus necesidades e intereses, contribuyendo en su desarrollo integral y el logro de la igualdad sustantiva entre hombres y mujeres.	23, 25 BIS, 37, 39, 40, 41 de la Ley de acceso de las mujeres a una vida libre de violencia del Estado de México	concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a promover e impulsar el emprendimiento de acciones afirmativa de las mujeres, por lo que la campaña debe ser considerada dentro de las excepciones previstas en el texto constitucional por su contenido educativo, pues, para este Órgano, resulta evidente que la información a transmitir es imprescindible para detectar las necesidades e intereses de las mujeres. La propaganda analizada está orientada a promover el conocimiento y reconocimiento, goce y ejercicio de los derechos humanos de las mujeres.	
“Encuentros y debates sobre buenas prácticas en la atención a mujeres con discapacidad”, vigencia 30 de abril al 06 de junio	Difundir la convocatoria para los encuentros en los que se llevarán a cabo mesas de trabajo y debates sobre las buenas prácticas a mujeres con discapacidad. Crear un compendio de las buenas prácticas que existen, para conformar un plan de trabajo dentro de la Secretaría que permita brindar atención, así como vinculación a las mujeres con discapacidad, lo que permitirá que dichas mujeres cuenten con atención especializada.	Decreto 191 del Ejecutivo del Estado de México, artículos 71 y 261 del Código Electoral del Estado de México.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a promocionar debates y conocimiento sobre la realización de buenas prácticas para mujeres con discapacidad, por lo que debe ser considerada dentro de las excepciones previstas en el texto constitucional por su contenido educativo, pues, para este Órgano, resulta evidente que la información a transmitir es imprescindible para detectar las necesidades e intereses de las mujeres. La propaganda analizada está orientada a permitir que las mujeres con discapacidad cuenten con atención especializada y así mejorar su estado de salud.	
“Espacio Naranja, espacio seguro”, vigencia del 30 de abril al 06 de junio	Garantizar la seguridad de las mujeres en situaciones de riesgo a través de establecimientos certificados como Espacios Naranjas; así como implementar a través de la prevención situacional, la creación de espacios seguros con apoyo del sector comercial.	Artículos 1, 3, 13, 22, 23, 25 BIS, 37, 39, 40, 41 de la Ley de acceso de las mujeres a una vida libre de violencia del Estado de México	Procedente. La campaña tiene como objetivo dar a conocer los servicios y programas destinados a la prevención, atención y erradicación de todos los tipos de violencia contra las mujeres. Sobre lo señalado, este Órgano estima oportuno recordar que en años anteriores se han exceptuado campañas similares por vincularse	INE/CG78/2016, INE/CG65/2017 INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			con un tema de educación precisamente por la prevención y erradicación de la violencia contra la mujer, por lo que se estima procedente exceptuar la campaña "Centros naranjas de atención a mujeres víctimas de violencia".	
"Estrategia de capacitación en escuelas", vigencia del 30 de abril al 06 de junio	Concientizar y sensibilizar a alumnos, padres de familia y docentes, sobre diversas temáticas, que abarcan desde la violencia de género, violencia digital y prevención del embarazo adolescente. La difusión permanente de esta estrategia de capacitación permite a la población adolescente estar informada acerca de los diferentes tipos de violencia que puede presentarse dentro de su ambiente escolar, así como la prevención de adicciones y de embarazos a temprana edad, impactando directamente en un tema de educación y salud pública para este sector de la población.	Decreto 191 del Ejecutivo del Estado de México, artículos 71 y 261 del Código Electoral del Estado de México.	Procedente. Debe ser considerada dentro de las excepciones previstas en el texto constitucional por su contenido educativo, pues, para este Órgano, resulta evidente que la información a transmitir es imprescindible para la educación y salud pública de las niñas, niños y adolescentes, padre de familia y docentes. La propaganda analizada está orientada a fortalecer los conocimientos en la toma de decisiones.	
"Guía como lograr una contingencia exitosa en familia", vigencia del 01 de abril al 06 de junio	Difusión de una guía dirigida a madres, padres y cuidadores para el cuidado y acompañamiento de NNA durante la contingencia actual. Brindar apoyo y acompañamiento a las familias mexiquenses que tienen niñas, niños y adolescentes en casa.	Acuerdo SIPINNA/EXT/01/2020	Procedente. Debe ser considerada dentro de las excepciones previstas en el texto constitucional por su contenido educativo, pues, para este Órgano, resulta evidente que la información a transmitir es imprescindible para dar a conocer las herramientas que tienen a su alcance las niñas, niños y adolescentes y afrontar de una mejor manera la contingencia por el virus SARS-CoV-2. La propaganda analizada está orientada a fortalecer los hábitos, convivencia, educación, arte, juego, etc.	
"Jornadas Médico-Asistenciales para las mujeres rurales e indígenas", vigencia del 30 de abril al 06 de junio	Contribuir al mejoramiento de la condición de vida de las mujeres rurales e indígenas, acercando trámites y servicios esenciales para el buen desarrollo personal,	Decreto 191 del Ejecutivo del Estado de México, artículos 71 y 261 del Código Electoral del Estado de México.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en medios digitales.	

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	familiar y de la comunidad.			
“Línea contra la trata”, vigencia del 30 de abril al 06 de junio	Brindar asesoría jurídica y atención psicológica vía telefónica a posibles víctimas del delito de trata de personas, así como a la población en general para lograr la erradicación de este delito.	Decreto 191 del Ejecutivo del Estado de México, artículos 71 y 261 del Código Electoral del Estado de México.	Procedente. La línea contra la trata es una de las herramientas para combatir la violencia contra las mujeres en el Estado de México, por lo que la difusión de su existencia es una campaña educativa para la población, que contribuye a intensificar la conciencia respecto de que ésta es una cuestión pública y una violación a los derechos humanos que afecta a la sociedad general, además de constituirse como un medio para informar y educar a las víctimas de este delito acerca de su derecho a recibir apoyo y la forma en que pueden hacer valer estos derechos. Por tanto, por lo que esta campaña debe ser considerada dentro de las excepciones previstas a la transmisión de propaganda gubernamental durante los periodos de campaña de los Procesos Electorales de las entidades federativas por encontrarse vinculada con los conceptos de educación y salud.	INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG245/2019 e INE/CG109/2021
“Línea Hombre a Hombre 1”, vigencia del 30 de abril al 06 de junio	Brindar a los hombres herramientas para afrontar situaciones de tensión, frustración, dificultad para manejar los conflictos y que se encuentran en riesgo latente de ejercer violencia de género contra niñas, adolescentes, mujeres o hacia alguien más.	Decreto 191 del Ejecutivo del Estado de México, artículos 71 y 261 del Código Electoral del Estado de México.	Procedente. La campaña tiene como objetivo dar a conocer los servicios y herramientas para afrontar conflictos entre parejas con riesgo latente de ejercer violencia contra las mujeres en razón de género. Es por ello que al estar relacionada con la prevención y erradicación de la violencia física contra la mujer deben ser consideradas como exceptuadas de la prohibición de difundir propaganda gubernamental por encontrarse vinculadas con el concepto de educación.	INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
“Línea sin violencia”, 30 de abril al 06 de junio	Brindar asesoría jurídica y atención psicológica vía telefónica a mujeres en situación de violencia.	Artículos 1, 2, 13, 22, 23, 25 BIS, 37, 39, 40, 41 de la Ley de acceso de las mujeres a una vida libre de violencia del Estado de México	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
“Objetivo y	Dar a conocer la	Artículo 96 de la Ley	Improcedente. Si bien la campaña	

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
funciones del Sistema de Protección Integral de Niñas, Niños y Adolescentes”, vigencia del 01 de abril al 01 de junio	coordinación y articulación de acciones desde el SIPINNA en beneficio de la niñez y adolescencia mexiquense, así como la protección y respeto a los derechos de NNA. También se pretende dar a conocer a la ciudadanía el objetivo, funciones e integrantes del SIPINNA, así como las diferencias entre el Sistema y la Procuración de Protección.	de los Derechos de niñas, niños y adolescentes del Estado de México.	guardaría relación con el concepto de educación y que podría darse a conocer las funciones y acciones del SIPINNA, no se advierte que precisamente durante las campañas sea necesaria su difusión por lo que no se cumple con el criterio de necesidad; asimismo, el formulario señala que pretende dar a conocer a los integrantes del SIPINNA, lo que podría suponer propaganda personalizada, dado que está prohibido que la propaganda incluya nombres o imágenes de cualquier servidor público.	
“PAIMEF-EDOMEX: Prevención de violencia contra las mujeres”, vigencia del 01 de abril al 31 de diciembre	Prevenir la violencia contra las mujeres del Estado de México, dar a conocer manifestaciones y consecuencias de la violencia contra las mujeres, así como dar a conocer los servicios con los que cuenta la Secretaría.	Artículos 1, 2, 13, 22, 23, 25 BIS, 37, 39, 40, 41 de la Ley de acceso de las mujeres a una vida libre de violencia del Estado de México	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
“Prevención del abuso sexual infantil”, vigencia del 01 de abril al 06 de junio	Información y sensibilización para la prevención del abuso sexual infantil.	Ley de los Derechos de niñas, niños y adolescentes del Estado de México.	Procedente. La campaña debe ser considerada dentro de las excepciones previstas en el texto constitucional por su contenido educativo, pues, para este Órgano, resulta evidente que la información a transmitir es imprescindible para dar a conocer a padres, madres, cuidadores y a las niñas, niños y adolescentes información oportuna para prevenir el abuso sexual infantil.	
“Programa para la prevención del embarazo en adolescentes”, vigencia del 30 de abril al 06 de junio	Reducir el número de embarazos en adolescentes del Estado de México, con absoluto respeto a los derechos humanos, particularmente los derechos sexuales y reproductivos.	Decreto 191 del Ejecutivo del Estado de México, artículos 71 y 261 del Código Electoral del Estado de México.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
“Red de refugios para Víctimas de Violencia”, vigencia del 30 de abril al 06 de junio	Atender, asesoras y asistir multidisciplinariamente las necesidades de las mujeres en situación de violencia.	Decreto 191 del Ejecutivo del Estado de México, artículos 71 y 261 del Código Electoral del Estado de México.	Procedente. Las campañas relacionadas con la prevención y erradicación de la violencia física contra la mujer deben ser consideradas como exceptuadas de la prohibición de difundir propaganda gubernamental por encontrarse vinculadas con el concepto de	INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			educación. Sobre lo señalado, este Órgano estima oportuno recordar que en años anteriores y a lo largo del presente instrumento se han exceptuado campañas similares por vincularse con un tema de educación precisamente por la prevención y erradicación de la violencia contra las mujeres por razones de género, por lo que se estima procedente exceptuar la campaña.	
“Red Naranja”, vigencia del 30 de abril al 06 de junio	Es una aplicación para dispositivos móviles en la que se pueden denunciar en tiempo real, casos de violencia de género. La aplicación esta conectada a instituciones públicas de atención a la violencia de género, así como a corporaciones policiacas.	Artículos 1, 2, 13, 22, 23, 25 BIS, 37, 39, 40, 41 de la Ley de acceso de las mujeres a una vida libre de violencia del Estado de México	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
“Trabajo Infantil, es Interés de Todos”, vigencia del 01 de abril al 01 de junio	Visibilizar y sensibilizar respecto de esta problemática. El trabajo infantil constituye una violación a los derechos de la niñez y adolescencia mexicana, especialmente el derecho a un sano desarrollo integral e interfiere de manera directa con el ejercicio de sus otros derechos como el derecho a la educación. Sensibilizar a la ciudadanía es importante para cambiar este paradigma en el que se cree que es adecuado adquieran responsabilidad económica o apoyo a su familia mediante esta práctica.	Ley de los Derechos de niñas, niños y adolescentes del Estado de México.	Procedente. Las campañas relacionadas con la prevención y erradicación del trabajo infantil deben ser consideradas dentro de las excepciones previstas en el texto constitucional por su contenido educativo, pues, para este Órgano, resulta evidente que la información a transmitir es imprescindible para proteger los derechos de las niñas, niños y tengan un desarrollo integral. El artículo 123, Base A, fracciones II y III de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, establece que quedan prohibidas: las labores insalubres o peligrosas, el trabajo nocturno industrial y todo otro trabajo después de las diez de la noche, de los menores de dieciséis años; asimismo queda prohibida la utilización del trabajo de los menores de quince años, por lo que la campaña propuesta contribuye a que la población privilegie la educación de niñas, niños y adolescentes sobre el trabajo como responsabilidad.	

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Unidad para la atención del acoso y hostigamiento laboral”, vigencia del 30 de abril al 06 de junio	Implementar acciones para orientar, atender y acompañar jurídica y psicológicamente a víctimas de acoso y hostigamiento laboral y/o sexual dentro del sector público y privado del Estado de México en el ámbito laboral.	Artículos 1, 2, 13, 22, 23, 25 BIS, 37, 39, 40, 41 de la Ley de acceso de las mujeres a una vida libre de violencia del Estado de México	Procedente. La campaña tiene como objetivo dar a conocer los servicios que se brindan en la Secretaría de las mujeres, para dar atención y seguimiento a las denuncias por acoso y hostigamiento laboral y sexual., por lo que debe ser considerada dentro de las excepciones previstas en el texto constitucional por su contenido educativo, pues, para este Órgano, resulta evidente que la información a transmitir es imprescindible para salvaguardar los derechos humanos y dignidad de las personas.	
“Video del mes de abril, dirigido a niñas, niños y adolescentes conmemorando el Día de la Niñez”, Vigencia del 1 al 30 de abril	Difusión de datos respecto de los derechos de los niños en torno a la conmemoración del día del niño. Impulsar y consolidar la atención integral y la generación de oportunidades de manera igualitaria.	Artículo 9 del Reglamento Interior de la Secretaría de la Mujer	Procedente. La campaña, si bien se realiza para conmemorar el día de la niñez, sin hacer una invitación para dicho festejo, lo cierto es que tiene como objeto mencionar datos relevantes sobre los derechos de la niñez de acuerdo a la UNICEF y a la Ley de los Derechos de Niñas, Niños y adolescentes del Estado de México, lo que se vincula con el concepto de Educación.	
“Video del mes de junio dirigido a la población mexiquense conmemorando el mes de la diversidad sexual”, vigente del 01 al 30 de junio	El video informativo apoyará a profundizar en el conocimiento sobre la discriminación e impulsar acciones afirmativas libres de violencias hacia cualquier orientación sexual, identidad o expresión de género.	Artículo 9 del Reglamento Interior de la Secretaría de la Mujer	Procedente. La campaña tiene como objetivo impulsar el compromiso de proteger los derechos humanos de las personas LGBTTI+, libres de violencias con enfoque de igualdad sustantiva y no discriminación y a favor de la inclusión, por lo que debe ser considerada dentro de las excepciones previstas en el texto constitucional por su contenido educativo, pues, para este Órgano, resulta evidente que la información a transmitir es imprescindible para dar a conocer a los derechos humanos de las personas LGBTTI+. La propaganda analizada está orientada a fortalecer la transversalidad de la perspectiva de género y garantizar la igualdad sustantiva para las mujeres. No se debe perder de vista que la Sala Superior recalcó, en la sentencia SUP-RAP-57/2010 que la educación constitucional concibe la educación	

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			como una formación integral del ser humano al ampliar su espectro al conocimiento social y cultural del pueblo, siendo que de conformidad con el artículo 4° de la Constitución los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones.	
“Video del mes de junio dirigido a mujeres conmemorando el día de la madre de la secretaria de la mujer”, vigencia del 01 al 31 de mayo	Transmitir el mensaje de la maternidad desde un enfoque feminista con base en la autonomía de las mujeres, en la promoción de la igualdad sustantiva y la corresponsabilidad en familia en la población mexicana.	Artículo 9 del Reglamento Interior de la Secretaría de la Mujer	Procedente. La campaña está descrita como video informativo de 60 segundos conmemorativo, donde se mencionen datos relevantes sobre la maternidad con perspectiva de género y enfoque de derechos humanos de las mujeres, por lo que guarda relación con el concepto de educación, ya que se trata de la difusión de información orientada a fomentar el respeto a la maternidad con independencia de la orientación sexual, identidad y expresión de género de la mujer.	

e. Secretaría de Justicia y Derechos Humanos.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Secretaría de Justicia y Derechos Humanos, “Caravanas por la Justicia cotidiana”, con vigencia del 30 de abril al 06 de junio	Acercar trámites y servicios jurídicos a las familias mexiquenses, en particular a aquellos que se encuentran en comunidades alejadas y de difícil acceso, con la finalidad de romper las barreras de acceso a la justicia en las que se encuentran y reducir la marginación jurídica.	Artículo 38 Ter, fracciones XLII, XLIII, XLIV y XLV de la Ley Orgánica del Administración Pública del Estado de México.	Improcedente: Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino a través de medios impresos y redes sociales.	
Secretaría de Justicia y Derechos Humanos, “Caravanas por la Justicia cotidiana través de redes sociales”, con vigencia del 30 de abril al 06 de	Dar a conocer las caravanas por la justicia, así como otorgar asesoría jurídica en líneas a través de transmisiones en vivo en redes sociales y televisión, en diferentes materias.	Artículo 38 Ter, fracciones XLII, XLIII, XLIV y XLV de la Ley Orgánica del Administración Pública del Estado de México.	Procedente: El artículo 17 de la CPEUM establece el derecho que tiene toda persona a que se le administre justicia. Asimismo, la Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a proteger los derechos de la población, informándoles de los mecanismos que	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
junio			tienen disponibles a su favor para acceder a la justicia en caso de sentir afectación en su esfera jurídica.	
Subsecretaría de Justicia, "Atención al Colono", con vigencia del 30 de abril al 06 de junio	Brindar atención, asistencia y asesoría a los mexiquenses y a las agrupaciones, asociaciones u organizaciones de colonos sobre temas relacionados con el régimen de propiedad en condominio. Así como fortalecer los mecanismos de solución pacífica entre colonos como la mediación y conciliación.	Artículo 38 Ter, fracciones XLII, XLIII, XLIV y XLV de la Ley Orgánica del Administración Pública del Estado de México.	Improcedente: Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino a través de medios impresos y redes sociales.	
Subsecretaría de Justicia, "Plan de Acción Local de Gobierno Abierto", con vigencia del 30 de abril al 06 de junio	Dar a conocer las acciones que el Estado de México lleva a cabo para elaborar el Plan de Acción Local de Gobierno Abierto encaminado a facilitar el acceso a la justicia cotidiana de los mexiquenses.	Artículo 38 Ter, fracciones XLII, XLIII, XLIV y XLV de la Ley Orgánica del Administración Pública del Estado de México.	Improcedente. Es oportuno mencionar que el formulario remitido carece de la motivación suficiente que permita establecer la importancia y necesidad de difundirse durante el periodo prohibido, por lo que no es posible establecer su vinculación con algún concepto de excepción. En ese sentido, este Consejo General considera que ya que la información a difundir tiene como objetivo dar a conocer acciones de gobierno que se llevan a cabo para elaborar el Plan de Acción Local de Gobierno Abierto, la misma no se considera necesaria para su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido que el fin de la información de carácter educativo, que se pretenda difundir durante el periodo de prohibición constitucional, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población; y no como se señaló, en el resultado de programas en beneficio de la población. En igual sentido, no debe perderse de vista que en la propaganda que difundan los entes públicos no podrá difundirse logros de gobierno, obra pública, ni emitir información sobre programas y acciones que promuevan innovaciones en bien de la ciudadanía.	
Instituto de la Función Registral del Estado de	Difundir los trámites y servicios que presta el Instituto de la Función Registral del Estado de México.	Manual de Procedimientos del Departamento de Promoción.	Improcedente: Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino mediante la distribución de carteles, trípticos,	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
México, "Promoción y difusión de los servicios que presta el Instituto de la Función Registral del Estado de México", con vigencia del 07 de enero al 31 de diciembre			dúpticos, medios electrónicos, redes sociales y pláticas de orientación.	
Instituto de la Defensoría Pública, "Defensor Público Itinerante", con vigencia del 01 de mayo al 06 de junio	Informar sobre los servicios de asesoría y patrocinio jurídico gratuitos a las familias mexiquenses, en coordinación con los Ayuntamientos municipales.	Artículo 3, 4 y 13, fracción XII de la Ley de Defensoría Pública del Estado de México; 14, fracción XI del Reglamento Interior del Instituto de la Defensoría Pública del Estado de México.	Improcedente: Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
Instituto de la Defensoría Pública, "Chats especializados en línea", con vigencia del 01 de mayo al 06 de junio	Brindar a las personas la posibilidad de solicitar asesoría jurídica a través de medios electrónicos.	Artículo 3, 4 y 13, fracción XII de la Ley de Defensoría Pública del Estado de México; 14, fracción XI del Reglamento Interior del Instituto de la Defensoría Pública del Estado de México.	Improcedente: Al igual que la campaña anterior, la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
Instituto de la Defensoría Pública, "Asesoría jurídica gratuita", con vigencia del 01 de mayo al 06 de junio	Difundir los servicios gratuitos, como lo es la asesoría jurídica gratuita que ofrece la Defensoría Pública.	Artículo 3, 4 y 13, fracción XII de la Ley de Defensoría Pública del Estado de México; 14, fracción XI del Reglamento Interior del Instituto de la Defensoría Pública del Estado de México.	Improcedente: Al igual que la campaña anterior, la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
Dirección General de Derechos Humanos e Igualdad de Género, "Cero tolerancia a las conductas de hostigamiento sexual y acoso sexual", con vigencia del 01	Promover una cultura libre de conductas de hostigamiento sexual y acoso sexual. Así como brindar información sobre los mecanismos de denuncia.		Improcedente: Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino mediante la página web de la Secretaría de Justicia y Derechos Humanos.	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
de enero al 31 de diciembre				
Comisión de Búsqueda de Personas del Estado de México, "Cédulas de búsqueda de personas reportadas como desaparecidas", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Garantizar el respeto a los derechos de las víctimas y ofendidos del delito de desaparición, a través de la difusión de las cédulas de búsqueda como herramienta para lograr su localización.	Artículo 1, 2, fracciones I y IV, 3, 4, fracción V, 50 tercer párrafo, 53, fracción XXX, 79 y 99, fracción XIX de la Ley General en materia de Desaparición Forzada de Personas, Desaparición cometida por Particulares y del Sistema Nacional de Búsqueda de Personas; 1, 2, fracciones I y III, 3, 4, fracciones V y XX, 24, 27, fracción XXXI, 57 y 58 de la Ley en materia de Desaparición Forzada de Personas y Desaparición cometida por Particulares para el Estado Libre y Soberano de México; y párrafos 195 y 259 del Protocolo Homologado para la Búsqueda de Personas Desaparecidas y No Localizadas.	Improcedente: Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino mediante redes sociales y a través de pósters.	
Instituto de Verificación Administrativa, "Difusión de los acuerdos correspondientes que establecen las medidas sanitarias para la operación de unidades económicas y los actos de verificación en la materia", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Se informa al sector productivo las medidas sanitarias para garantizar la reducción de contagios por Covid-19 y permitir su operación para reactivar la economía.		Improcedente: Al igual que la campaña anterior, la difusión no implica radio y televisión, sino mediante redes sociales y a través de pósters.	

f. Secretaría de Medio Ambiente.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
<p>Secretaría de Medio Ambiente, "Reconocimiento al Mérito Ambiental REMEA 2021", con vigencia del 08 de marzo al 24 de mayo</p>	<p>Dar a conocer la convocatoria a participar en el certamen "Reconocimiento al Mérito Ambiental 2021", con el fin de reconocer la trayectoria de personas físicas, organizaciones e instituciones que han realizado acciones relevantes en beneficio del medio ambiente, que contribuyan al desarrollo sustentable del Estado de México.</p>	<p>Artículo 3, 15, 19, fracción XVII y 32 Bis, fracción XIV de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de México; 2.5, fracción XXI Bis, 2.201 y 2.202, fracción IV del Código para la Biodiversidad del Estado de México; 5 y 6, fracción III del Reglamento Interior de la Secretaría del Medio Ambiente.</p>	<p>Improcedente: Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino mediante la página web de la Secretaría y a través de redes sociales.</p>	
<p>Secretaría del Medio Ambiente y Dirección General de la Prevención y Control de la Contaminación Atmosférica, Departamento de Monitoreo Atmosférico, "Monitoreo y Difusión de la Calidad del Aire en el Estado de México", con vigencia del 30 de abril al 06 de junio</p>	<p>Medir los contaminantes atmosféricos, criterio y parámetros meteorológicos para la difusión de los niveles de concentración de contaminantes a los habitantes del Estado de México.</p>	<p>Artículos 4, párrafo quinto de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 18, párrafo cuarto, 78 y 139, fracción II, inciso a) de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México; 7, fracciones I, II, III, XI y XIII, 110, 112, fracciones I, III, IV y VIII y 113 de la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente</p>	<p>Improcedente: Al igual que la campaña anterior, la difusión no implica radio y televisión, sino mediante página web y a través de redes sociales.</p>	
<p>Secretaría del Medio Ambiente y Dirección de Prevención y Control de la Contaminación Atmosférica, "Licencia de Funcionamiento (Registro de emisiones a la atmósfera)", con vigencia del 01 de abril al 31 de</p>	<p>Informar a las fuentes fijas de jurisdicción estatal que deben tramitar ante la Dirección General de Prevención y Control de la Contaminación Atmosférica la Licencia de Funcionamiento (Registro de emisiones a la atmósfera), con el fin de controlar y reducir sus emisiones contaminantes a la atmósfera para asegurar una calidad del aire satisfactoria para el bienestar de la población y el equilibrio de los</p>	<p>Artículo 18 y 78 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México; ; 3, 15, 19, fracción XVII, 32 Bis de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de México.</p>	<p>Improcedente: Al igual que la campaña anterior, la difusión no implica radio y televisión, sino solo en impresos (díptico).</p>	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
diciembre	ecosistemas.			
Secretaría del Medio Ambiente y Dirección de Prevención y Control de la Contaminación Atmosférica, "Realización de operativos de detección de vehículos contaminantes o carentes de holograma", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Informar sobre las acciones que pueden llevar a cabo los ciudadanos para disminuir las emisiones de sus vehículos, llevándose a cabo operativos de carácter preventivo sin que se generen infracciones a los propietarios de vehículos automotores.	Artículos 4 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 18 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México; 1.2, fracción I, 2.8, fracción XXVIII, 2.35, fracción XIV, 2.140, 2.141, 2.142, fracción II, 2.146, fracciones I, III; 2.147, fracciones I, II, III; 2.149, fracción I, VII, XII del Código para la Biodiversidad del Estado de México	Improcedente. Al igual que la campaña anterior, la difusión no implica radio y televisión, sino la utilización de vinilonas.	
Secretaría del Medio Ambiente y Dirección de Prevención y Control de la Contaminación Atmosférica, "Temporada de ozono", con vigencia del 01 de marzo al 30 de junio	Difusión de las acciones para reducir la emisión de contaminantes y proteger la salud de la población de las Zonas Metropolitanas del Valle de México, Valle de Toluca y Santiago Tianguistenco.	Artículos 4, párrafo quinto de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 18, párrafo cuarto, 78 y 139, fracción II, inciso a) de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México; 7, fracciones I, II, III, XI y XIII, 110, 112, fracciones I, III, IV y VIII y 113 de la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente	Improcedente. Al igual que la campaña anterior, la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
Secretaría del Medio Ambiente y Dirección de Prevención y Control de la Contaminación Atmosférica, "Verificación vehicular de emisiones contaminantes", con vigencia del 02 de febrero al 31 de diciembre	Dar a conocer la información pertinente sobre la verificación vehicular y los requisitos para la obtención de hologramas.	Artículo 32 Bis, fracción VIII de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de México; 280 del Reglamento del libro Segundo del Código para la Biodiversidad del Estado de México.	Improcedente. Al igual que la campaña anterior, la difusión no implica radio y televisión, sino a través de espectaculares y redes sociales.	
Procuraduría de Protección al	Promover el cuidado y preservación del medio	Artículo 16 del Reglamento Interior de	Improcedente. Al igual que la campaña anterior, la difusión no implica	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Ambiente del Estado de México, "Promoción de la Certificación de Industria Limpia", con vigencia del 30 de abril al 06 de junio	ambiente a través de la Certificación de Industria Limpia de las unidades económicas que cumplen con la normatividad ambiental, mediante la realización de una auditoría ambiental que evalúa este cumplimiento.	la Procuraduría de Protección al Ambiente del Estado de México.	radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
Procuraduría de Protección al Ambiente del Estado de México, "Bienestar Animal", con vigencia del 30 de abril al 06 de junio	Sensibilizar y concientizar a los mexiquenses sobre la protección y bienestar animal.	Código para la Biodiversidad del Estado de México y el Reglamento del Libro Sexto.	Improcedente. Al igual que la campaña anterior, la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
Secretaría de Medio Ambiente, "Efemérides", con vigencia del 30 de abril al 06 de junio	Dar a conocer las fechas importantes en materia medio ambiental para concientizar a la población sobre la importancia del cuidado y preservación del entorno.		Improcedente. Al igual que la campaña anterior, la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	

g. Secretaría de Salud.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
"Donación de leche materna", vigencia del 17 al 21 de mayo de 2021	Prevenir enfermedades, promoviendo, protegiendo y apoyando la lactancia materna.	Manual General de Organización del Instituto de Salud del Estado de México, Artículo 13 de la Ley General de Salud	Procedente. La lactancia materna es fundamental para la prevención y atención primaria a la salud. Es la forma más adecuada y natural de proporcionar aporte nutricional, inmunológico y emocional al bebé. Por salud se entiende un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades y para lograr la protección se debe de considerar el acrecentamiento de los valores, así como el conocimiento y la enseñanza que coadyuven al mejoramiento, conservación y restauración de las condiciones físicas, mentales y sociales que contribuyan al desarrollo social. En ese sentido, esta campaña se	

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			encuentra vinculada a los conceptos de salud y educación ya que, por un lado, genera valores y cultura relacionados con la importancia de la donación de leche materna y concientiza a la población de la importancia de la lactancia para mejorar la salud de la madre y los bebés; y, por el otro, contribuye a disminuir la morbilidad y mortalidad infantil.	
“Efemérides Salud”, vigencia del 30 de abril al 06 de junio de 2021	Apelar a que las nuevas generaciones se apropien de los valores que las efemérides representan, fomentar la cultura de la prevención y busca despertar la capacidad de empatía al sensibilizar a las personas con los problemas de salud que hay en su entorno.	Artículo 13 de la Ley General de Salud	Procedente. La Constitución concibe los conceptos educación y salud como necesarios para la formación integral y desarrollo del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a informar e incentivar la cultura de la prevención y atención de la salud. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional ya que, incentiva que los niños participen de la educación formal que imparte el Estado.	
“Elige Salud no Tabaco”, vigencia del 15 al 31 de mayo de 2021	Proteger la salud de la población contra la exposición al humo del tabaco, realizando acciones tendientes a la prevención y tratamiento del tabaquismo y de los padecimientos generados por el mismo.	Manual General de Organización del Instituto de Salud del Estado de México.	Procedente. La Constitución concibe los conceptos educación y salud como necesarios para la formación integral y desarrollo del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a informar e incentivar la cultura de la prevención y atención de la salud. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional ya que, incentiva a prevenir y atender el uso y abuso de sustancias adictivas.	
“Estrategia de vacunación COVID-19”, vigencia del 01 de enero al 31 de	Comunicar e informar los periodos de vacunación para cada estrato de la población según rangos de edad prioritarios establecidos por	Manual General de Organización del Instituto de Salud del Estado de México.	Procedente. La campaña tiene como objetivo que la población conozca cuándo y dónde recibirá la vacuna contra COVID-19. Se considera primordial promover y	INE/CG109/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
diciembre de 2021.	el Gobierno Federal.		realizar actividades relacionadas con la protección del derecho de gozar de buena salud. Por tanto, se estima considerar dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales durante los periodos de campaña que se lleven a cabo en los procedimientos electorales a las campañas de esta instancia.	
“Monitoreo preventivo de contagios por COVID-19”, vigencia del 10 de febrero al 31 de diciembre de 2021	Reforzar la capacidad en materia de alerta temprana, reducción de los riesgos y gestión de los riesgos para la salud en el Estado de México.	Manual General de Organización del Instituto de Salud del Estado de México.	<p>Procedente. La campaña tiene como finalidad informar a la población la situación actualizada que se vive por la pandemia por COVID-19, así como dar seguimiento a los casos positivos y a sus contactos para evitar más contagios, cuestiones que determinan las medidas y protocolos de salud y protección civil que las autoridades estiman se deben aplicar.</p> <p>En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud.</p> <p>Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.</p>	INE/CG109/2021
“Salud Mental y Alimentación”, vigencia del 01 al 06 de junio de 2021	Dar a conocer acciones para erradicar la gama de enfermedades no transmisibles y hacer frente a diversas cuestiones de la salud.	Manual General de Organización del Instituto de Salud del Estado de México.	<p>Procedente. Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a la población de la demarcación con el propósito de promover una alimentación correcta, proporcionando herramientas para la</p>	CG75/2012, CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019 e

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			toma de decisiones que les permitan realizar cambios de hábitos alimentarios y del cuidado de la salud para mejorar su calidad de vida.	INE/CG109/2021
“Temporada de calor”, vigencia del 22 de marzo al 30 de septiembre de 2021	Fortalecer las estrategias de promoción de la salud para prevenir, controlar y evitar defunciones por Enfermedades Diarreicas, cólera y lesiones debidas a la exposición excesiva al calor ambiental.	Manual General de Organización del Instituto de Salud del Estado de México.	Procedente. La campaña tiene como finalidad informar a la población sobre las campañas de salud con visión de prevención de enfermedades, En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud.	INE/CG119/2019
“Temporada de lluvias”, vigencia del 23 de marzo al 30 de septiembre d 2021	Durante la temporada de lluvias surgen enfermedades que ponen en riesgo la salud. Debido a los encharcamientos y probable contaminación de pozos con agua de consumo, la población está expuesta a diversos padecimientos. Entre las enfermedades transmitidas por vector sobresalen los casos de dengue.	Manual General de Organización del Instituto de Salud del Estado de México.	Procedente. La campaña tiene como objetivo principal el fomento de la integridad física, la protección de la salud y de la vida humana, en particular durante los próximos meses en que aumenta el riesgo de contagio por las condiciones climáticas de la temporada. Esta campaña está enfocada a que la transmisión no se intensifique y se mantenga el control y la prevención de dichas enfermedades, impidiendo el riesgo de una epidemia. Así, el concepto de servicios de salud debe entenderse como el conjunto de actividades que se llevan a cabo para la satisfacción de dicha necesidad colectiva de interés público, las cuales comprenden todos aquellos actos, medios y recursos que son indispensables para su adecuada prestación. En ese sentido, el concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, ya que necesariamente abarca, entre otros aspectos la lucha contra enfermedades trasmisibles y la realización de campañas sanitarias.	INE/CG120/2015 e INE/CG119/2019

h. Secretaría de Desarrollo Social.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Campaña permanente de donación”, vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre de 2021	Promover la donación de bienes en especie para apoyo de la población vulnerable	Artículo 22 inciso a), numeral IX de la Ley de Asistencia Privada del Estado de México.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo redes sociales.	
“Conferencias del Instituto Mexiquense de la Juventud”, vigencia permanente	Impartir conferencias, talleres y platicas en materia de salud preventiva y prevención de la violencia contra los jóvenes de 12 a 29 años; así como sensibilizar a los padres para apoyar a sus hijos en esta nueva forma de aprender de manera presencial y a distancia.		Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a promocionar la impartición de cursos relacionados con salud preventiva y enseñanza de herramientas que permitan prevenir la violencia contra los jóvenes, ya que estas actividades corresponden a la educación informal y contribuyen a prevenir enfermedades, embarazos no deseados y a combatir la violencia.	
“Conferencias virtuales de prevención de la violencia”, vigencia del 30 de mayo al 06 de junio de 2021	Concientizar a las juventudes sobre las conductas violentas, para que puedan reconocer los tipos y modalidades de violencia y tomar acciones de manera oportuna y prevenir delitos mayores; así como informar a los jóvenes que cuentan con refugios, brigadas de rescate, aplicación móvil y números especializados de denuncia para apoyarlos.	Ley de Juventud del Estado de México. Manual General de Organización del Instituto Mexiquense de la Juventud.	Procedente. La violencia tiene graves consecuencias inmediatas y a largo plazo para el desarrollo psicológico y social de las personas, las familias, las comunidades y los países, por lo que se debe evaluar este problema como una prioridad de salud pública y tomar medidas para prevenirlo y resolverlo. La difusión de la existencia de herramientas tecnológicas, refugios y brigadas de rescate, resulta en una campaña educativa para la población, que contribuye a intensificar la conciencia respecto de que la violencia es una cuestión pública y una violación a los derechos humanos que afecta a la sociedad general, además de constituirse como un medio para informar y educar a las víctimas de violencia acerca de su derecho a recibir apoyo y reparación, y la forma en que pueden hacer valer estos derechos. Por tanto, por lo que esta campaña	

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			debe ser considerada dentro de las excepciones previstas a la transmisión de propaganda gubernamental durante los periodos de campaña de los Procesos Electorales de las entidades federativas por encontrarse vinculada con los conceptos de educación y salud.	
“Conoce a la I.A.P. del #EdoMex”, vigencia del 01 de febrero al 31 de noviembre de 2021	Mencionar datos relevantes de Instituciones de Asistencia Privada y que realizan acciones asistenciales en beneficio de personas en situación de vulnerabilidad.	Artículo 22 inciso a), numeral IX de la Ley de Asistencia Privada del Estado de México.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo redes sociales.	
“Gira Fuerza Joven Virtual”, vigencia del 30 de mayo al 06 de junio de 2021	Brindar información a las juventudes mexiquenses sobre los programas, tramites y/o servicios que ofrecen las diversas dependencias gubernamentales, sociales e iniciativa privada para atender sus necesidades y demandas.	Ley de Juventud del Estado de México. Manual General de Organización del Instituto Mexiquense de la Juventud.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo redes sociales.	
“Premio Estatal de la Juventud 2021”, vigencia del 26 de marzo al 12 de agosto.	Invitar a los jóvenes mexiquenses a registrarse y participar en el certamen para que evalúen las solicitudes y se entreguen los premios el 12 de agosto.		Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo redes sociales.	

i. Secretaría General de Gobierno.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Incendios forestales, temporada de lluvias, actividad Popocatépetl, vientos fuertes, sismos, mochila de emergencia, simulacros, temporada invernal”, vigencia del 01 de enero al 06 de junio	Realizar publicaciones preventivas por diferentes fenómenos que puedan poner en riesgo la vida y el patrimonio de la población.		Procedente. Protección civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona la protección y la asistencia a los ciudadanos ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y el entorno en el que vive. En ese sentido, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino	INE/CG172/2018, INECG109/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud, esto es, el derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana.</p> <p>La acción en materia de prevención de desastres y emergencias por diversos fenómenos comprende el fomento de programas de orientación a la población. Lo anterior tiene una evidente finalidad de protección civil en caso de presentarse alguna situación de emergencia, por lo cual resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de protección civil y salud, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de emergencias.</p>	
“Mirada Joven”, vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Ofrecer a los adolescentes y jóvenes información que contribuya a la toma de decisiones libres, responsables e informadas para el ejercicio pleno de sus derechos sexuales y reproductivos.	Convenio UNFPA Manual General del Consejo Estatal de Población	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo redes sociales.	
“¡Yo decido!”, vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Permitir que las y los adolescentes accedan a información para conocer sus derechos sexuales y reproductivos, así como recomendaciones para evitar prácticas de riesgo y evitar embarazos e infecciones de transmisión sexual.	Manual General del Consejo Estatal de Población	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo redes sociales.	
“¡Yo exijo respeto!”, vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Informar a las mujeres víctimas de violencia de género que no están solas y que en el Estado de México cuentan con refugios, brigadas de rescate, aplicación móvil y números especializados de denuncia para apoyarlas	Manual General del Consejo Estatal de Población	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo redes sociales.	

j. Secretaría de la Contraloría.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Declaración de Modificación Patrimonial, actualización de Declaración de Intereses y Constancia de presentación de Declaración Fiscal”, vigencia, sin vigencia	Recordar a los sujetos obligados a presentar la Declaración de Modificación Patrimonial, Declaración de Intereses y constancia de Presentación de la Declaración Fiscal.	Artículos 3, 33, 34, 35, 38, 40, 44 y 45 de la Ley de Responsabilidades Administrativas del Estado de México y Municipios	Procedente. Esta campaña es acorde al concepto de educación, porque incentiva el cumplimiento de las obligaciones de los funcionarios públicos y con ello se contribuye a la transparencia y rendición de cuentas y se combate la corrupción. Además, la difusión de la referida campaña es importante y resulta necesaria para el Estado Mexicano, tomando en consideración que se trata de un esfuerzo de comunicación y no un programa de gobierno.	
“Difusión de la aplicación móvil del sistema de atención mexiquense “Denuncia Edomex”, vigencia del 01 de febrero al 31 de diciembre	Aportar una herramienta tecnológica de fácil acceso, en el que cualquier persona pueda presentar de manera sencilla una denuncia incluso de forma anónima.		Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo redes sociales y página web.	
“Difusión del sistema de atención mexiquense SAM”, vigencia del 01 de febrero al 31 de diciembre	Dar a conocer una herramienta tecnológica de fácil acceso, en el que cualquier persona pueda presentar de manera sencilla una denuncia incluso de forma anónima.		Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo redes sociales y página web.	
“Difusión del sistema de Registro Estatal de Inspectores”, vigencia del 01 de febrero al 31 de diciembre	Difundir a las personas físicas y jurídico-colectivas la utilidad del Registro Estatal de Inspectores, herramienta puesta a su disposición para abatir la corrupción a través de la consulta.		Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo redes sociales y página web.	

k. Secretaría de Cultura y Turismo.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Centro Cultural Mexiquense Bicentenario, Texcoco, “Festival de Arte Urbano”, con vigencia del 28 de mayo al 30 de mayo	Disminuir la desigualdad en materia de democracia cultural; recomponer el tejido social de los municipios del Estado y ofrecer	Manual General de Organización de la Secretaría de Cultura.	Procedente: El concepto de educación abarca, también, el acceso a la cultura y al disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado, quien tiene a su cargo promover los medios para la	INE/CG/120/2015, INE/CG264/2015 e INE/CG172/2018

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	espacios de expresión a la juventud; proponiendo el arte como medio para reafirmar su individualidad y encontrarse con las y los otros de forma pacífica y constructiva.		difusión y desarrollo de la cultura, atendiendo a la diversidad cultural en todas sus manifestaciones y expresiones con pleno respeto a la libertad creativa. Por tanto, como se ha referido en años anteriores este tipo de campañas deben ser consideradas como exceptuadas de la prohibición constitucional.	
Centro Cultural Mexiquense Bicentenario, Texcoco, "Festinarte, "La risa se viste de gala", con vigencia del 06 de abril al 10 de abril	Concientizar a las niñas y niños sobre la responsabilidad respecto a su entorno y la sociedad, mediante experiencias relacionadas con el arte y lenguajes estéticos desarrollados en el marco de la cultura de paz y los valores universales.	Manual General de Organización de la Secretaría de Cultura.	Procedente: El concepto de educación abarca, también, el acceso a la cultura y al disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado, quien tiene a su cargo promover los medios para la difusión y desarrollo de la cultura, atendiendo a la diversidad cultural en todas sus manifestaciones y expresiones con pleno respeto a la libertad creativa. Por tanto, como se ha referido en años anteriores este tipo de campañas deben ser consideradas como exceptuadas de la prohibición constitucional.	INE/CG/120/2015, INE/CG264/2015 e INE/CG172/2018
Centro Cultural Mexiquense Bicentenario, Texcoco, "Centro Cultural Mexiquense Bicentenario", con vigencia del 30 de abril al 06 de junio	Fomentar la cultura, mediante diversas actividades en la materia.	Manual General de Organización de la Secretaría de Cultura.	Procedente: El concepto de educación abarca, también, el acceso a la cultura y al disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado, quien tiene a su cargo promover los medios para la difusión y desarrollo de la cultura, atendiendo a la diversidad cultural en todas sus manifestaciones y expresiones con pleno respeto a la libertad creativa. Por tanto, como se ha referido en años anteriores este tipo de campañas deben ser consideradas como exceptuadas de la prohibición constitucional.	INE/CG/120/2015, INE/CG264/2015 e INE/CG172/2018
Centro Cultural Mexiquense Bicentenario, Texcoco; "Exposición Temporal "Pluralidad", con vigencia del 30 de abril al 06 de junio	Fomentar la cultura, mediante diversas actividades en la materia.	Manual General de Organización de la Secretaría de Cultura.	Procedente: Al igual que en la campaña anterior; el concepto de educación abarca, también, el acceso a la cultura y al disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado, quien tiene a su cargo promover los medios para la difusión y desarrollo de la cultura, atendiendo a la diversidad cultural	INE/CG/120/2015, INE/CG264/2015 e INE/CG172/2018

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>en todas sus manifestaciones y expresiones con pleno respeto a la libertad creativa.</p> <p>Por tanto, como se ha referido en años anteriores este tipo de campañas deben ser consideradas como exceptuadas de la prohibición constitucional.</p>	
<p>Consejo Editorial de la Administración Pública Estatal (CEAPE), "Publicación de presentaciones de libros del Fondo Editorial del Estado de México, Novedades Editoriales y acervo del CEAPE, Libros a fondo", con vigencia del 06 de abril al 01 de junio</p>	<p>Fomentar la educación, promoviendo la creación literaria, el fomento de la lectura y hacer que los libros sean un compañero en época de contingencia y en la vida diaria como una forma de vivir y descubrir el conocimiento que guardan.</p>	<p>Inciso VI y Artículo 13 inciso 22 del Acuerdo del Ejecutivo del Estado por el que se crea el Consejo Editorial de la Administración Pública Estatal.</p>	<p>Procedente: La difusión de este tipo de campañas permite dar a conocer los libros que publica la editorial y promueve entre la población el gusto por la literatura y escritura.</p> <p>Así, esta campaña puede ser considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.</p>	
<p>Consejo Editorial de la Administración Pública Estatal (CEAPE), "Publicación de la Convocatoria: Certamen Internacional de Literatura Laura Méndez de Cuenca", con vigencia del 16 de abril al 31 de octubre</p>	<p>Fomentar la educación mediante la difusión y motivación por la escritura.</p>	<p>Inciso VI y Artículo 13 inciso 22 del Acuerdo del Ejecutivo del Estado por el que se crea el Consejo Editorial de la Administración Pública Estatal.</p>	<p>Procedente: La difusión de este tipo de campañas permite a las promover entre la población el gusto por la literatura y escritura.</p> <p>Así, esta campaña puede ser considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.</p>	
<p>Consejo Editorial de la Administración Pública Estatal (CEAPE), "Publicación de la Convocatoria: Certamen Internacional de Literatura Infantil y Juvenil FOEM", con vigencia del 16 de abril al 31 de octubre</p>	<p>Fomentar la educación, mediante la creación literaria, el fomento de la lectura y promover el reconocimiento de los autores y sus obras.</p>	<p>Inciso VI y Artículo 13 inciso 22 del Acuerdo del Ejecutivo del Estado por el que se crea el Consejo Editorial de la Administración Pública Estatal.</p>	<p>Procedente: La difusión de este tipo de campañas permite a las promover entre la población el gusto por la literatura y escritura.</p> <p>Así, esta campaña puede ser considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.</p>	
<p>Cineteca Mexiquense, "Campaña permanente de difusión de cartelera", con vigencia del 27 de abril al 06 de junio</p>	<p>Promover y difundir las más destacadas obras de la cinematografía estatal, nacional e internacional tanto tradicionales como contemporáneas, con el propósito de desarrollar</p>	<p>Manual General de Organización de la Secretaría de Cultura.</p>	<p>Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña</p>	<p>CG75-2012, CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG245/2019 e</p>

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	en el individuo la capacidad para apreciar la expresión artística transmitida mediante el séptimo arte.		ya que está relacionada con la difusión de actividades y servicios en materia artística y cultural con el fin de promover en la población dichos eventos.	INE/CG109/2021
Cineteca Mexiquense, "Cápsulas de recomendación (una por semana)", con vigencia del 01 de abril al 30 de junio	Promover y difundir las más destacadas obras, directores/as y eventos de la cinematografía estatal, nacional e internacional, con el propósito de desarrollar en el individuo la capacidad para apreciar la expresión artística transmitida mediante el séptimo arte	Manual General de Organización de la Secretaría de Cultura.	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña ya que está relacionada con la difusión de actividades y servicios en materia artística y cultural con el fin de promover en la población dichos eventos.	CG75-2012, CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG245/2019 e INE/CG109/2021
Cineteca Mexiquense, "Cine musicalizado en vivo", con vigencia del 01 de abril al 30 de junio	Promover y difundir actividades complementarias que enriquecen la experiencia de consumir las más destacadas obras de la cinematografía estatal, nacional e internacional, tanto tradicionales como contemporáneas, con el propósito de ampliar la oferta cinematográfica de la Cineteca Mexiquense.	Manual General de Organización de la Secretaría de Cultura.	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña ya que está relacionada con la difusión de actividades y servicios en materia artística y cultural con el fin de promover en la población dichos eventos.	CG75-2012, CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG245/2019 e INE/CG109/2021
Cineteca Mexiquense, "Conversatorio con un cineasta mexicano", con vigencia del 01 de abril al 30 de junio	Promover la organización de eventos educativos-culturales como mecanismos que promueven la cultura cinematográfica estatal, nacional e internacional, tanto tradicionales como contemporáneas.	Manual General de Organización de la Secretaría de Cultura.	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña ya que está relacionada con la difusión de actividades y servicios en materia artística y cultural con el fin de promover en la población dichos eventos.	CG75-2012, CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG245/2019 e INE/CG109/2021
Cineteca Mexiquense, "Taller con temática cinematográfica", con vigencia del 01 de abril al 30 de junio	Promover la organización de eventos educativos-culturales como mecanismos que suman a las acciones encaminadas a	Manual General de Organización de la Secretaría de Cultura.	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra	CG75-2012, CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018,

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	enriquecer la creación, el consumo y la cultura cinematográfica estatal, nacional e internacional, tanto tradicionales como contemporáneas.		cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña ya que está relacionada con la difusión de actividades y servicios en materia artística y cultural con el fin de promover en la población dichos eventos.	INE/CG119/2019, INE/CG245/2019 e INE/CG109/2021
Conservatorio de Música del Estado de México, "Clases maestras del 3 de mayo al 4 de junio", con vigencia del 03 de mayo al 04 de junio	Promover las actividades que se realizan en el COMEM, tanto lo que llevan a cabo los alumnos y profesores como lo que recibe la comunidad estudiantil para su desarrollo profesional, con el propósito de ampliar la difusión de la música clásica y del jazz en la población en general.	Manual General de Organización de la Secretaría de Cultura.	Improcedente: Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
Conservatorio de Música del Estado de México, "Conversatorios de la serie #COMEMtando entre música y artes de #CulturaYDeporteEnUnClick 3.0, que se publican los días lunes 3, 10, 17, 24 y 31 de mayo", con vigencia del 03 al 31 de mayo	Promover las actividades realizadas en el COMEM, tanto lo que llevan a cabo los alumnos y profesores como lo que recibe la comunidad estudiantil para su desarrollo profesional, con el propósito de ampliar la difusión de la música clásica y del jazz en la población en general.	Manual General de Organización de la Secretaría de Cultura.	Procedente: El concepto de educación abarca, también, el acceso a la cultura y al disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado, quien tiene a su cargo promover los medios para la difusión y desarrollo de la cultura, atendiendo a la diversidad cultural en todas sus manifestaciones y expresiones con pleno respeto a la libertad creativa. Por tanto, como se ha referido en años anteriores este tipo de campañas deben ser consideradas como exceptuadas de la prohibición constitucional.	INE/CG/120/2015, INE/CG264/2015 e INE/CG172/2018
Conservatorio de Música del Estado de México, "Conciertos presenciales (según lo permita el semáforo epidemiológico) sábados 8, 15, 22 y 29 de mayo; y el 5 de junio", con vigencia del 30 de abril al 05 de junio	Promover las actividades realizadas en el COMEM, tanto lo que llevan a cabo los alumnos y profesores como lo que recibe la comunidad estudiantil para su desarrollo profesional, con el propósito de ampliar la difusión de la música clásica y del jazz en la población en general.	Manual General de Organización de la Secretaría de Cultura.	Improcedente: Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
Conservatorio de Música del Estado de México, "Segundo	Promover las actividades realizadas en el	Manual General de Organización de la	Improcedente: Según lo dispuesto en el formulario la difusión no	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
<p>concurso “LASZLO FRATER” COMEM 2021, del 01 al 04 de junio”, con vigencia del 01 de junio al 04 de junio</p>	<p>COMEM, tanto lo que llevan a cabo los alumnos y profesores como lo que recibe la comunidad estudiantil para su desarrollo profesional, con el propósito de ampliar la difusión de la música clásica y del jazz en la población en general.</p>	<p>Secretaría de Cultura.</p>	<p>implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.</p>	
<p>Conservatorio de Música del Estado de México, “Semana cultural en el marco del día internacional del niño y de la niña 30 de abril”, con vigencia únicamente el día 30 de abril</p>	<p>Promover las actividades realizadas en el COMEM, tanto lo que llevan a cabo los alumnos y profesores como lo que recibe la comunidad estudiantil para su desarrollo profesional, con el propósito de ampliar la difusión de la música clásica y del jazz en la población en general.</p>	<p>Manual General de Organización de la Secretaría de Cultura.</p>	<p>Improcedente: Al igual que la campaña anterior, la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.</p>	
<p>Conservatorio de Música del Estado de México, “Semana musical del jazz del 17 al 21 de mayo”, con vigencia del 17 de mayo al 21 de mayo</p>	<p>Promover las actividades realizadas en el COMEM, tanto lo que llevan a cabo los alumnos y profesores como lo que recibe la comunidad estudiantil para su desarrollo profesional, con el propósito de ampliar la difusión de la música clásica y del jazz en la población en general.</p>	<p>Manual General de Organización de la Secretaría de Cultura.</p>	<p>Improcedente: Al igual que la campaña anterior, la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.</p>	
<p>Dirección General de Cultura Física y Deporte, “Campamento de preparación rumbo a Tokio”, con vigencia del 06 de mayo al 09 de mayo</p>	<p>Dar a conocer a las y los deportistas mexiquenses preclasificados a Tokio y motivar a la población con discapacidad a practicar algún deporte adaptado.</p>	<p>Manual General de Organización de la Secretaría de Cultura.</p>	<p>Improcedente: Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino en redes sociales y medios impresos.</p>	
<p>Dirección General de Cultura Física y Deporte, “Copas EDOMÉX edición 2020”, con vigencia del 15 de marzo al 26 de junio</p>	<p>Fomento al deporte mediante competencias en diversos deportes, logrando con ello el mejoramiento de la calidad de vida de los jóvenes mexiquenses y</p>	<p>Manual General de Organización de la Secretaría de Cultura.</p>	<p>Procedente: La actividad física y el deporte son considerados como elementos de la educación para formar en las personas la cultura de ejercitar su cuerpo y su mente integralmente, adicionalmente el deporte debe verse como un reto</p>	<p>INE/CG78/2016, INE/CG172/2018</p>

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	la participación de deportistas mexiquenses de todas las regiones.		que tiene como finalidad generalizar la práctica de la actividad física entre niñas, niños, jóvenes, y población en general, ya que es una herramienta fundamental para el combate de enfermedades relacionadas con la falta de actividad física y la disminución de la violencia. Además, es el semillero de nuevos talentos para nuestro país. Dicho lo anterior, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los Procesos Electorales, por su vinculación directa con los conceptos de educación y salud a que se hacen referencia en el presente instrumento.	
Dirección General de Cultura Física y Deporte, "Rodada ciclista Edomex", con vigencia del 12 de abril al 30 de abril	Fomentar hábitos de vida saludable a través del deporte en la sociedad mexiquense.	Manual General de Organización de la Secretaría de Cultura.	Procedente: Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a la población con el propósito de motivar a llevar una vida saludable a través del deporte. Por lo que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los Procesos Electorales.	
Dirección General de Cultura Física y Deporte, "Semana nacional de la cultura física y el deporte", con vigencia del 01 de abril al 07 de abril (fechas tentativas por confirmar CONADE)	Promover, fomentar y estimular la cultura física a través de actividades deportivas y recreativas para la población, así como elevar el nivel de vida social y cultural de las personas para preservar la salud física y mental.	Manual General de Organización de la Secretaría de Cultura.	Procedente: La actividad física y el deporte son considerados como elementos de la educación para formar en las personas la cultura de ejercitar su cuerpo y su mente integralmente, adicionalmente el deporte debe verse como un reto que tiene como finalidad generalizar la práctica de la actividad física entre niñas, niños, jóvenes, y población en general, ya que es una herramienta fundamental para el combate de enfermedades relacionadas con la falta de actividad física y la disminución de la violencia. Dicho lo anterior, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda	INE/CG78/2016, INE/CG172/2018

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			gubernamental durante los Procesos Electorales, por su vinculación directa con los conceptos de educación y salud a que se hacen referencia en el presente instrumento.	
Dirección General de la Orquesta Sinfónica del Estado de México, "Temporada 1. Coro de la OSEM", con vigencia del 28 de enero al 17 de julio	Fomento a la cultura, a través de la música con 10 programas de música coral	Manual General de Organización de la Secretaría de Cultura.	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura. En ese sentido, la campaña tiene como objetivo difundir las actividades y expresiones artísticas para que la población las conozca y asista, fortaleciendo la cultura y el acceso a esta, por lo que tiene un vínculo directo con la educación.	
Dirección General de la Orquesta Sinfónica del Estado de México, "Temporada 7. Orquesta filarmónica mexiquense", con vigencia del 01 de marzo al 02 de agosto	Fomento de la cultura, a través de la música con 11 programas de música clásica.	Manual General de Organización de la Secretaría de Cultura.	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura. En ese sentido, al igual que la campaña anterior, tiene como objetivo difundir las actividades y expresiones artísticas para que la población las conozca y asista, fortaleciendo la cultura y el acceso a esta, por lo que tiene un vínculo directo con la educación.	
Dirección General de la Orquesta Sinfónica del Estado de México, "Temporada 144. Orquesta filarmónica del estado de México", con vigencia del 01 de marzo la 26 de junio	Fomento de la cultura, a través de la música con 14 programas, que se llevaran a cabo dos veces por semana	Manual General de Organización de la Secretaría de Cultura.	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura. En ese sentido, al igual que la campaña anterior, tiene como objetivo difundir las actividades y expresiones artísticas para que la población las conozca y asista, fortaleciendo la cultura y el acceso a esta, por lo que tiene un vínculo directo con la educación.	
Dirección General de	Fomento de la	Gaceta del Gobierno	Procedente: La Constitución	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Patrimonio y Servicios Culturales, "Convocatoria Castálida literatura expresión visual", con vigencia del 02 de mayo al 05 de junio	educación, informando sobre la convocatoria y dictaminación para propuestas a publicar en la revista semestral. Lo anterior con el propósito de fomentar las distintas expresiones en el ámbito literario, la expresión visual, así como el hábito de la lectura.	del Estado de México publicada el 26 de mayo del 2015.	concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas que tienen como finalidad fomentar el desarrollo educativo de las personas mediante las distintas expresiones en el ámbito literario. En ese sentido, es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con el concepto de educación.	
Dirección General de Patrimonio y Servicios Culturales, "Día internacional de los museos 2021", con vigencia del 17 al 21 de mayo	Fomentar la promoción y difusión del patrimonio cultural y artístico a través de dar a conocer los 30 espacios museísticos	Manual General de Organización de la Secretaría de Cultura.	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña ya que está relacionada con la difusión de los espacios en materia artística y cultural con el fin de promover en la población un acercamiento a dichos espacios que guardan una función educadora y de divulgación cultural.	
Dirección General de Patrimonio y Servicios Culturales, "Conferencia-Escuela del Rebozo Tenancingo", con vigencia únicamente el día 04 al 05 mayo	Preservar las raíces y fortalecer el arte textil del Estado de México, principalmente del municipio de Tenancingo. Documentar la información histórica sobre el rebozo del mencionado municipio e identificar a los productores de rebozos que participan.	Manual General de Organización de la Secretaría de Cultura.	Procedente: Sobre el particular, es importante recordar que el concepto de educación abarca, entre otros aspectos, la promoción del arte y la cultura como elementos que enriquecen la formación de las personas, ya que como se aprecia de la información remitida, la campaña busca promover el impacto cultural, turístico, artesanal e histórico, que ha generado la Escuela del Rebozo de Tenancingo como los artesanos que en ella participan, preservando las tradiciones. Dicho lo anterior, la referida campaña debe exceptuarse de la prohibición de difundir propaganda gubernamental por encontrarse	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
<p>Dirección General de Patrimonio y Servicios Culturales, "Humo Copal-Exposición en el Museo Arqueológico del Estado de México Román Piña Chan", con vigencia del 21 de marzo al 28 de julio</p>	<p>Preservar y fomentar las tradiciones.</p>	<p>Manual General de Organización de la Secretaría de Cultura.</p>	<p>vinculada al concepto de educación.</p> <p>Procedente: Sobre el particular, es importante recordar que el concepto de educación abarca, entre otros aspectos, la promoción de la cultura y las tradiciones como elementos que enriquecen la formación de las personas, ya que como se aprecia de la información remitida, la campaña busca promover el impacto cultural, turístico, artesanal e histórico, que ha generado la Escuela del Rebozo de Tenancingo como los artesanos que en ella participan, preservando las tradiciones.</p> <p>Dicho lo anterior, la referida campaña debe exceptuarse de la prohibición de difundir propaganda gubernamental por encontrarse vinculada al concepto de educación.</p>	
<p>Dirección General de Patrimonio y Servicios Culturales, "Visita guiada Museo Hacienda la Pila- Día Internacional de los Museos", con vigencia únicamente el día 18 de mayo</p>	<p>Concientizar a la población sobre el hecho de que los museos son un importante medio para el intercambio cultural y el enriquecimiento de las culturas.</p>	<p>Manual General de Organización de la Secretaría de Cultura.</p>	<p>Improcedente. El formulario no está debidamente fundado y motivado, ya que no es posible desprender con claridad si la solicitud se refiere a una campaña cuyo contenido sea concientizar sobre el hecho de que los museos son un importante medio para el intercambio cultural, si se trata de una invitación para presenciar una visita guiada al museo Hacienda la Pila, o bien, si se trata de la transmisión de la visita guiada en sí.</p> <p>Lo anterior, ya que lo argumentado en el formulario pareciera el contenido de una campaña, sin embargo, su vigencia es solo un día, lo que hace incongruente lo ahí plasmado.</p> <p>Además, resulta importante destacar que en caso de que se trate de la invitación a un evento o la realización del evento en sí, no constituiría propaganda gubernamental debido a que no se trata de información publicada que haga del conocimiento general</p>	<p>INE/CG119/2019</p>

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>logros de gobierno, avances, acciones, programas o cualquier desarrollo económico, social, cultural o político, o bien, beneficios y compromisos cumplidos por parte del Ayuntamiento.</p> <p>En ese sentido, de acuerdo a lo establecido por la Sala Superior⁶⁶, este Consejo General estima que la colocación de lonas, pendones o gallardetes, u otro tipo de propaganda, en época electoral, con motivo de la invitación a festejar un día cultural, no infringe la prohibición de difundir propaganda gubernamental, durante una campaña electoral, aun cuando no esté en los supuestos de excepción expresamente señalados por el referido precepto constitucional, siempre que no difunda programas, acciones, obras o logros de gobierno, que tengan como finalidad apoyar o atacar algún candidato o partido político específico o que se promocióne a un servidor público, ni contenga expresiones, logotipos, emblemas, lemas que promociónen a algún partido político, coalición o candidato, porque no se trata de propaganda que contenga expresiones de naturaleza político-electoral ni gubernamental, sino de una invitación para la celebración de un acto de carácter cultural.</p> <p>Entendiendo cultural como aquella información relativas a promover y difundir las tradiciones de los pueblos originarios que es el contenido de lo que se expone en el mencionado museo.</p>	
Dirección General de Patrimonio y Servicios Culturales, "Exposición Lola Benton - Valle de Bravo",	Fomentar la promoción y difusión del patrimonio cultural y artístico a través de la exposición	Manual General de Organización de la Secretaría de Cultura.	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma	

⁶⁶ En la 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.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
con vigencia del 01 de abril al 31 de octubre	de la obra de Lola Benton		debe atender la continuidad y acrecentamiento de la cultura regional, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña ya que está relacionada con la promoción y difusión del patrimonio cultural y artístico, como parte del desarrollo del individuo fomentando la participación en actividades culturales.	
Dirección General de Patrimonio y Servicios Culturales, "Otrredades, última versión", con vigencia del 13 de marzo al 15 de agosto	Fomentar la promoción y difusión del patrimonio cultural y artístico a través de la exposición colectiva de los artistas mexicanos más relevantes a nivel nacional en el género del retrato.	Manual General de Organización de la Secretaría de Cultura.	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de la cultura regional, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña ya que está relacionada con la promoción y difusión del patrimonio cultural y artístico, como parte del desarrollo del individuo fomentando la participación en actividades culturales.	
Dirección General de Patrimonio y Servicios Culturales, "Museo Hacienda De La Pila-Pieza del mes", con vigencia únicamente el día 01 de junio	Difundir y profundizar en el conocimiento de las colecciones, a través de una selección de piezas y obras escogidas por su interés, representatividad o por encontrarse inscritas en un proceso de investigación.	Manual General de Organización de la Secretaría de Cultura.	Improcedente: Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino a través de una campaña digital.	
Dirección General de Patrimonio y Servicios Culturales, "La quietud de lo efímero- a cargo de la artista Larissa Barrera", con vigencia del 01 de abril al 01 de agosto	Fomentar la promoción y difusión del patrimonio cultural y artístico a través de una exposición de diferentes paisajes del Estado de México y Oaxaca.	Manual General de Organización de la Secretaría de Cultura.	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de la cultura regional, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña ya que está relacionada con la promoción y difusión del patrimonio cultural y artístico, como parte del desarrollo del individuo fomentando la participación en actividades culturales.	
Dirección General de Patrimonio y Servicios Culturales, "Exposición sutilezas del lenguaje", con	Fomentar la promoción y difusión del patrimonio cultural y artístico, a través de la exposición	Manual General de Organización de la Secretaría de Cultura.	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
vigencia del 15 de diciembre de 2020 al 01 de junio	de la obra de Rafael Cauduro		debe atender la continuidad y acrecentamiento de la cultura regional, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña ya que está relacionada con la promoción y difusión del patrimonio cultural y artístico, como parte del desarrollo del individuo fomentando la participación en actividades culturales.	
Unidad de Género y Erradicación de la Violencia, "Valores con perspectiva de género", con vigencia únicamente el día 25 de mayo	Concientizar y sensibilizar sobre la perspectiva de género, para contribuir de manera gradual en el cambio social e institucional que se desea en igualdad.	Manual General de Organización de la Secretaría de Cultura.	Improcedente: Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
Instituto de Investigación y Fomento de las Artesanías del Estado de México, "Cursos y capacitaciones", con vigencia del 01 de abril al 07 de junio	Capacitar a las y los artesanos, ya que son un sector muy importante en la cadena de valor económico.	Artículo 126 de la Ley de Turismo Sostenible y Desarrollo Artesanal del Estado de México.	Procedente: La Constitución establece en el artículo 123 el derecho de toda persona al trabajo digno y socialmente útil. En ese sentido, esta campaña tiene el objetivo primordial de capacitar a artesanos con el fin de que puedan emprender y expandir su mercado y mejorar su forma de trabajo, generando con ello a su vez un crecimiento económico en la región, por lo que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales.	
Instituto de Investigación y Fomento de las Artesanías del Estado de México, "Innovación casos de éxito", con vigencia del 01 de abril al 07 de junio	Difundir las historias de vida de las y los artesanos que han tenido éxito al innovar, como base para que las demás artesanas y artesanos se incorporen a trabajar bajo las nuevas exigencias que tiene la sociedad.	Artículo 124 de la Ley de Turismo Sostenible y Desarrollo Artesanal del Estado de México.	Improcedente: De conformidad con lo establecido en el formulario y en el mencionado artículo 124, la difusión no implica radio y televisión, sino material publicitario impreso, plataformas digitales y redes sociales.	
Instituto de Investigación y Fomento de las Artesanías del Estado de México, "No al regateo", con vigencia del 01 de abril al 31 de diciembre	Ayudar a las y los artesanos para que sus clientes, ya sean de menudeo o mayoreo, no soliciten descuentos o rebajas.	Artículo 132 de la Ley de Turismo Sostenible y Desarrollo Artesanal del Estado de México.	Improcedente: De conformidad con lo establecido en el formulario, la difusión no implica radio y televisión, sino la página oficial del instituto, redes sociales y medios impresos.	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Instituto de Investigación y Fomento de las Artesanías del Estado de México, "Ventas por WhatsApp y hecho en Edomex", con vigencia del 01 de abril al 07 de junio	Difundir, comunicar e impulsar las ventas de artesanías mexiquenses.	Artículo 124 de la Ley de Turismo Sostenible y Desarrollo Artesanal del Estado de México.	Improcedente: De conformidad con lo establecido en el formulario y en el mencionado artículo 124, la difusión no implica radio y televisión, sino material publicitario impreso, plataformas digitales y redes sociales.	
Instituto de Investigación y Fomento de las Artesanías del Estado de México, "Ventas de temporada", con vigencia del 01 de abril al 07 de junio	Apoyar, fomenta e innovar la manera en que se venden las artesanías mexiquenses.	Artículo 124 de la Ley de Turismo Sostenible y Desarrollo Artesanal del Estado de México.	Improcedente: De conformidad con lo establecido en el formulario y en el mencionado artículo 124, la difusión no implica radio y televisión, sino material publicitario impreso, plataformas digitales y redes sociales.	
Coordinación de Estudios y Proyectos Especiales, "Cultura, Deporte y Turismo en un click 3.0", con vigencia del 30 de abril al 06 de junio	Ofrecer una programación, cultural, deportiva y turística para que el público cibernauta disfrute desde su hogar, de manera gratuita y de gran calidad.	Manual General de Organización de la Secretaría de Cultura.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura. En razón de lo anterior, las acciones de esta campaña son atinentes con la idea de formar integralmente al ser humano, pues conciben la educación mediante el acrecentamiento de la cultura del deporte y la salud. Asimismo, incluyen el tema turístico como una oportunidad de convertir al territorio estatal en un destino turístico por excelencia. Por lo que se considera pertinente su excepción ya que está relacionada con la difusión de programas en materia deportiva, cultural y turística.	

I. Secretaría de Desarrollo Económico.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Instituto Mexiquense del Emprendedor, "#Lunesemprendedor", con vigencia del 04 de enero al 06 de diciembre	Fortalecer las habilidades empresariales de las y los emprendedores de la entidad para potenciar su idea de negocio. Serie de videoconferencias en línea para fortalecer las habilidades empresariales	Artículo 26 de la Ley General de Comunicación.	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a informar e incentivar a la población para que, a través de	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	de las y los emprendedores de la entidad, con la finalidad de impulsar ideas de negocio, con temas como: Recursos humanos, digitalización, redes sociales, ventas en línea, administración, mercadotecnia, registro de marca, entre otras.		capacitaciones, desarrollen un perfil emprendedor que les permita desarrollarse y crecer permitiéndoles potenciar ideas de negocio. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	
Instituto Mexiquense del Emprendedor, "Jornadas de digitalización para MIPYMES", con vigencia del 01 al 30 de junio de 2021	Jornadas de capacitación para abordar las necesidades identificadas (construir presencia en línea, vender en línea y atención a clientes) Incrementar la productividad y competitividad de las MIPYMES a través de la implementación de tecnologías que les permitan darse a conocer en canales digitales, vender sus productos y servicios en línea, recopilar y analizar información digital de sus clientes, y organizar mejor a sus equipos de trabajo en remoto.	Artículo 26 de la Ley General de Comunicación.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a promocionar la impartición de cursos y enseñanza de herramientas digitales que les permitan a las pequeñas y medianas empresas subsistir en estos tiempos de crisis, ya que estas actividades corresponden a la educación informal y contribuyen a combatir el desempleo o mejorar la economía municipal, máxime cuando se han visto tan dañadas como resultado de la pandemia por COVID-19	INE/CG109/2021
Instituto Mexiquense del Emprendedor, "Emprendiendo con el IME", con vigencia del 11 de enero al 17 de diciembre	Es un programa dirigido a los expertos en alguna materia, que se quieren sumar a la comunidad de ponentes, asesores, consultores y aliados estratégicos del IME, con el objetivo de acercar las mejores herramientas empresariales a las y los emprendedores y microempresarios de la entidad. Crear alianzas estratégicas con los expertos, que coadyuvarán con las estrategias del Instituto Mexiquense del Emprendedor en este 2021.	Artículo 26 de la Ley General de Comunicación.	Improcedente. Si bien se trata de una campaña que promueve a los expertos en alguna materia a convertirse en ponentes, asesores, consultores y aliados para acercar mejores herramientas empresariales, lo cierto es que no cumple con los criterios de generalidad ni necesidad, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, al estar dirigidos a expertos en temáticas de emprendimiento y empresariales; ni se explica por qué es	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			necesaria su difusión durante la campaña, reflexión o Jornada Electoral.	
Instituto Mexiquense del Emprendedor, "Emprendimiento Familiar", con vigencia del 01 al 26 de mayo	Incrementar la productividad y competitividad de los negocios de las familias mexiquenses a través de herramientas digitales que les permitan darse a conocer en canales digitales, vender sus productos y servicios en línea, recopilar y analizar información digital de sus clientes, y organizar mejor a sus equipos de trabajo en remoto.	Artículo 26 de la Ley General de Comunicación.	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a promover jornadas de capacitación que fortalezcan, impulsen y ayuden a profesionalizar a los negocios de las familias mexiquenses. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	
Instituto Mexiquense del Emprendedor, "#miércolesempresarial", con vigencia del 06 de enero al 08 de diciembre	Fortalecer las habilidades empresariales de las y los microempresarios de la entidad para potenciar su negocio.	Artículo 26 de la Ley General de Comunicación.	Improcedente: La difusión de esta campaña no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso, ya que en el formulario se desprende que la población objetivo son los microempresarios.	
Dirección General de Comercio, "Certificado de empresa mexiquense", con vigencia del 30 de abril al 06 de junio	Promover el trámite del Certificado de Empresa Mexiquense entre empresarios del Estado de México.	Manual General de Organización de la Secretaría de Desarrollo Económico.	Improcedente: La difusión de esta campaña no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso.	
Dirección General de Comercio, "Asesoría comercial y desarrollo del producto", con vigencia del 30 de abril al 06 de junio	Brindar asesoría comercial y vinculación empresarial a micro y pequeñas empresas de la entidad, para desarrollar las capacidades que les permitan integrarse a la cadena de suministro del comercio como proveedores de las mismas.	Manual General de Organización de la Secretaría de Desarrollo Económico.	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a promover jornadas de capacitación y asesoría que fortalezcan, para desarrollar las capacidades de las MIPYMES. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	INE/CG109/2021
Dirección General de Comercio, "#ConsumoSeguroEdomex", con vigencia del 30 de abril al 06 de junio	Otorgar insumos y materiales sanitarios en apoyo a la operación de MIPYMES, dependiendo del semáforo epidemiológico, respetando los protocolos establecidos en la presente campaña, obteniendo diversos beneficios.	Manual General de Organización de la Secretaría de Desarrollo Económico.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de otorgar insumos y materiales sanitarios como consecuencia de la pandemia por COVID-19, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ⁶⁷ .	

⁶⁷ Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los **programas sociales** durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Dirección General de Comercio, "Curso de apoyo al comercio tradicional", con vigencia del 30 de abril al 06 de junio	Brindar cursos de capacitación a distancia dirigidos al sector comercio y servicios locales, tradicionales y MIPYMES, con el fin de mejorar sus métodos de organizar, operar y administrar adecuadamente su negocio, a fin de promover la modernización y la competitividad del sector comercial de la entidad.	Manual General de Organización de la Secretaría de Desarrollo Económico.	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas a difundir cursos de capacitación con reconocimiento oficial, con el fin de apoyar el desarrollo de comercios tradicionales entre otros. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	
Dirección General de Comercio, "#YoConsumoLocal", con vigencia del 30 de abril al 06 de junio	Dar a conocer a productores, comerciantes y prestadores de servicios, la aplicación gratuita para WhatsApp "YoConsumoLocal", desarrollada por el Gobierno del Estado de México, la cual permitirá promocionar y difundir sus artículos y productos, para impulsar las ventas y llegar a más clientes.	Manual General de Organización de la Secretaría de Desarrollo Económico.	Procedente. La difusión de este tipo de herramientas tecnológicas permite dar a conocer al sector mencionado en la campaña sobre las innovaciones que les permitirán actualizarse e incrementar su actividad económica. Así, esta campaña puede ser considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	

m. Secretaría de Finanzas.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Consejo Mexiquense de Ciencia y Tecnología, COMECYT, "Difusión de la ciencia y tecnología en redes sociales", con vigencia del 30 de abril al 06 de junio	Crear una cultura científica en la población del Estado de México para el mejoramiento de los niveles socioeconómicos y cultural.	Artículo 209 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.	Improcedente: Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	

los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Consejo Mexiquense de Ciencia y Tecnología, COMECYT, "Difusión de las Convocatorias abiertas del COMECYT para el impulso de proyectos de investigación científica y desarrollo tecnológico entre estudiantes e investigadores", con vigencia del 01 de marzo al 29 de octubre	Contribuir al incremento de la participación de investigadores, estudiantes, Instituciones de Educación Superior, Centros de Investigación del Estado de México, en eventos nacionales o internacionales con temas de ciencia, tecnología e innovación.	Artículo 209 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.	Improcedente: Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
Instituto de Seguridad Social del Estado de México, "Prevención de enfermedades y promoción de la salud", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Difundir información y acciones de educación para la salud, para fortalecer la prevención de enfermedades y promoción de la salud, dirigidos a la población derechohabiente del ISSEMyM.	Artículo 71 del Código Electoral del Estado de México.	Procedente: El derecho a la protección de la salud, del que todo mexicano goza, debe ser razonado en los términos expresados en el considerando 16 del presente instrumento, esto es, el Instituto de Seguridad Social del Estado de México es claramente una autoridad cuyo propósito de creación es realizar toda acción encaminada a proteger, promover y realizar actividades relacionadas con la protección del derecho de gozar de buena salud y el concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, ya que necesariamente abarca, entre otros aspectos, la vacunación, planificación y control de los servicios de atención médica, salud pública y la asistencia social.	
Instituto de Seguridad Social del Estado de México, "Trámites y Servicios", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Orientar a los derechohabientes sobre trámites y servicios que presta la institución a fin de que los usuarios puedan acceder con facilidad a los servicios de salud y prestaciones a las que tiene derecho la población afiliada al ISSEMyM.	Artículo 71 del Código Electoral del Estado de México.	Procedente: El derecho a la protección de la salud, del que todo mexicano goza, debe ser razonado en los términos expresados en el considerando 16 del presente instrumento, esto es, el Instituto de Seguridad Social del Estado de México es claramente una autoridad cuyo propósito de creación es realizar toda acción encaminada a proteger, promover y realizar actividades relacionadas con la protección del derecho de gozar de buena salud y el	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, ya que necesariamente abarca, entre otros aspectos, la vacunación, planificación y control de los servicios de atención médica, salud pública y la asistencia social.	
Instituto Hacendario del Estado de México, "Reconocimiento al esfuerzo hacendario "José María Morelos y Pavón 2021", con vigencia del 04 de mayo al 07 de septiembre	Incentiva a los municipios a participar en la convocatoria para así continuar trabajando en la mejora continua de la hacienda pública en sus diferentes áreas, la campaña propiciará llegar a los servidores públicos de manera exitosa.		Improcedente: Esta campaña no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en los supuestos de excepción que marca la Constitución, que son en materia educativa, de salud, o bien en materia de protección civil de y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso.	
Instituto Hacendario del Estado de México, "Difusión y Promoción de la maestría en Hacienda Pública", con vigencia del 01 de abril al 20 de mayo	Dar a conocer el posgrado con validez oficial, impartido por el CEHEM a través del IHAEM, con el fin de profesionalizar a los servidores públicos para incrementar la rentabilidad de los organismos públicos, así como fortalecer las aptitudes laborales de los servidores públicos para fomentar el correcto manejo de la administración.	Artículo 42 de la Ley de Responsabilidades de los Servidores Públicos del Estado y Municipios.	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas que tienen como finalidad dar a conocer diversas ofertas educativas en todos los niveles, en este caso, respecto al nivel de posgrado, permitiendo la actualización de conocimientos a través de la oferta de maestrías para que los interesados incrementen su formación y profesionalización para el desarrollo de habilidades laborales.	
Instituto Hacendario del Estado de México, "CV Sesión Ordinaria del Consejo Directivo del Instituto Hacendario del Estado de México, en su modalidad de Comisión Permanente", con vigencia del 19 de	Convocar a los integrantes del Consejo Directivo como órgano máximo del Instituto Hacendario del Estado de México, cuya principal atribución es la de proponer medidas para mejorar y actualizar el Sistema de Coordinación Hacendaria del Estado	Artículos 248, 249, 250 y 251 del Código Financiero del Estado de México y sus Municipios y 11, 12, 13, 15, 17, 19 y 20 del Reglamento Interno del Instituto Hacendario del Estado de México.	Improcedente. De acuerdo con lo establecido en el formulario la solicitud no se refiere a una campaña gubernamental sino a la convocatoria a la CV Sesión Ordinaria del Consejo Directivo del Instituto Hacendario del Estado de México, en su modalidad de Comisión Permanente, realizada de manera bimestral, cuestión que no es materia del presente instrumento.	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
mayo al 27 de mayo	de México con sus municipios.			
Instituto Hacendario del Estado de México, "Difusión de Diplomados 2021 y 7 Cursos", con vigencia permanente	Profesionalización constante de los servidores públicos municipales.	Artículos 26, fracciones I, II, V y VI y 35 del Reglamento Interno del Instituto Hacendario del Estado de México.	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas que tienen como finalidad dar a conocer diversas ofertas educativas en todos los niveles, en este caso, sobre la oferta de diplomados y cursos, con el fin de permitir la actualización de conocimientos, para que los interesados incrementen su formación y profesionalización.	
Instituto Hacendario del Estado de México, "Certifica tus competencias", con vigencia del 26 de enero al 30 de junio	Evaluar la competencia laboral de los titulares de las áreas clave de las administraciones municipales.	Artículos 26, fracciones I, II, V y VI y 35 del Reglamento Interno del Instituto Hacendario del Estado de México.	Improcedente: El formulario no está debidamente motivado, ya que no se establece, las razones que motivan la excepción y los argumentos para difundirlo durante el Proceso Electoral, por lo que no se cumple con el criterio de necesidad; además, a juicio de este Consejo General la solicitud no se refiere a propaganda gubernamental sino al ejercicio de un programa de evaluación de competencias de los funcionarios públicos.	
Instituto Hacendario del Estado de México, "Costos del Proceso de Evaluación", con vigencia del 26 de enero al 30 de junio	Dar a conocer los costos de los procesos de evaluación respecto a la Certificación de Competencia Laboral.	Artículos 26, fracciones I, II, V y VI y 35 del Reglamento Interno del Instituto Hacendario del Estado de México.	Improcedente: Al igual que la campaña anterior, el formulario no está debidamente motivado, ya que no se establece, las razones que motivan la excepción y los argumentos para difundirlo durante el Proceso Electoral, por lo que no se cumple con el criterio de necesidad; además, a juicio de este Consejo General la solicitud no se refiere a propaganda gubernamental sino al ejercicio de un programa de evaluación de competencias de los funcionarios públicos.	
Instituto Hacendario del Estado de México, "Formatos de manifestación de créditos", con vigencia del 26 de enero al 30 de junio	Instrumentar la metodología que permita al Grupo de Dictamen de Certificación de la COCERTEM desarrollar el proceso de manifestación de créditos para que las personas certificadas en alguna de las Normas Institucionales de	Artículos 26, fracciones I, II, V y VI y 35 del Reglamento Interno del Instituto Hacendario del Estado de México.	Improcedente: Al igual que la campaña anterior, el formulario no está debidamente motivado, ya que no se establece, las razones que motivan la excepción y los argumentos para difundirlo durante el Proceso Electoral, por lo que no se cumple con el criterio de necesidad; además, a juicio de este Consejo General la solicitud no se refiere a propaganda gubernamental sino al ejercicio de un programa de	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	Competencia Laboral, mantengan la vigencia de los certificados otorgados.		evaluación de competencias de los funcionarios públicos.	
Instituto Hacendario del Estado de México, "Proceso de Evaluación", con vigencia del 26 de enero al 30 de junio	Evaluar la competencia laboral de los titulares de las áreas clave de las administraciones municipales.	Artículos 26, fracciones I, II, V y VI y 35 del Reglamento Interno del Instituto Hacendario del Estado de México.	Improcedente. De acuerdo con lo establecido en el formulario la solicitud no se refiere a una campaña gubernamental sino al ejercicio de un proceso de evaluación de los servidores públicos municipales mediante el cual se reconocen oficialmente los conocimientos, las habilidades y las actitudes que se requieren para ejercer las funciones requeridas para desempeñar su función.	

n. Secretaría de Educación.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
"Bachillerato General a Distancias por Competencias (BGDC)", vigencia del 02 de mayo al 30 de junio	Difundir la oferta educativa de la Universidad Digital del Estado de México y sus alrededores, para asegurar la educación de todos los mexiquenses que deseen seguir preparándose.	Artículos 26 del Código Electoral del Estado de México; 29 de la LGIPE	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales y página web.	
"Campaña de difusión UPA 2021", vigencia del 08 de febrero al 07 de mayo	Ofertar nuestro catálogo académico a nuestros estudiantes que hayan concluido o que estén cursando el último ciclo escolar de educación media superior en el Norte del Estado de México.	Decreto de Creación de la Universidad Politécnica de Atlacomulco	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas que tienen como finalidad proporcionar otros medios para dar oportunidad a las personas de conocer los diferentes programas que se han planteado para ampliar las oportunidades educativas y evitar la deserción escolar.	INE/CG78/2016, INE/CG65/2017 e INE/CG172/2018
"Campañas de concientización de TESCO Libre de plástico de un solo uso/ TESCO libre de humo de Tabaco/Ahorro y uso eficiente de la	Concientizar a los estudiantes sobre las medidas que pueden seguir para proteger al medio ambiente y la importancia de su participación.	No agrega	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano. En ese sentido, la educación ambiental desarrolla en las personas un sentido de responsabilidad y conciencia sobre las consecuencias de las acciones	INE/CG172/2018

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Energía", vigencia del 30 de abril al 04 de junio			humanas. Al tratarse de temas educativos, debe ser considerada dentro de las excepciones a la prohibición constitucional en materia de propaganda gubernamental, siempre que la misma no se trate de actividades que corresponden a la ejecución de una política nacional, es decir, de una acción o plan del gobierno de mediano y largo plazo.	
"Concurso de asignación a la educación media superior de los 103 municipios del Estado de México", vigencia del 02 de mayo al 30 de junio	Difundir la oferta educativa de la Universidad Digital del Estado de México y sus alrededores, para asegurar la educación de todos los mexiquenses que deseen seguir preparándose.	Artículos 26 del Código Electoral del Estado de México; 29 de la LGIPE	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales y página web.	
"Convocatoria de nuevo ingreso al TESCO semestre 2021-2", con vigencia del 01 de mayo al 30 de julio	Conocer en tiempo y forma las oportunidades para la superación académica que permite el desarrollo y la formación profesional. Tiene el objetivo de difundir y dar a conocer a los aspirantes interesados en ingresar a las ofertas educativas del tecnológico de estudios superiores de Cuautitlán Izcalli, así como los periodos para su registro y elaboración de examen de selección.	No agrega	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas que tienen como finalidad coadyuvar a que los jóvenes conozcan la mecánica de ingreso a las diversas opciones de carreras planteadas, fechas de exámenes, requisitos, etc. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional, ya que incentiva el ingreso a la educación superior para así evitar el rezago educativo.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
"Convocatoria de nuevo ingreso y selección en las IES de SEIEM, ciclo escolar 2021 2022", vigencia del 02 de marzo al 31 de agosto	Fortalecer la formación inicial y la profesionalización docente a través de la oferta académica de Nivel Licenciatura y Posgrado	Artículos 11 y 58 de la Ley General de Educación; 24 de la Ley de educación del Estado de México; 2 y 3 del Decreto por el que se crea el Organismo Público Descentralizado denominado Servicios Educativos integrados	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas que tienen como finalidad coadyuvar a que los jóvenes conozcan la mecánica de ingreso a las diversas carreras, fechas de exámenes, requisitos, etc.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
		al Estado de México	Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional, ya que incentiva el ingreso a la educación superior para así evitar el rezago educativo.	
“Convocatoria para el otorgamiento de la prestación laboral periodo sabático, promoción 2021, dirigida a docentes de educación básica de SEIEM”, vigencia del 01 de marzo al 31 de julio	Impulsar y fortalecer la superación académica de los trabajadores mediante el desarrollo de programas académicos que contribuyan a su formación permanente.	Artículos, 1, 2, 3, 6,7 y 10 del Decreto por el que se crea el Organismo Público Descentralizado denominado Servicios Educativos integrados al Estado de México	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de educación, ya que se trata de la entrega de una prestación a los docentes, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso que se enfoca en los docentes de educación básica del SEIEM.	
“Convocatoria para ingreso a posgrados”, vigencia del 17 de mayo al 31 de julio	Mantener a la personas informadas y preparadas para ingresar al siguiente nivel académico para poder ser más competitivos en el mundo laboral.	No agrega	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas que tienen como finalidad coadyuvar a que los jóvenes conozcan la mecánica de ingreso a la diversa oferta educativa, fechas de exámenes, requisitos, etc. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional, ya que incentiva el ingreso al posgrado para continuar su educación.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
“Curso- Comercio Tradicional en línea”, vigencia del 15 de	Las alternativas educativas favorecen el desarrollo profesional por lo que es	Artículos 261 del Código Electoral del Estado de México; 29	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de educación, ya que se trata de una	

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
abril al 16 de mayo	indispensable obtener la información de manera oportuna.	de la LGIPE	oferta educativa para cursar una carrera en línea, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no dirigido a un sector específico de la población, como es el caso que se enfoca en personas entre los 25 y 50 años.	
“Día del estudiante”, vigencia el 23 de mayo	Es importante el reconocimiento a los estudiantes para fomentar el fortalecimiento en el área académica.		Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales y pagina web.	
“Día del maestro-Presea de Honor-Estimulo Laura Méndez de Cuenca”, vigencia en mayo	Difusión del evento, entrega de estímulos y reconocimientos a docentes del sistema de educación estatal. Dar a conocer a los docentes del Sistema Educativo Estatal lo relacionado a los incentivos que se proporcionan por su actuación en el área laboral para que sean acreedores a ellos.	Artículos 41 Base III apartado C y 134 Constitucionales	Improcedente. Si bien la campaña versa sobre el día del maestro, lo cierto es que la difusión que se pretende es del evento en sí, donde se realizará entrega de estímulos y reconocimientos a docentes del sistema de educación estatal. Al respecto la tesis LXII/2016 establece que una invitación a una celebración de carácter cultural y social no viola la prohibición constitucional de difundirla en Proceso Electoral; sin embargo, en el caso particular, no cumple con el criterio de generalidad, ya que se brinda un beneficio directo a un sector específico de la población. ⁶⁸	
“Día del maestro”, vigencia 15 de mayo	Brinda el reconocimiento a la labor de los docentes como un día conmemorativo.	No agrega	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales y página web.	
“Día del niño” vigencia el 30 de abril	Dar a conocer la importancia de la niñez.	No agrega	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo	

⁶⁸ Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			en redes sociales y página web.	
“Difusión de la segunda convocatoria de ingreso UMB 2021”, vigencia del 17 de mayo al 18 de julio	Fomentar la educación con la finalidad de formar profesionistas capaces de enfrentar retos aumentando sus fortalezas y destrezas cognitivas.	Artículos 1 y 3 del Decreto por el que se crea el Organismo Público Descentralizado denominado Servicios Educativos Integrados al Estado de México	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas que tienen como finalidad coadyuvar a que los jóvenes conozcan la mecánica de ingreso a la diversa oferta educativa, fechas de exámenes, requisitos, etc. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional, ya que incentiva el ingreso al nivel superior para continuar su educación.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
“Difusiones de los días 15 de mayo Día internacional de las Familias, 25 de mayo Día Naranja para la Eliminación de la Violencia contra la Mujer, 4 de junio Día Internacional de los Niños víctimas inocentes de la agresión”, vigencia 15 y 25 de mayo y 06 de junio	Sensibilizar al público en general acerca de temas relacionados con igualdad de género y derechos humanos	Artículo 22 del Reglamento Interior del Tecnológico de Estudios Superiores de Santiago Tianguistenco	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
“Difusión de oferta educativa 2021-2022 en carteles”, vigencia del 1 de febrero de 2021 al 31 de enero de 2022	Captar a los estudiantes de educación media superior con el propósito de que continúen su educación.	Manual General de Organización	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino en carteles.	
“Difusión de oferta educativa 2021-2022 en video”, del 1 de febrero de 2021 al 31 de enero de 2022	Captar a los estudiantes de educación media superior con el propósito de que continúen su educación.	Manual General de Organización	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas que tienen como finalidad coadyuvar a que los jóvenes conozcan la mecánica de ingreso a la diversa oferta educativa, fechas de exámenes,	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			requisitos, etc. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional, ya que incentiva el ingreso al nivel superior para continuar su educación.	
“Difusión de vacantes”, vigencia del 04 de abril al 30 de junio	Promover vacantes para la comunidad estudiantil y egresada del TESCO con el propósito de coadyuvar a su inserción laboral.	No agrega	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de educación, ya que se trata de la oferta laboral a jóvenes estudiantes o egresados, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso que se otorga a la comunidad estudiantil del TESCO.	
“Educación dual”, vigencia del 01 de mayo al 06 de junio	Informar la estrategia educativa que se lleva a cabo dentro del Tecnológico de Estudios Superiores de Cuautitlán Izcalli para formar a sus estudiantes y disminuir el índice de desempleo.	No agrega	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de educación, ya que se trata de la oferta laboral y estudiantil a jóvenes, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso que se otorga a la comunidad estudiantil del TESCO.	
“Efemérides (Ambientales y	Dar a conocer los acontecimientos importantes	Norma Mexicana de Igualdad Laboral y no	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de	

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Sociales)", vigencia del 30 de abril al 06 de junio	en materia ambiental, cívica y de género a la comunidad estudiantil y personal que labora en la Institución, así como a futuros aspirantes y público en general.	Discriminación ISO 14001, 50001	educación, ya que se trata de la dar a conocer acontecimientos importantes en materia ambiental, cívica y de género; la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no dirigido a un sector específico de la población, como es el caso que se otorga a la comunidad estudiantil del Tecnológico de Estudios Superiores de Cuautitlán Izcalli.	
"Efermídes e infografías", vigencia del 30 de abril al 06 de junio	Ofrecer una buena comunicación con la comunidad estudiantil.	No agrega	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
"Licenciatura en Administración de Ventas LAV", vigencia del 02 de mayo al 30 de junio	Difundir la oferta educativa superior de la Universidad Digital del Estado de México.	Artículo 261 de Código Electoral de Estado de México, 209 de la LGIPE	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales y pagina web.	
"Licenciatura en Informática Administrativa LIA", vigencia del 19 de abril al 05 de junio	Difundir la oferta educativa superior de la Universidad Digital del Estado de México.	Artículo 261 de Código Electoral de Estado de México, 209 de la LGIPE	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales y pagina web.	
"Licenciatura en Seguridad Pública LSP", vigencia del 02 de mayo al 30 de junio	Difundir la oferta educativa superior de la Universidad Digital del Estado de México.	Artículo 261 de Código Electoral de Estado de México, 209 de la LGIPE	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales y pagina web.	
"Licenciaturas en convenio con Universidad ETAC", vigencia del 30nde abril al 06 de junio	Difundir la oferta educativa superior de la Universidad Digital del Estado de México.	Artículo 261 de Código Electoral de Estado de México, 209 de la LGIPE	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales y pagina web.	
"Maestría en Administración Pública y Gobierno MAPPG", vigencia del 21 de abril al 04 de junio	Difundir la oferta educativa superior de la Universidad Digital del Estado de México.	Artículo 261 de Código Electoral de Estado de México, 209 de la LGIPE	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales y pagina web.	
"Maestría en	Difundir la oferta educativa	Artículo 261 de Código	Improcedente. Según lo dispuesto	

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Tecnología Digital MTD”, vigencia del 21 de abril al 04 de junio	superior de la Universidad Digital del Estado de México.	Electoral de Estado de México, 209 de la LGIPE	en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales y pagina web.	
“Master en Convenio con la UIM-UNICEPES”, vigencia del 30 de abril al 06 de junio	Difundir la oferta educativa superior de la Universidad Digital del Estado de México.	Artículo 261 de Código Electoral de Estado de México, 209 de la LGIPE	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
“Posgrados en convenio con la Universidad ETAC”, vigencia del 30 de abril al 06 de junio	Difundir la oferta educativa superior de la Universidad Digital del Estado de México.	Artículo 261 de Código Electoral de Estado de México, 209 de la LGIPE	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
“Segunda convocatoria de ingreso al ciclo escolar 2021-2022”, vigencia del 09 de abril al 29 de mayo	Conocer la información de ingreso a las instituciones para el registro adecuado.	No agrega	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas que tienen como finalidad coadyuvar a que los jóvenes conozcan la mecánica de ingreso a las diversas opciones de carreras planteadas, fechas de exámenes, requisitos, etc. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional, ya que incentiva el ingreso a la educación superior para así evitar el rezago educativo.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021

o. Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del Estado de México (DIFEM)

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Campaña, Únete Día Naranja”, vigencia del 25 de febrero al 25 de diciembre de 2021	Contribuir a la institucionalización de la perspectiva de género en las políticas públicas de igualdad que promueven un trato respetuoso entre los géneros.	Artículo 13 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de México, Plan de Desarrollo del Estado de México	Procedente. La campaña tiene como objetivo dar a conocer los servicios y programas destinados garantizar un trato igualitario en el acceso a oportunidades, toma de decisiones y beneficios para el desarrollo de hombres y mujeres. Sobre lo señalado, este Órgano estima oportuno recordar que en años anteriores se han exceptuado	INE/CG78/2016, INE/CG65/2017 INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			campañas similares por vincularse con un tema de educación precisamente por la prevención y erradicación de la violencia contra la mujer, por lo que se estima procedente exceptuar la campaña "Únete Día Naranja",	
"Estrategia Digital de Orientación Alimentaria", vigencia del 01 de marzo al 31 de diciembre de 2021	Contribuir a disminuir la inseguridad alimentaria de las niñas, niños y adolescentes que se detecten con malnutrición o en riesgo de padecerla.	Artículo 13 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de México, Plan de Desarrollo del Estado de México, 3, 5, 6, 10, 11, 12 y 17 de la Ley de Desarrollo Social de Estado de México; 6, 8, 18, 19, 20 y 26 del Reglamento de la Ley de Desarrollo Social del Estado de México; 2, 3, 7, 8, 9, 16, 17, 18, 26 y 40 Ley de Asistencia Social del Estado de México y Municipios; 10, 25 y 84 de la Ley de los Derechos de los niños, niñas y adolescentes del Estado de México.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales, impresión de imágenes en productos alimenticios, cajas contenedoras.	
"Publicaciones Efemérides", vigencia del 30 de abril al 06 de junio de 2021	Dar a conocer días festivos con relevancia histórica.	No agrega	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a informar e incentivar la cultura ambiental. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional ya que, incentiva que los niños participen de la educación formal que imparte el Estado.	
"Servicio de orientación psicológica S.O.S.", vigencia del 01 de marzo al	Contribuir con las conductas de riesgo a través del otorgamiento de orientación psicológica o información vía telefónica	No agrega	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
31 de diciembre de 2021				
"Talleres Adultos Mayores y Alerta Plateada", vigencia del 25 de febrero al 25 de diciembre.	Cuidar y salvaguardar la integridad de los adultos mayores mexicanos, como población vulnerable.	Ley del Adulto Mayor del Estado de México	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	

p. Secretaría del Trabajo.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Instituto de Capacitación y Adiestramiento para el Trabajo Industrial, "Inscripciones abiertas en la EDAYO. Trimestre mayo-julio", con vigencia del 19 de abril al 05 de mayo	Capacitaciones a distancia, para dotar a la población, de herramientas para realizar una actividad económica y acceder a un mayor bienestar con su trabajo.		Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a informar a la población sobre las diversas capacitaciones a distancia, como instrumento de desarrollo. Edayo son las escuelas de artes y oficios adscritas al Instituto de Capacitación y Adiestramiento para el Trabajo Industrial, que a su vez es un organismo público descentralizado del Gobierno del Estado de México, dedicado a impartir capacitación para y en el trabajo a través de cursos técnicos, administrativos y de servicios. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	
Centro de Conciliación Laboral del Estado de México, "Difusión de los servicios del Centro de Conciliación Laboral del Estado de México, a través de redes sociales", con vigencia del 30 de abril al 06 de	Dar a conocer la plataforma SIDECO para agendar citas de atención y asesoría dentro del Centro de Conciliación Laboral del Estado de México, enfocado a patrones y trabajadores que presenten un conflicto laboral.		Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
junio Dirección General de Empleo y Productividad del Estado de México, "Difusión de los talleres y ferias de empleo, a través de redes sociales", con vigencia del 30 de abril al 06 de junio	Difundir las vacantes laborales disponibles en el Estado de México y preparar a los buscadores de empleo con consejos para la búsqueda exitosa de trabajo.		Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
Procuraduría de la Defensa del Trabajo, "Difusión del servicio de asesoría de la procuraduría de la defensa del trabajo a través de redes sociales", con vigencia del 30 de abril al 06 de junio	Dar a conocer la plataforma SIAT, el número de atención y el chat ciudadano en los que se les asesora a las y los trabajadores y patrones, en materia de derechos y obligaciones.		Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
Secretaría del Trabajo, "Día Internacional del Trabajo", con vigencia únicamente el día 01 de mayo	Conmemorar el día del trabajo, como un día reconocido entre la fuerza laboral de la entidad. Reconocer el valor de la fuerza laboral de la entidad.		Improcedente. El formulario no está debidamente fundado y motivado, ya que no es posible desprender con claridad si la solicitud se refiere a una campaña para conmemorar el día del trabajo, o bien, para invitar a una celebración organizada para celebrar el día del trabajo. Ahora bien, resulta importante destacar que cualquiera de las dos opciones anteriores, no constituyen propaganda gubernamental, en razón de que no se trata de información publicada que haga del conocimiento general logros de gobierno, avances, acciones, programas o cualquier desarrollo económico, social, cultural o político, o bien, beneficios y compromisos cumplidos por parte del ente solicitante, por lo que no es materia del	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>presente instrumento.</p> <p>En ese sentido, de acuerdo a lo establecido por la Sala Superior⁶⁹, este Consejo General estima que la colocación de lonas, pendones o gallardetes, u otro tipo de propaganda, en época electoral, con motivo de la invitación a festejar un día social, no infringe la prohibición de difundir propaganda gubernamental, durante una campaña electoral, aun cuando no esté en los supuestos de excepción expresamente señalados por el referido precepto constitucional, siempre que no difunda programas, acciones, obras o logros de gobierno, que tengan como finalidad apoyar o atacar algún candidato o partido político específico o que se promocióne a un servidor público, ni contenga expresiones, logotipos, emblemas, lemas que promociónen a algún partido político, coalición o candidato, porque no se trata de propaganda que contenga expresiones de naturaleza político-electoral ni gubernamental, sino de una invitación para la celebración de un acto de carácter cultural y social.</p>	

q. Secretaría del Campo.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
<p>“Campaña de incendios forestales 2021”, vigencia del 30 de abril al 06 de junio</p>	<p>Concientizar, prevenir e informar a la población en general de los incendios que se presentan en el Estado de México.</p>	<p>Artículo 11 de la Ley General de Desarrollo Sustentable, Convenio 001/2019 CONAFOR y el Organismo Público Descentralizado Protectora de Bosques del Estado de México.</p>	<p>Procedente. Dado que la Constitución concibe a la educación integral del ser humano, dichas actividades de prevención corresponden a la educación informal y contribuyen a generar o modificar hábitos y patrones de conducta en beneficio de la ciudadanía, y a la conservación de los bosques como parte del medio ambiente. La protección de los recursos forestales de México</p>	<p>INE/CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG235/2020 e INE/CG109/2021</p>

⁶⁹ En la 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.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			representa, también, un factor de crecimiento económico y real importancia para el desarrollo sustentable del país.	

r. Secretaría de Seguridad.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Extorsión telefónica”, vigencia del 30 de abril al 06 de junio de 2021	Fomentar la cultura de la denuncia, sobre todo si son extorsiones.	Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de México Ley de Seguridad del Estado de México Ley Digital del Estado de México y Municipios.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo redes sociales y pagina web	
“Línea 089 Denuncia Anónima”, vigencia del 30 de abril al 06 de junio de 2021	Fomentar la cultura de la denuncia, sin hacer mal uso de las líneas de emergencia.	Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de México Ley de Seguridad del Estado de México Ley Digital del Estado de México y Municipios.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo redes sociales y pagina web	
“No hagas bromas 911”, vigencia del 30 de abril al 06 de junio de 2021	Fomentar la cultura de la denuncia, sin hacer mal uso de las líneas de emergencia.	Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de México Ley de Seguridad del Estado de México Ley Digital del Estado de México y Municipios.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo redes sociales y pagina web	

s. Secretaría de Movilidad.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Prevención con sanitización en el transporte público para evitar la propagación del COVID-19”,	Concientizar a la población sobre medidas de COVID-19		Improcedente por lo que hace a la propuesta de campaña sobre la supervisión de que se cumplan medidas como sanitizar vehículos antes de iniciar un recorrido, ya que se trata del cumplimiento al ejercicio	INE/CG109/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
vigencia del 30 de abril al 06 de junio			de una atribución de la Secretaría de Movilidad. Procedente. La campaña pretende orientar a la población sobre las medidas sanitarias previo a realizar un traslado en transporte público a fin de evitar el riesgo de contagios por COVID-19. En ese sentido, se considera que por la contingencia es información útil y necesaria para prevenir el riesgo de contagio, por tanto, encuadra dentro del concepto de educación y se encuentra dentro de las excepciones previstas a la transmisión de propaganda gubernamental durante los periodos de campaña de los Procesos Electorales.	
“Trámites en línea para Transporte público y vehicular”, vigencia del 30 de abril al 06 de junio	Cultivar el uso de medios electrónicos para la realización de trámites en línea.	No agrega	Procedente. La campaña pretende orientar a la población sobre el uso de tecnologías de información para realizar pagos de servicios en línea y aminorar el riesgo de contagios por COVID-19. En ese sentido, se considera que por la contingencia es información útil y necesaria para prevenir el riesgo de contagio, por tanto, encuadra dentro del concepto de educación y se encuentra dentro de las excepciones previstas a la transmisión de propaganda gubernamental durante los periodos de campaña de los Procesos Electorales. Ahora bien, resulta importante subrayar que la campaña deberá cumplir con lo establecido por la Sala Superior del TEPJF en la tesis XII/2017 ⁷⁰ .	INE/CG109/2021

52. Dirección General de Comunicación Social del estado de Nayarit.

⁷⁰ De rubro **INFORMACIÓN PÚBLICA DE CARÁCTER INSTITUCIONAL. LA CONTENIDA EN PORTALES DE INTERNET Y REDES SOCIALES, PUEDE SER DIFUNDIRA DURANTE CAMPAÑAS Y VEDA ELECTORAL.** Gaceta de Jurisprudencia y Tesis en materia electoral, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Año 10, Número 20, 2017, páginas 28 y 29.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Universidad Politécnica del Estado de Nayarit con la campaña "Inscripciones UPEN", vigencia del 01 de marzo al 31 de julio.	Informar a los jóvenes interesados en estudiar una carrera, sobre el proceso de ingreso a la Universidad Politécnica del Estado de Nayarit. Busca promover el acceso a la educación.		Procedente. La Constitución concibe la Educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas que tienen como finalidad coadyuvar a que los jóvenes tomen la mejor decisión sobre qué estudiar, conozcan la mecánica de ingreso a la universidad, requisitos, etc.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
"Inscripciones UT NAY", vigencia del 01 de marzo al 31 de julio.	Dar a conocer los distintos programas académicos de la universidad, para captar alumnos y garantizar la matrícula del nuevo ciclo escolar.		Procedente. La Constitución concibe la Educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas que tienen como finalidad coadyuvar a que los jóvenes tomen la mejor decisión sobre qué estudiar, conozcan la mecánica de ingreso a la universidad, requisitos, etc.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
"Inscripciones UT de Mazatán", vigencia del 01 de marzo al 30 de septiembre	Dar a conocer los distintos programas académicos de la universidad, para captar alumnos y garantizar la matrícula del nuevo ciclo escolar.		Procedente. La Constitución concibe la Educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas que tienen como finalidad coadyuvar a que los jóvenes tomen la mejor decisión sobre qué estudiar, conozcan la mecánica de ingreso a la universidad, requisitos, etc.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
"911- Número de emergencias"; vigente del 01 de marzo al 31 de julio	Informar la función de la línea de emergencia del 911, y todo lo que pueden atender, desde emergencias médicas, de protección civil y de seguridad.		Procedente. Se trata de información institucional con fines educativos, pues instruye a la población sobre las herramientas que permiten alertar a las autoridades de la existencia de una emergencia médica, de protección civil o de un delito, lo que coadyuva con las labores de prevención y persecución de delitos y a salvaguardar la vida e integridad de las personas y cosas. Así, puede ser considerado dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
"Prevención de	Prevenir la quema de		Procedente. Dado que la	INE/CG83/2014,

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
incendios forestales"; vigencia del 01 de marzo al 31 de julio	bosques, pastizales y áreas verdes en el estado, para que no se vean afectadas especies animales ni personas que habiten a los alrededores de la zona. Además de que es un daño a la flora que tarda mucho tiempo en restaurarse, causando un mal al medio ambiente.		Constitución concibe a la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, dichas actividades de prevención corresponden a la educación informal y contribuyen a generar o modificar hábitos y patrones de conducta en beneficio de la ciudadanía, y a la conservación de los bosques como parte del medio ambiente. La protección de los recursos forestales de México representa, también, un factor de crecimiento económico y real importancia para el desarrollo sustentable del país.	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG235/2020 e INE/CG109/2021
"Prevención de accidentes (viales)"; vigencia del 01 de marzo al 31 de julio	Disminuir los accidentes automovilísticos y las muertes que llegan a provocar.		Procedente. Las acciones en materia de prevención de accidentes comprenden la adopción de diversas medidas entre las que se encuentra el fomento de programas de educación y orientación a la población, particularmente se trata de educación para la salud, que tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. En razón de lo anterior, al ser una materia de educación y orientación para prevenir accidentes y generar entornos protegidos, eficaces, ciertos y confiables resulta necesario exceptuar de las reglas de propaganda gubernamental la campaña "Prevención de accidentes (viales)";	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG119/2019, INE/CG235/2020 e INE/CG109/2021
"Prevención inicio temporada de lluvias"; vigencia del 01 de mayo al 03 de junio	Brindar a la población conocimiento respecto a lo que pueden hacer para prevenir incidentes tanto en casa como a la hora de conducir, por el peligro que representa el inicio de temporada de lluvias.		Procedente. Guarda relación con los servicios educativos indispensables, en cumplimiento al derecho de protección a la salud que tiene como finalidad la prolongación de la vida humana, así como el fomento de programas de educación y orientación a la población.	INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
"No bajes la guardia"; vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Informar a la ciudadanía sobre las medidas de prevención de contagios de COVID-19, así como concientizar sobre los riesgos que esta enfermedad genera.		Procedente. Protección civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona la protección y la asistencia a los ciudadanos ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y el entorno en el que vive. Además, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este	INE/CG109/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud.</p> <p>Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.</p>	
<p>“Sin criaderos no hay mosquitos”, vigencia del 01 de mayo al 30 de junio</p>	<p>Informar sobre medidas de prevención contra el Dengue. Prevenir los altos números de Dengue, Zika y Chikungunya en la población de Nayarit. Evitar y eliminar los criaderos de mosquitos.</p>		<p>Procedente. La campaña tiene como objetivo principal el fomento de la integridad física, la protección de la salud y de la vida humana, en particular durante los próximos meses en que aumenta el riesgo de contagio por las condiciones climáticas de la temporada.</p> <p>Esta campaña está enfocada a que la transmisión no se intensifique y se mantenga el control y la prevención de dicha enfermedad, impidiendo el riesgo de una epidemia.</p> <p>Así, el concepto de servicios de salud debe entenderse como el conjunto de actividades que se llevan a cabo para la satisfacción de dicha necesidad colectiva de interés público, las cuales comprenden todos aquellos actos, medios y recursos que son indispensables para su adecuada prestación.</p> <p>En ese sentido, el concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, ya que necesariamente abarca, entre otros aspectos la lucha contra enfermedades trasmisibles y la realización de campañas sanitarias.</p>	<p>INE/CG120/2015 e INE/CG119/2019</p>

53. Ayuntamiento de San Juan del Río, Querétaro. La solicitud remitida por el citado Ayuntamiento contiene formatos de campañas que pretenden emitir otros entes públicos del municipio, por lo que se detallará en cada uno de los casos que ente es el solicitante.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Dirección de Comunicación Social y Dirección Municipal de Protección Civil, "Prevención de lluvias", con vigencia del 04 de abril al 06 de junio	Medidas preventivas derivadas de la temporada de lluvias como concientización sobre no tirar basura y algunos artículos grandes en desuso e invitación a limpiar el frente de su casa y la azotea y así evitar complicaciones por las precipitaciones.	Artículo 8 de la Ley General de Comunicación Social, Artículo 29 del Reglamento de Protección Civil para el Municipio de San Juan del Río, Querétaro	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino espectaculares y redes sociales.	
Dirección de Comunicación Social e Instituto Municipal de Cultura, Turismo y Juventud, "Conmemoración 490 Aniversario de la Fundación San Juan del Río", con vigencia del 01 de mayo al 24 de junio	Conmemoración del 490 aniversario de la fundación de San Juan del Río, promoviendo el sentido de pertenencia y arraigo entre los habitantes de este municipio. Promover el turismo y la reactivación económica, respetando las medidas de las autoridades sanitarias.	Artículo 8 de la Ley General de Comunicación Social, Artículo 3 del Reglamento del Instituto Municipal de Cultura, Turismo y Juventud	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
Dirección de Comunicación Social, "Pruebas COVID", con vigencia del 04 de abril al 06 de junio	Invitar a la población a hacerse la prueba Covid para evitar la cadena de contagios por la enfermedad SARS-CoV-2 y así frenar la propagación del virus.	Artículo 8 de la Ley General de Comunicación Social, Artículo 2 del Reglamento del Comité de Salud del Municipio de San Juan del Río, Qro.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino espectaculares y redes sociales.	
Dirección de Comunicación Social, "Uso de Cubrebocas", con vigencia del 04 de abril al 06 de junio	Promover el uso del cubrebocas, como una herramienta de ayuda para prevenir el Covid 19.	Artículo 8 de la Ley General de Comunicación Social, Artículo 2 del Reglamento del Comité de Salud del Municipio de San Juan del Río, Qro.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino espectaculares y redes sociales.	
Dirección de Comunicación Social y Consejo Municipal Contra las Adicciones, "Prevención del Suicidio", con vigencia del 04 de abril al 06 de junio	Sensibilizar a la población a través de mensajes relacionados con la salud emocional, buenos hábitos en casa, prevención de adicciones y la no violencia, para así contribuir con la prevención del suicidio.	Artículo 10 del Reglamento Interior de la Secretaría de Seguridad Pública para el Municipio de San Juan del Río, Qro.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
junio				

54. Gobierno del estado de Tamaulipas. La solicitud remitida por la Secretaría General de Gobierno del citado estado contiene formatos de campañas que pretenden emitir otros entes públicos del mismo, por lo que se detallará en cada uno de los casos que ente es el solicitante.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Protección Civil con la campaña "Ángeles Azules"; vigencia del 04 de abril al 03 de junio	Dar a conocer el teléfono de contacto para localizar los servicios que brindan los ángeles azules. El número de emergencia es un servicio fundamental para dar seguridad y certidumbre a los ciudadanos que se encuentren ante un percance o contratiempo al recorrer el estado.	Artículos 41 apartado C y 134 de la Constitución; 209 numeral I de la LGIPE	Procedente. Se trata de información institucional con fines educativos, pues instruye a la población sobre las herramientas que les permiten solicitar apoyo mecánico, de orientación turística, primero auxilios o bien alertar a las autoridades de la existencia de una emergencia. Así, puede ser considerado dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional. ⁷¹	CG75/2012, SUPRAP54/ 2012, INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017
Secretaría de Educación con la campaña "Clases en tu hogar"; vigencia del 04 de abril al 03 de junio	Ampliar y fortalecer la educación a los alumnos de escuelas de educación básica sin conectividad ubicadas en zonas escolares de alta vulnerabilidad, y zonas de alta marginación y riesgo.	Artículos 41 apartado C y 134 de la Constitución; 209 numeral I de la LGIPE	Improcedente. Si bien, la Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas que tienen como finalidad de proporcionar otros medios para dar oportunidad a las personas de tomar clases y que se encuentre al alcance de todas las personas. Sin embargo, del formulario se desprende que la presente campaña "clases en tu hogar" corresponde a un programa de radio y no a una campaña de propaganda gubernamental.	

⁷¹ En condiciones similares a esta campaña "Ángeles Azules", la Sala Superior del TEPJF en el SUP-RAP-121/2014, respecto de la "Campaña del 066 y 089 del Consejo Estatal de Seguridad Pública" estableció que atendiendo a la necesidad de la sociedad de contar con vías de comunicación para denunciar hechos posiblemente constitutivos de delito, y que permitan la reacción inmediata de las autoridades policíacas, resulta lógico que las autoridades implemente programas y acciones, no solo encaminadas a dar a conocer los instrumentos y mecanismos que se implementen para facilitar la denuncia de delitos, sino además, tendentes a fomentar su uso y utilización entre la sociedad, por lo que se encuentran dentro de lo previsto en las excepciones previstas en el artículo 41, Base II, Apartado C, párrafo segundo de la CPEUM.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Secretaría de Educación con la campaña "Creciendo juntos"; vigencia del 04 de abril al 03 de junio	Compartir con padres o madres de familia, tutores y cuidadores de niños y adolescentes, saberes sobre paternidad y educación que propicien vínculos familiares basados en el apego seguro la experiencia vivida, valores y estilos de vida saludable.	Artículos 41 apartado C y 134 de la Constitución; 209 numeral I de la LGIPE	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas que tienen como finalidad de proporcionar otros medios para dar oportunidad a las personas de tomar clases y que se encuentre al alcance de todas las personas.	
Secretaría de Salud y Secretaría de Turismo con la campaña "Protocolo de playas ante pandemia por coronavirus"; vigencia del 04 de abril al 03 de junio	Difusión de las medidas sanitarias establecidas para la reapertura de playas (uso de cubrebocas, guardar distancia social, y que los establecimientos en las playas atiendan los compromisos establecidos en la carta compromiso COFEPRIS)	Artículos 41 apartado C y 134 de la Constitución; 209 numeral I de la LGIPE	Procedente. Los artículos 3, fracción XI, 162 y 163 de la Ley General de Salud, disponen que es materia de salubridad general la educación para la salud, y que el derecho a su protección tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. Asimismo, que la acción en materia de prevención comprende la adopción de diversas medidas entre las que se encuentra el fomento de programas de educación y orientación a la población. Debido a lo anterior, no obstante que el fundamento legal radica en la Ley General de Salud, al ser una materia de educación, protección civil y orientación para identificar riesgos en los centros de trabajo, prevenir e instrumentar estrategias que busquen aminorar los niveles de riesgo de contagio por el virus SARS-CoV-2, resulta necesario exceptuar de las reglas de propaganda gubernamental esta campaña. Mas aun, cuando se está viviendo con una nueva normalidad en donde estos informes coadyuvan a la protección de la vida de los ciudadanos.	INE/CG109/2021
Secretaría de Salud con la campaña "Línea de apoyo ante COVID-19"; vigencia del 04 de abril al 03 de junio	Brindar al usuario una orientación mediante técnicas de intervención en crisis vía telefónica, por medio de psicólogos especialistas, así como proporcionar información veraz sobre el COVID-19, con la finalidad de reducir la ansiedad y angustia que pueda estar causando el aislamiento en casa.	Artículos 41 apartado C y 134 de la Constitución; 209 numeral I de la LGIPE	Procedente. La campaña tiene como finalidad informar a la población sobre las medidas de salud que las autoridades estiman se deben aplicar. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este	INE/CG109/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de salud.	
Secretaría de Salud con la campaña "Salud integral niños y adolescentes"; vigencia del 04 de abril al 03 de junio	Coordinar estrategias y programas de prevención y control de la salud integral infantil y del adolescente, con el objeto de mejorar los niveles de salud de los menores de diez años, promover estilos de vida saludables, brindando servicios de salud con enfoque de género, así como la prevención del embarazo en adolescentes.	Artículos 41 apartado C y 134 de la Constitución; 209 numeral I de la LGIPE	Procedente. El artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. En ese sentido esta campaña busca fomentar el cuidado de la salud de los niños, la atención primaria y preventiva, promover hábitos saludables como el comer bien y hacer ejercicio, por lo que puede ser considerada dentro del concepto de educación y salud, y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	
Secretaría de Salud con la campaña "Salud mental"; vigencia del 04 de abril al 03 de junio	Dar a conocer el programa de salud mental que tiene por objeto brindar la atención necesaria a la población en general por medio de consulta psicológica individual, grupal y de pareja, apoyando a niños, adolescentes, adultos y adultos mayores.	Artículos 41 apartado C y 134 de la Constitución; 209 numeral I de la LGIPE	Procedente. Por salud se entiende pues un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades y para lograr la protección se debe de considerar el acrecentamiento de los valores que coadyuvan a la creación, conservación y disfrute de condiciones de salud que contribuyan al desarrollo social. Por lo anterior, la campaña analizada será considerada como exceptuada de la prohibición constitucional relativa a la suspensión de propaganda gubernamental, por estar estrechamente vinculada con el concepto de salud y estar encaminada a la población en general.	
Secretaría de Salud con la campaña "Terapia pulmonar post COVID-19"; vigencia del 04 de abril al 03 de junio	Dar a conocer las terapias que se ofrecen a los pacientes que han padecido COVID y que cuentan con secuelas.	Artículos 41 apartado C y 134 de la Constitución; 209 numeral I de la LGIPE	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que ofrece terapias pulmonares gratuitas a pacientes que se han recuperado del COVID-19, la promoción de la misma no cumple con	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			los criterios de generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ⁷² .	
Secretaría de Seguridad con la campaña "Línea de emergencia 911", vigencia del 04 de abril al 03 de junio	Dar a conocer la línea de emergencia. Debido a que es una línea que se usa únicamente en casos de emergencia, ya sea por robo, incendio, salud, entre otros, es utilizado para salvaguardar la vida de los tamaulipecos.	Artículos 41 apartado C y 134 de la Constitución; 209 numeral I de la LGIPE	Procedente. Se trata de información institucional con fines educativos, pues instruye a la población sobre las herramientas que permiten alertar a las autoridades de la existencia de una emergencia o de un delito, lo que coadyuva con las labores de prevención y persecución de delitos. Así, puede ser considerado dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional	INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
Secretaría de Turismo con la campaña "Semana Santa 2021"; vigente del 04 de abril al 02 de junio	Promocionar los principales destinos turísticos del Estado para generar mayor derrama de turistas y visitantes, así como incrementar ocupación hotelera, uso eficiente de recursos, a través de medios electrónicos que lleven el mensaje de promoción e incentivar una estancia más larga y mayor derrama en actividades y el consumo y servicios locales.	Artículos 41 apartado C y 134 de la Constitución; 209 numeral I de la LGIPE	Procedente. Se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural del pueblo, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura, siendo que de conformidad con lo	CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021

⁷² Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los **programas sociales** durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros.</p> <p>En consecuencia, resulta evidente que la promoción nacional del estado de Tamaulipas, en relación a sus lugares y destinos turísticos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres.</p>	
<p>Secretaría de Turismo con la campaña "Verano 2021"; vigente del 04 de abril al 02 de junio</p>	<p>Difusión y promoción de atractivos turísticos de Tamaulipas para la temporada de vacaciones 2021. A nivel local y nacional se busca hacer promoción de la educación respecto de la geografía, historia y costumbres, lo que permitirá incrementar la llegada de turistas y visitantes al estado.</p>	<p>Artículos 41 apartado C y 134 de la Constitución; 209 numeral I de la LGIPE</p>	<p>Procedente. Se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución.</p> <p>Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural del pueblo, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros.</p> <p>En consecuencia, resulta evidente que la promoción nacional del estado de Tamaulipas, en relación a sus lugares y destinos turísticos, se inserta en el</p>	<p>CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021</p>

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres.</p>	
<p>Secretaría de Turismo con la campaña "Conoce TAM"; vigente del del 04 de abril al 02 de junio</p>	<p>Difusión y promoción de la plataforma digital relacionada a experiencias turísticas en Tamaulipas a través de operadores locales</p>	<p>Artículos 41 apartado C y 134 de la Constitución; 209 numeral I de la LGIPE</p>	<p>Procedente. Se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución.</p> <p>Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural del pueblo, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros.</p> <p>En consecuencia, resulta evidente que la promoción nacional del estado de Tamaulipas, en relación a sus lugares y destinos turísticos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres.</p>	<p>CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021</p>
<p>Secretaría de Turismo con la campaña "Campaña SaniTamPro"; vigencia del 04 de abril al 02 de junio</p>	<p>Promover la cultura de la limpieza e higiene en el sector turístico del Estado de Tamaulipas, y generar nuevos hábitos. Nuevas prácticas de sanitización de higiene y sanitización para vivir la nueva realidad en el desarrollo de las actividades</p>	<p>Artículos 41 apartado C y 134 de la Constitución; 209 numeral I de la LGIPE</p>	<p>Procedente. Los artículos 3, fracción XI, 162 y 163 de la Ley General de Salud, disponen que es materia de salubridad general la educación para la salud, y que el derecho a su protección tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. Asimismo, que la acción en materia de prevención comprende la adopción de diversas medidas entre las</p>	<p>INE/CG172/2018</p>

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	turísticas en el Estado.		que se encuentra el fomento de programas de educación y orientación a la población. Por lo que este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.	
Secretaría de Turismo con la campaña "Cierre de playas"; vigencia del 04 de abril al 02 de junio	En caso de que la pandemia por el virus SARS-CoV-2 COVID-19, exigiera una nueva suspensión de actividades recreativas y cierre de playas de nuestra entidad, se informará a la población para que no asista a las playas del estado.	Artículos 41 apartado C y 134 de la Constitución; 209 numeral I de la LGIPE	Procedente. Protección civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona la protección y la asistencia a los ciudadanos ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y el entorno en el que vive. Además, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.	INE/CG109/2021
Secretaría de Turismo con la campaña "Aplicación Compra Tam"; vigencia del 04 de abril al 02 de junio	A través del uso de aplicación se permitirá el acceso a las playas de la entidad, para controlar el aforo permitido, asimismo los visitantes y turistas contarán con información importante de todos y cada uno de los destinos turísticos de la entidad y los negocios que han reforzado sus buenas prácticas de limpieza.	Artículos 41 apartado C y 134 de la Constitución; 209 numeral I de la LGIPE	Procedente. Se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural del pueblo, al aprovechamiento de los recursos y al	CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>acrecentamiento de nuestra cultura, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros.</p> <p>En consecuencia, resulta evidente que la promoción de una herramienta tecnológica que facilite el conocimiento de los lugares turísticos del estado de Tamaulipas y el estado que guardan en relación a la pandemia por COVID-19, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres.</p>	
<p>Secretaría de Turismo con la campaña "Página de internet www.visittam.com"; vigencia del 04 de abril al 02 de junio</p>	<p>Informar a través de la página de internet diverso contenido para que los visitantes y turistas cuenten con un rápido y fácil acceso a información actualizada en temas turísticos del estado.</p>	<p>Artículos 41 apartado C y 134 de la Constitución; 209 numeral I de la LGIPE</p>	<p>Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en la página web.</p> <p>No obstante lo anterior, la difusión de información del mencionado sitio web debe estar a lo dispuesto por la Sala Superior del TEPJF en la 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".</p>	
<p>Secretaría de Turismo con la campaña "Reserva de playas", vigencia del 04 de abril al 02 de junio</p>	<p>Informar a la ciudadanía que el acceso a las playas del Estado, solo se podrá hacer mediante reservaciones en la aplicación "Compra Tam", para tener un control de ingreso de personas y no rebasar el aforo autorizado en cada una de las playas, y de esta forma no constituyan una fuente de contagios por el virus SARS-CoV-2 COVID-19</p>	<p>Artículos 41 apartado C y 134 de la Constitución; 209 numeral I de la LGIPE</p>	<p>Procedente. Protección civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona la protección y la asistencia a los ciudadanos ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y el entorno en el que vive.</p> <p>Además, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su</p>	<p>INE/CG109/2021</p>

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.	
Secretaría de Turismo con la campaña "Redes sociales Facebook Turismo Tamaulipas, liga de internet Facebook.com/VisitTamaulipas", vigencia del 04 de abril al 02 de junio	Informar a través de redes sociales diverso contenido para que los visitantes y turistas cuenten con un rápido y fácil acceso a información actualizada en temas turísticos del estado.	Artículos 41 apartado C y 134 de la Constitución; 209 numeral I de la LGIPE	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales. No obstante lo anterior, la difusión de información del mencionado sitio web debe estar a lo dispuesto por la Sala Superior del TEPJF en la 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".	

55. Ayuntamiento de Matamoros, Tamaulipas. La solicitud remitida por mencionado ayuntamiento contiene formatos de campañas que pretenden emitir otros entes públicos del mismo, por lo que se detallará en cada uno de los casos que ente es el solicitante.

ENTES PÚBLICOS Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia de Matamoros con la campaña "Inscripciones al servicio de guardería y preescolar en centro asistencial de desarrollo infantil"; vigencia del 01 de abril al 30 de mayo.	Es una campaña de inscripción dirigida a padres y madres trabajadores que requieran servicio de guardería para niños de 6 meses a 2 años 11 meses y preescolar de 3 años a 5 años 11 meses de la colonia ampliación el porvenir y alrededores del Municipio de Matamoros		Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a informar e incentivar que los niños sean inscritos y asistan a la escuela. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional ya que, incentiva que los niños participen de la educación formal que imparte el Estado.	
Centro de	Se realiza una campaña anual		Improcedente. Si bien la campaña	

ENTES PÚBLICOS Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Rehabilitación Integral con la campaña "Oigamos Juntos"; no menciona vigencia	para beneficiar a 100 personas con discapacidad auditiva, para incorporarlos a la vida comunitaria y social, conectando a las personas con la vida.		guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que proporciona ayuda y atención integral a personas con discapacidad auditiva, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ⁷³ .	
Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia de Matamoros con la campaña "Una mirada de amor"; vigencia del 24 de marzo al 27 de mayo	Realizar valoraciones Oftalmológicas gratuitas a toda la población general de la Ciudad de H. Matamoros, con previa cita agendada en las instalaciones del DIF Central de H. Matamoros Tamaulipas.		Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que otorga servicios de salud visual, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ⁷⁴ .	
Sistema para el Desarrollo	Crear un espacio de encuentro entre niñas y niños		Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica	

⁷³ Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los **programas sociales** durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

⁷⁴ *Ídem.*

ENTES PÚBLICOS Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Integral de la Familia de Matamoros y la Secretaría de Educación, Cultura y Deporte con la campaña "3er. Festival y encuentro para niñas y niños bebeleche binacional"; vigencia del 01 al 30 de abril	con el arte y la cultura que les permita disfrutar de su derecho de libre acceso a la cultura, a través de contenidos generados por especialistas en públicos infantiles.		radio y televisión, sino solo en redes sociales ⁷⁵	
Secretaría de Salud Pública Municipal "Juntos luchemos contra el dengue"; vigencia del 01 de enero al 29 de septiembre	Concientizar a la población y tomar medidas que impacten directamente en la reducción de la proliferación del vector <i>Aedes aegypti</i> , responsable de enfermedades como el dengue, sika y chikungunya.	Artículo 49, fracciones IV y XXI del Código Municipal para el Estado de Tamaulipas y 13 III y VI de la Ley de Salud para el Estado de Tamaulipas.	<p>Procedente. La campaña tiene como objetivo principal el fomento de la integridad física, la protección de la salud y de la vida humana, en particular durante los próximos meses en que aumenta el riesgo de contagio por las condiciones climáticas de la temporada.</p> <p>Esta campaña está enfocada a que la transmisión no se intensifique y se mantenga el control y la prevención de dicha enfermedad, impidiendo el riesgo de una epidemia.</p> <p>Así, el concepto de servicios de salud debe entenderse como el conjunto de actividades que se llevan a cabo para la satisfacción de dicha necesidad colectiva de interés público, las cuales comprenden todos aquellos actos, medios y recursos que son indispensables para su adecuada prestación.</p> <p>En ese sentido, el concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, ya que necesariamente abarca, entre otros aspectos la lucha contra enfermedades trasmisibles y la</p>	INE/CG120/2015 e INE/CG119/2019

⁷⁵ No obstante la improcedencia, para este caso resulta aplicable mutatis mutandis la tesis LXII/2016 de la Sala Superior del TEPJF, de rubro "PROPAGANDA GUBERNAMENTAL. LA INVITACIÓN A UNA CELEBRACIÓN DE CARÁCTER CULTURAL Y SOCIAL, NO VIOLA LA PROHIBICIÓN CONSTITUCIONAL DE DIFUNDIRLA EN PROCESO ELECTORAL".

ENTES PÚBLICOS Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			realización de campañas sanitarias.	
Secretaría de Salud Pública Municipal "Juntos luchemos contra el dengue. Publicaciones" ⁷⁶ ; vigencia del 01 de enero al 29 de septiembre	Publicar diariamente en redes sociales sobre las acciones realizadas con fotografías e informar sobre la importancia de realizar estas acciones en casa.	Artículo 49, fracciones IV y XXI del Código Municipal para el Estado de Tamaulipas y 13 III y VI de la Ley de Salud para el Estado de Tamaulipas.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales	
Secretaría de Salud Pública Municipal "Brigadas Médicas"; vigencia del 01 de enero al 29 de septiembre	Realizar brigadas médicas para detección temprana y seguimiento de casos sospechosos de COVID-19, detección y seguimiento de población vulnerable con enfermedades crónico-degenerativas y control nutricional.	Artículo 49, fracciones IV y XXI del Código Municipal para el Estado de Tamaulipas y 13 III y VI de la Ley de Salud para el Estado de Tamaulipas.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que otorga servicios de salud con la finalidad de prevenir, detectar y tratar diversas enfermedades de familias vulnerables, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ⁷⁷ .	
"Brigadas médicas. Publicaciones" ⁷⁸ ; vigencia del 01	Publicar diariamente en redes sociales sobre las acciones realizadas con fotografías e informar sobre los lugares	Artículo 49, fracciones IV y XXI del Código Municipal para el Estado de Tamaulipas	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales	

⁷⁶ No obstante que tiene el mismo nombre que la campaña anterior el objetivo de esta campaña es diferente, por lo que se trata de una campaña distinta, por ende, con una finalidad de distinción se le agregó la palabra "Publicaciones".

⁷⁷ Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los **programas sociales** durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

⁷⁸ No obstante que tiene el mismo nombre que la campaña anterior el objetivo de esta campaña es diferente, por lo que se trata de una campaña distinta, por ende, con una finalidad de distinción se le agregó la palabra "Publicaciones".

ENTES PÚBLICOS Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
de enero al 29 de septiembre de 2021.	donde se realizarán las brigadas, maneras de recibir apoyos, así como los resultados de las mimas	y 13 III y VI de la Ley de Salud para el Estado de Tamaulipas.		
Secretaría de Salud Pública Municipal "Médico en tu hogar"; vigencia del 01 de enero al 29 de septiembre	Consultas médicas a domicilio, entrega de medicamentos, valoración nutricional y seguimiento de pacientes crónicos degenerativos de población en situación de vulnerabilidad	Artículo 49, fracciones IV y XXI del Código Municipal para el Estado de Tamaulipas y 13 III y VI de la Ley de Salud para el Estado de Tamaulipas.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que otorga servicios de salud a domicilio de familias vulnerables y entrega de medicamentos, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ⁷⁹ .	
Secretaría de Salud Pública Municipal "Médico en tu hogar. Publicaciones" ⁸⁰ ; vigencia del 01 de enero al 29 de septiembre	Publicar diariamente en redes sociales sobre las acciones realizadas con fotografías e informar sobre los lugares donde se realizarán las brigadas, maneras de recibir apoyos, así como los resultados de las mimas	Artículo 49, fracciones IV y XXI del Código Municipal para el Estado de Tamaulipas y 13 III y VI de la Ley de Salud para el Estado de Tamaulipas.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales	

56. DIF del Ayuntamiento de Playas de Rosarito, Baja California.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
----------	----------	-----------------------------	--------------	-----------------------

⁷⁹ Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los **programas sociales** durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

⁸⁰ No obstante que tiene el mismo nombre que la campaña anterior el objetivo de esta campaña es diferente, por lo que se trata de una campaña distinta, por ende, con una finalidad de distinción se le agregó la palabra "Publicaciones".

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“INAPAM”, con vigencia de enero a diciembre	Entrega de tarjetas INAPAM, tarjeta de discapacidad y tarjetón de estacionamiento para personas con discapacidad, como apoyo en favor de personas con discapacidad y personas de la 3era edad.		Improcedente. Si bien el programa guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de un programa social de entrega de apoyos para personas con discapacidad y de la tercera edad, la difusión de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ⁸¹ .	
“Formando Multiplicadores” ⁸²	Sin información		Improcedente. No se presentó la información necesaria para poder analizar la campaña.	
“Programa Alimentario” con vigencia de enero 2021 a diciembre de 2021	Contribuir con el mejoramiento nutricional a través de una dotación de insumos que permitan mejorar las necesidades alimenticias de comunidades vulnerables, mejorando su calidad de vida.		Improcedente. Si bien el programa guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de un programa social de entrega de insumos alimentarios a familias vulnerables, la difusión de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ⁸³ .	

⁸¹ Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los **programas sociales** durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

⁸² La información del formulario presentado es la misma que para la campaña “INAPAM”, por lo que no se cuenta con la información necesaria y suficiente para poder analizar la solicitud presentada respecto a esta campaña.

⁸³ Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los **programas sociales** durante las campañas electorales; sin

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Talleres Psicoeducativos para niños y adolescentes”, con vigencia del 04 de marzo al 24 de septiembre	Se impartirán talleres de psicoeducación a niños y adolescentes sobre sus emociones y el cuidado de la salud mental, para identificar, atender y prevenir sobre ella.		Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a promocionar la impartición de talleres que contribuyan a mejorar la salud emocional de los niños y adolescentes, ya que estas actividades corresponden a la educación informal y contribuyen a combatir los problemas de adicciones y violencia.	INE/CG78/2016
“Taxi DIF”, con vigencia del 01 de enero al 30 de diciembre	Proporcionar el servicio de transporte a la ciudadanía que no cuenta con vehículo propio o el sustento para llegar a sus terapias de rehabilitación		Improcedente. Se trata del ejercicio de un programa social que no guarda relación con algún concepto de excepción a la difusión de propaganda gubernamental, además su difusión no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ⁸⁴ .	
“Servicio Profesional en Rehabilitación Física”, con vigencia del 01 de enero al 30 de diciembre	Brindar cuidado y mejoramiento de las personas discapacitadas del municipio.		Improcedente. Si bien el programa guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de un programa social de rehabilitación física a personas discapacitadas, la difusión de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio	

embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

⁸⁴ *Ídem.*

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			directo a un sector específico de la población, como es el caso ⁸⁵ .	

57. Gobierno del estado de Zacatecas. La solicitud remitida por la citada entidad contiene formatos de campañas que pretenden emitir otros entes públicos del Estado, por lo que se detallará en cada uno de los casos que ente es el solicitante.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Secretaría de Educación, "Proceso de Admisión 2021-2022 al bachillerato General Militarizado", con vigencia del 19 de febrero al 23 de abril	Brindar una alternativa educativa, dando a conocer el proceso de admisión al Bachillerato General Militarizado	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que está relacionada con la difusión de alternativas educativas hacia los jóvenes para continuar con sus estudios.	CG75-2012, CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG245/2019 e INE/CG109/2021
Secretaría de Educación, "Participación en el Concurso Nacional de Expresión Literaria sobre los símbolos patrios", con vigencia de marzo a junio	Generar un enfoque humanista sobre los símbolos patrios.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña relativa a incentivar la enseñanza a profundidad de la historia y significado de los símbolos patrios a través del concurso mencionado, pues genera un sentido de pertenencia a la nación reflejado mediante la literatura. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
Secretaría de Educación, "Sigamos aprendiendo en el hospital", con vigencia de marzo a junio	Lograr la vinculación entre salud y educación y con ello evitar el rezago educativo y la pérdida del ciclo escolar.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente: Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación al dirigirse a la población de Zacatecas con el propósito de abatir los índices de rezago educativo y la pérdida del ciclo escolar en los niños que se encuentran hospitalizados.	CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
Secretaría de	Fomento educativo que	Artículo 44 del	Procedente: La Constitución concibe	CG83/2014,

⁸⁵ Ídem

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Educación, "Dejando huella en la educación", con vigencia de abril a junio	brinde la posibilidad de mejores oportunidades laborales a la ciudadanía	Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a fomentar la educación. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional ya que, incentiva a la ciudadanía a seguirse preparando educativamente y así tener la posibilidad de generarse mayores oportunidades laborales.	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019 e INE/CG109/2021
Secretaría de Educación, "Día de la educadora", con vigencia únicamente el día 21 de abril	Extender felicitaciones a las profesionales de la educación.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Improcedente. Es oportuno mencionar que el formulario remitido carece de motivación que permita establecer su importancia y, por ende, su vinculación con algún concepto de excepción, además de no precisar los medios a través de los cuales se planea su difusión. En ese sentido, este Consejo General considera que la información a difundir únicamente tiene como objetivo conmemorar el día de las educadoras, por lo que, resulta importante destacar que la campaña no constituye propaganda gubernamental en razón de que no se trata de información publicada que haga del conocimiento general logros de gobierno, avances, acciones, programas o cualquier desarrollo económico, social, cultural o político, o bien, beneficios y compromisos cumplidos por parte del ente solicitante, por lo que no es materia del presente instrumento.	INE/CG119/2019
Secretaría de Educación, "Participación en procesos de formación, capacitación y actualización de las diferentes figuras educativas", con vigencia de abril a julio	Contribuir a robustecer los conocimientos, capacidades y competencias de las figuras educativas a fin de lograr la idoneidad en la función.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a contribuir con la capacitación continua de las figuras educativas. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			texto constitucional ya que, busca robustecer los conocimientos, capacidades y competencias de las figuras educativas.	
Secretaría de Educación, "Día del maestro", con vigencia únicamente el día 15 de mayo	El día del maestro es una festividad en la que se conmemora a las personas que se dedican a enseñar de manera profesional, por lo que en su día se pretende homenajear a hombres y mujeres que decidieron enseñar a estudiantes de manera profesional.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	<p>Improcedente. El formulario no está debidamente fundado y motivado, ya que no es posible desprender con claridad si la solicitud se refiere a una campaña para conmemorar el día del maestro, o bien, para invitar a una celebración organizada para celebrar el día del maestro.</p> <p>Ahora bien, resulta importante destacar que cualquiera de las dos opciones anteriores, no constituyen propaganda gubernamental en razón de que no se trata de información publicada que haga del conocimiento general logros de gobierno, avances, acciones, programas o cualquier desarrollo económico, social, cultural o político, o bien, beneficios y compromisos cumplidos por parte del ente solicitante, por lo que no es materia del presente instrumento.</p> <p>En ese sentido, de acuerdo a lo establecido por la Sala Superior⁸⁶, este Consejo General estima que la colocación de lonas, pendones o gallardetes, u otro tipo de propaganda, en época electoral, con motivo de la invitación a festejar un día social, no infringe la prohibición de difundir propaganda gubernamental, durante una campaña electoral, aun cuando no esté en los supuestos de excepción expresamente señalados por el referido precepto constitucional, siempre que no difunda programas, acciones, obras o logros de gobierno, que tengan como finalidad apoyar o atacar algún candidato o partido político específico o que se promocióne a un servidor público, ni contenga expresiones, logotipos, emblemas, lemas que promociónen a algún partido político, coalición o candidato, porque no se trata de</p>	INE/CG119/2019

⁸⁶ En la 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.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			propaganda que contenga expresiones de naturaleza político-electoral ni gubernamental, sino de una invitación para la celebración de un acto de carácter cultural y social.	
Secretaría de Educación, "Día del estudiante", con vigencia únicamente el día 23 de mayo	Conmemorar el movimiento estudiantil de 1929, que llevó a la UNAM a adquirir su autonomía marcando un precedente en la historia de México, y felicitar a todos aquellos que tienen la oportunidad de estudiar.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente: Resulta evidente el vínculo de esta campaña con la educación pues busca conmemorar un suceso histórico relevante en materia educativa. En ese sentido esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
Secretaría de Educación, "Concurso: "Ruta de la Independencia", con vigencia únicamente en mayo	Fomentar el estudio en niñas y niños de quinto grado de primaria.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente: Al igual que las campañas anteriores, resulta evidente el vínculo de esta campaña con la educación pues busca fomentar el estudio. En ese sentido esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
Secretaría de Educación, "Olimpiada del conocimiento", con vigencia de mayo a junio	Fomentar la educación.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente: Al igual que las campañas anteriores, resulta evidente el vínculo de esta campaña con la educación pues busca fomentar el estudio. En ese sentido esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
Secretaría de Educación, "La niña, el niño y la mar" ⁸⁷ , con vigencia en abril	Fomentar en las niñas y niños mexicanos, un acercamiento a las expresiones creativas a través de la pintura, para promover por medio del arte la construcción de una conciencia ecológica-marítima.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente: Al igual que las campañas anteriores, resulta evidente el vínculo de esta campaña con la educación pues busca fomentar en niñas y niños una conciencia ecológica-marítima a través del arte. En ese sentido esta campaña es considerada dentro del concepto de	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021

⁸⁷ De esta campaña se remitieron dos formatos idénticos.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	
Secretaría de Educación, "Concurso: "Ruta de la Independencia. Fase Regional", con vigencia sin definir	Fomentar el estudio en niñas y niños de quinto grado de primaria.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente: Al igual que las campañas anteriores, resulta evidente el vínculo de esta campaña con la educación pues busca fomentar el estudio. En ese sentido esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
Secretaría de Educación, "Concurso Nacional de Expresión Literaria "La Juventud y la Mar", con vigencia sin definir	Motivar a la juventud mexicana para que expresen su sentir y percepción respecto del mar y despertar en ellos el interés por las actividades marítimas y navales.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente: Al igual que las campañas anteriores, resulta evidente el vínculo de esta campaña con la educación pues busca fomentar en los jóvenes el interés por actividades marítimas y navales. En ese sentido esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
Secretaría de Educación, "Olimpiada del conocimiento. Fase Regional", con vigencia sin definir	Fomentar el estudio en niñas y niños de sexto grado de primaria.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente: Al igual que las campañas anteriores, resulta evidente el vínculo de esta campaña con la educación pues busca fomentar el estudio. En ese sentido esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
Secretaría de Seguridad Pública, "Bachillerato General Policial", con vigencia sin definir	Fortalecer y ampliar la oferta educativa.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que está relacionada con la difusión de alternativas educativas hacia los jóvenes para continuar con sus estudios.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Fiscalía General de Justicia de Zacatecas, "Aprende y diviértete con seguridad", con vigencia de febrero hasta nuevo aviso	Concientizar a la ciudadanía sobre el uso responsable de las redes sociales, para no ser víctima de algún tipo de extorsión.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente: El artículo 6 de la CPEUM, establece la obligación que tiene el Estado de garantizar el derecho de acceso a las tecnologías de la información y comunicación. En ese sentido se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que tiene como propósito fundamental educar y crear conciencia en la ciudadanía sobre el uso responsable de las redes sociales con el fin de contar con las medidas necesarias para navegar con seguridad.	
Universidad Tecnológica de Zacatecas, "Inscripciones a la Universidad Tecnológica de Zacatecas", con vigencia de marzo a junio	Brindar una opción de oferta educativa para cursar alguna carrera orientada al campo científico y tecnológico.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a informar e incentivar ofertas educativas. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional ya que, incentiva la continuidad educativa a nivel superior.	
Colegio de Bachilleres del Estado de Zacatecas, "Cierre de inscripciones para el Colegio de Bachilleres del Estado de Zacatecas", con vigencia de mayo a junio	Informar a todas aquellas personas que desean ingresar a alguno de los planteles del Colegio de Bachilleres del Estado de Zacatecas, sobre el periodo de cierre de inscripciones.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a informar a los jóvenes sobre el periodo de inscripciones en los diversos planteles del Colegio de Bachilleres del Estado de Zacatecas. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional ya que, incentiva que los jóvenes conozcan los periodos de inscripción y así poder continuar sus estudios a nivel medio superior.	
Dirección de Policía de Seguridad Vial, "El alcoholímetro salva	Reducir el consumo nocivo de alcohol y generar conciencia sobre el riesgo que existe al conducir bajo el influjo del	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del	Procedente. La campaña tiene como objetivo informar y concientizar acerca del consumo nocivo de alcohol y los riesgos que se generan al conducir	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
vidas”, con vigencia permanente	alcohol y sus consecuencias.	Titular del Poder Ejecutivo	bajo su influjo. Así, se estima pertinente exceptuar de las prohibiciones constitucionales en materia de propaganda gubernamental esta campaña, pues se estima que el concepto de salud la ampara bajo la idea fundamental por parte de las autoridades respecto del alcoholímetro y su beneficio en materia de salud y seguridad vial.	
Dirección de Policía de Seguridad Vial, “Todos somos peatones”, con vigencia permanente	Concientizar a conductores y peatones sobre las responsabilidades que tiene cada uno, con el fin de reducir los accidentes y muertes.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	<p>Procedente. Los artículos 3, fracción XI, 162 y 163 de la Ley General de Salud, disponen que es materia de salubridad general la educación para la salud, y que el derecho a la protección a la misma tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. Asimismo, que la acción en materia de prevención de accidentes comprende la adopción de diversas medidas entre las que se encuentra el fomento de programas de educación y orientación a la población con la difusión de mensajes específicos para sensibilizar a los conductores acerca de los riesgos que significa transportarse en automóvil sin respetar reglas como son: 1) Usar el cinturón de seguridad; 2) Respetar los límites de velocidad y las señales viales; 3) No usar dispositivos móviles mientras el usuario maneja. 4) No conducir bajo los efectos de bebidas alcohólicas o medicamentos que produzcan somnolencia, y 5) Usar el casco si se usa motocicleta.</p> <p>En razón de lo anterior, no obstante que el fundamento legal radica en la Ley General de Salud, al ser una materia de educación y orientación para prevenir accidentes y generar entornos protegidos, eficaces, certeros y confiables resulta necesario exceptuar de las reglas de propaganda gubernamental la campaña como una forma de educación de la población para efectos preventivos.</p>	INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG119/2019
Dirección de Policía de Seguridad Vial,	Dar a conocer a la ciudadanía la creación del Centro Cívico de Sanciones Administrativas	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades	Procedente. La campaña tiene como objetivo informar acerca de la creación del Centro Cívico de Sanciones	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
"Centro Cívico de Sanciones Administrativas", con vigencia permanente	donde serán llevados todos aquellos que conduzcan bajo el influjo del alcohol.	Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Administrativas donde serán llevados todos aquellos que conduzcan bajo el influjo del alcohol. Así, se estima pertinente exceptuar de las prohibiciones constitucionales en materia de propaganda gubernamental esta campaña, pues se estima que el concepto de salud la ampara bajo la idea contar con una dependencia que aplique sanciones administrativas que velen por un beneficio en materia de salud y seguridad vial.	
Instituto Zacatecano de Cultura Ramón López Velarde, "35 Festival Cultural Zacatecas 2021", con vigencia del 27 de marzo al 10 de abril	Difundir las actividades en el marco del Festival Cultural Zacatecas 2021.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que está relacionada con la difusión de actividades culturales y artísticas con el fin de promover en la población dichos eventos.	
Instituto Zacatecano de Cultura Ramón López Velarde, "17 Jornadas Candelario Huizar 2021 y Entrega de la Medalla al Mérito Musical", con vigencia de abril a mayo	Distinguir y homenajear el desempeño y labor de los músicos zacatecanos.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que está relacionada con la difusión de actividades artísticas con el fin de promover la música.	
Instituto Zacatecano de Cultura Ramón López Velarde, "15 Aniversario de la Fototeca de Zacatecas Pedro Valtierra", con vigencia en el mes de abril	Conmemorar el 15 aniversario de la Fototeca de Zacatecas Pedro Valtierra.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que está relacionada con la conservación, investigación, enseñanza y difusión de la fotografía.	
Instituto Zacatecano de Cultura Ramón López Velarde, "Programa ¡Vive la Ciudad!", con	Fomento cultural, a través de conciertos nocturnos en el estacionamiento del Palacio de Convenciones para que el público acuda en sus carros sin exponerse a contagios por	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento cultural, por lo que se considera pertinente exceptuar la	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
vigencia determinada por actividad mensual	Covid-19.		presente campaña, ya que está relacionada con la difusión de actividades y servicios en materia artística y cultural con el fin de promover en la población dichos eventos.	
Instituto Zacatecano de Cultura Ramón López Velarde, "16 Festival Cultural de la Diversidad Sexual 2021", con vigencia de abril al 17 de mayo	Concientizar a la sociedad del respeto y tolerancia hacia la comunidad LGBTTTIQ	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente: En atención a los derechos de igualdad y a la no discriminación, la difusión de esta campaña permite la inclusión de la comunidad LGBTTTIQ en actividades culturales y educativas como parte de la sociedad. Así, esta campaña puede ser considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	
Instituto Zacatecano de Cultura Ramón López Velarde, "21 Festival Nacional del Libro 2021", con vigencia de abril al 31 de mayo	Promover y difundir la lectura entre la ciudadanía zacatecana.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a promover y difundir la lectura. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	
Instituto Zacatecano de Cultura Ramón López Velarde, "24 Jornadas Lopezvelardeanas y premio Iberoamericano "Ramón López Velarde", con vigencia del 01 de mayo a junio	Resaltar y mantener vigente la obra del poeta Ramón López Velarde.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de la cultura regional, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña ya que está relacionada con la difusión de actividades culturales con el fin de promover en el patrimonio cultural intangible de Zacatecas.	
Instituto Zacatecano de Cultura Ramón López Velarde, "8 Festival del Corrido a Don Antonio Aguilar", con	Fomentar la cultura a través de la apreciación del género musical como es el corrido, ligado a la historia de la entidad, como instrumento de difusión crónica y narración musical del pasado y el	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de la cultura regional, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña ya que está	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
vigencia de mayo al 20 de junio	presente.		relacionada con la difusión de actividades culturales en el ámbito musical.	
Instituto Zacatecano de Cultura Ramón López Velarde, "24 Festival Zacatecas del Folclor Internacional", con vigencia de junio al 01 de agosto	Fomentar la cultura mediante el conocimiento de la música, la danza y las artesanías de países como: Perú, Rumania, Taiwán, Ecuador, Polonia, Irán, Chile, México, entre otros.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento cultural, por lo que se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que está relacionada con la difusión de actividades en materia artística y cultural internacional con el fin de promover en la población dichos eventos.	
Instituto Zacatecano de Cultura Ramón López Velarde, "Centenario de la muerte de Ramón López Velarde", con vigencia durante el mes de junio	Fomento a la cultura, conmemorando el centenario de la muerte de Ramón López Velarde.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de la cultura regional, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña ya que está relacionada con la difusión de actividades culturales con el fin de promover en el patrimonio cultural intangible de Zacatecas.	
Secretaría de Salud, "La pandemia sigue", con vigencia durante el mes de febrero y hasta nuevo aviso	Concientizar a la ciudadanía sobre las medidas sanitarias pertinentes en razón de la actual pandemia.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente. La campaña tiene como finalidad de concientizar a la población sobre mantener las medidas sanitarias por COVID-19, cuestión que determina las medidas y protocolos de salud y protección civil que las autoridades estiman se deben aplicar. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y	INE/CG109/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			salud.	
Secretaría de Salud, "Estilos de vida saludable", con vigencia durante el mes de abril	Mejorar los niveles de bienestar de la población zacatecana, ayudándoles a cambiar a un estilo de vida saludable y así poder reducir el número de casos por diabetes mellitus tipo 2.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente: Este Consejo General considera que esta campaña debe exceptuarse de la suspensión de propaganda gubernamental, pues guarda relación con el concepto de salud, dado que su principal propósito es realizar acciones encaminadas a promover la protección del derecho de gozar de buena salud	CG75/2012, CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, e INE/CG109/2021
Secretaría de Salud, "Prevención de embarazos", con vigencia durante el mes de abril	Concientizar a la juventud sobre la responsabilidad que conlleva tener una vida sexual activa a temprana edad, así como informar oportunamente sobre el uso de métodos anticonceptivos.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente: El artículo 4° de la CPEUM dispone que el Estado protegerá la organización y desarrollo de la familia, mientras que el artículo 5° de la Ley General de Población, señala que el Consejo Nacional de Población tiene a su cargo la planeación demográfica del país. En adición de lo anterior, el artículo 17 del Reglamento de la Ley General de Población estipula que los programas de planificación familiar informarán de manera clara y llana los fenómenos demográficos y de salud reproductiva, así como sobre el derecho de los individuos a planificar su familia, de manera informada y responsable. Así, como se ha referido en años anteriores, este tipo de campañas deben ser consideradas como exceptuadas de la prohibición constitucional, ya que ayudan a difundir información importante sobre salud reproductiva a temprana edad, y así evitar consecuencias físicas, psicológicas y sociales, como lo son el riesgo de padecer infecciones de transmisión sexual, embarazos no deseados, trastornos psicológicos, estigma y discriminación.	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017
Secretaría de Salud, "Juntos sin adicciones", con vigencia durante el mes de mayo	Sensibilizar a los jóvenes sobre los diferentes tipos de adicciones.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente. La campaña tiene como objetivo informar y concientizar acerca del uso, abuso y dependencia a sustancias nocivas, problemática que se encuentra presente en la juventud. Así, se estima pertinente exceptuar de las prohibiciones constitucionales en materia de propaganda gubernamental esta campaña, pues se estima que el concepto de salud la ampara bajo la idea fundamental de	INE/CG61/2015 INE/CG65/2017 INE/CG172/2018 INE/CG109/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			que las autoridades pueden y deben dictar medidas preventivas y la ejecución de estas para conservar la salud, así como el combate que se realice para erradicar el uso de drogas.	
Secretaría de Salud, "Programa de Violencia Familiar y de Género", con vigencia durante el mes de junio	Reforzar las acciones de prevención y capacidad de respuesta ante casos de violencia familiar y de género.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	<p>Procedente. La violencia familiar tiene graves consecuencias inmediatas y a largo plazo para el desarrollo psicológico y social de las personas, las familias, las comunidades y los países, por lo que se debe evaluar este problema como una prioridad de salud pública y tomar medidas para prevenirla y resolverla.</p> <p>La difusión de la protección, asesorías y las herramientas implementadas por el estado para combatir y prevenir la violencia familiar es una campaña educativa para la población, que contribuye a intensificar la conciencia respecto de que ésta es una cuestión pública y una violación a los derechos humanos que afecta a la sociedad en general, además de constituirse como un medio para informar y educar a las víctimas de violencia acerca de su derecho a recibir apoyo y reparación, y la forma en que pueden hacer valer estos derechos.</p> <p>Por tanto, esta campaña debe ser considerada dentro de las excepciones previstas a la transmisión de propaganda gubernamental durante los periodos de campaña de los Procesos Electorales materia del presente Acuerdo por encontrarse vinculada con los conceptos de educación y salud.</p>	INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG245/2019 e INE/CG109/2021
Secretaría de Salud, "Prevención de la obesidad, diabetes e hipertensión", con vigencia durante el mes de junio	Fortalecer la prevención y promoción de la salud a través de la identificación de las condiciones de salud.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	<p>Procedente: Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a la población en general con el propósito de abatir los altos índices de obesidad, busca motivar a llevar una vida saludable y prevenir el mayor número de enfermedades posibles, como diabetes e hipertensión, sensibilizando sobre el tema e invitando a la práctica del ejercicio y buena alimentación.</p>	CG75/2012, CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, e INE/CG109/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Secretaría de Salud, "COVID-19/Vacunación Covid-19", con vigencia por definir	Dar a conocer el reporte de las vacunas contra COVID-19	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	<p>Procedente: El derecho a la protección de la salud, del que todo mexicano goza, debe ser razonado en los términos expresados en el considerando 16 del presente instrumento, esto es, la Secretaría de Salud es claramente una autoridad administrativa cuyo propósito de creación es realizar toda acción encaminada a proteger, promover y realizar actividades relacionadas con la protección del derecho a gozar de buena salud y el concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, ya que necesariamente abarca, entre otros aspectos, la vacunación, planificación y control de los servicios de atención médica, salud pública y la asistencia social.</p> <p>Por tanto, esta campaña debe considerarse dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales durante los periodos de campaña que se lleven a cabo en los procedimientos electorales a las campañas de esta instancia.</p>	INE/CG/109/2021
Sistema Estatal para el Desarrollo de la Familia, "Aliento de vida", con vigencia durante el mes de enero y hasta nuevo aviso	Apoyar a pacientes con COVID-19 y que no tienen ningún tipo de seguridad social con dos tanques de oxígeno	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	<p>Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que ofrece dos tanques de oxígeno a pacientes con COVID-19 de escasos recursos, la promoción de la misma no cumple con los criterios de generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso⁸⁸.</p>	

⁸⁸ Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los **programas sociales** durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Sistema Estatal para el Desarrollo de la Familia, "Estamos contigo", con vigencia durante el mes de enero y hasta nuevo aviso	Apoyar a pacientes con COVID-19 que no tienen ningún tipo de seguridad social con el préstamo de un oxímetro.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que ofrece el préstamo de un oxímetro a pacientes con COVID-19 de escasos recursos, la promoción de la misma no cumple con los criterios de generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ⁸⁹ .	INE/CG109/2021
Consejo Zacatecano de Ciencia, Tecnología e Innovación, "Exposición temporal en el Zigzag", la vigencia dependerá de la apertura ⁹⁰	Fomento a la educación y cultura mediante exposiciones temporales en el Centro Interactivo de Ciencia y Tecnología de Zacatecas ZigZag.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento del conocimiento científico y tecnológico del mundo, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña ya que está relacionada con la difusión de actividades del ZigZag.	
Consejo Zacatecano de Ciencia, Tecnología e Innovación, "Taller para interesados en obtener una beca CONACYT al extranjero", con vigencia del 01 de abril al 05 de abril	Asesorar y coadyuvar a generar con éxito el proceso de solicitud para obtener una beca en el CONACYT.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que está relacionada con la difusión de la impartición de un taller como parte del adiestramiento del programa de capacitación para estudiar en el extranjero.	
Consejo Zacatecano de Ciencia, Tecnología e Innovación,	Fomentar en los jóvenes sus aptitudes para solucionar problemáticas que puedan enfrentar las comunidades en que viven.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a	

población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

⁸⁹ *Ídem.*

⁹⁰ De esta campaña se presentaron tres formularios idénticos.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
<p>“InnovaHack at Home 2021”, con vigencia del 05 de abril al 20 de abril</p>		<p>Ejecutivo</p>	<p>fomentar e incentivar a los jóvenes en programas que les permitan desarrollar sus aptitudes frente a problemáticas sociales de su entorno. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.</p>	
<p>Consejo Zacatecano de Ciencia, Tecnología e Innovación, “Celebración del Día del Niño y de la Niña en el Zigzag”, con vigencia del 19 de abril al 29 de abril</p>	<p>Fomentar la educación mediante actividades que estimulen el interés de los infantes por la ciencia, tecnología e innovación; facilitando en su caso, el acceso a familias de escasos recursos.</p>	<p>Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo</p>	<p>Improcedente. Es oportuno mencionar que el formulario remitido carece de motivación que permita establecer su importancia y, por ende, su vinculación con algún concepto de excepción, además de no precisar los medios a través de los cuales se planea su difusión.</p> <p>En ese sentido, este Consejo General considera que la información a difundir únicamente tiene como objetivo la celebración de eventos relacionados con el día del niño y de la niña.</p> <p>Ahora bien, resulta importante destacar que la campaña no constituye propaganda gubernamental en razón de que no se trata de información publicada que haga del conocimiento general logros de gobierno, avances, acciones, programas o cualquier desarrollo económico, social, cultural o político, o bien, beneficios y compromisos cumplidos por parte del ente solicitante, por lo que no es materia del presente instrumento.</p> <p>En ese sentido, de acuerdo a lo establecido por la Sala Superior⁹¹, este Consejo General estima que la colocación de lonas, pendones o gallardetes, u otro tipo de propaganda, en época electoral, con motivo de la invitación a festejar un día social, no infringe la prohibición de difundir propaganda gubernamental, durante una campaña electoral, aun cuando no esté en los supuestos de excepción expresamente señalados</p>	<p>INE/CG119/2019</p>

⁹¹ En la 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.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			por el referido precepto constitucional, siempre que no difunda programas, acciones, obras o logros de gobierno, que tengan como finalidad apoyar o atacar algún candidato o partido político específico o que se promocióne a un servidor público, ni contenga expresiones, logotipos, emblemas, lemas que promociónen a algún partido político, coalición o candidato, porque no se trata de propaganda que contenga expresiones de naturaleza político-electoral ni gubernamental, sino de una invitación para la celebración de un acto de carácter cultural y social.	
Consejo Zacatecano de Ciencia, Tecnología e Innovación, "Curso Habilidades STEAM II", con vigencia del 20 de abril al 01 de mayo	Fomentar el interés y curiosidad de la niñez zacatecana por la ciencia, tecnología, ingeniería, arte y matemáticas.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a incentivar que los niños tengan un interés por diversas materias educativas y culturales como son la ciencia, tecnología, arte y matemáticas, entre otras. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	
Consejo Zacatecano de Ciencia, Tecnología e Innovación, "Desafío Rubik", con vigencia del 30 de abril al 09 de mayo	Fomentar el desarrollo de habilidades cognitivas de la niñez y la juventud.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a incentivar que los niños y jóvenes desarrollen sus habilidades. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	
Consejo Zacatecano de Ciencia, Tecnología e Innovación, "Curso capacitación para	Impartir un curso para empresas de base tecnológica para impulsar acciones que generen la creación y el fortalecimiento de nuevas empresas, al	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente: La Constitución establece en el artículo 123 el derecho de toda persona al trabajo digno y socialmente útil. En ese sentido, esta campaña tiene el objetivo educativo primordial de	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Icubaticz”, con vigencia del 09 de mayo al 13 de mayo	propiciar la participación de emprendedores en programas para el desarrollo de proyectos científicos, tecnológicos y de innovación.		incentivar iniciativas y proyectos que beneficien a todos los sectores productivos, generando con ello a su vez un crecimiento económico en la región, por lo que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales.	
Consejo Zacatecano de Ciencia, Tecnología e Innovación, “Día Internacional del Museo”, con vigencia del 12 de mayo al 17 de mayo	Dar a conocer el papel de estos espacios como instituciones al servicio de la población y de su desarrollo.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar la campaña Día Internacional del Museo” ya que está relacionada con la difusión de los espacios en materia artística y cultural con el fin de promover en la población un acercamiento a dichos espacios que guardan una función educadora y de divulgación cultural.	
Consejo Zacatecano de Ciencia, Tecnología e Innovación, “Presentación de Resultados de Proyectos LABSOL enero-mayo 2021”, con vigencia del 27 de mayo y sin fecha establecida de término	Es un programa de capacitación sobre innovación tecnológica abierta y colaborativa para conformar un ecosistema de innovación abierta desde el cual se generen iniciativas y proyectos de impacto y beneficio para todos los sectores productivos del Estado de Zacatecas.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente: La Constitución establece en el artículo 123 el derecho de toda persona al trabajo digno y socialmente útil. En ese sentido, esta campaña tiene el objetivo primordial de incentivar iniciativas y proyectos que beneficien a todos los sectores productivos, generando con ello a su vez un crecimiento económico en la región, por lo que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales.	
Consejo Zacatecano de Ciencia, Tecnología e Innovación, “Coloquio Recreación en cadena”, con vigencia del 24 de mayo al 31 de mayo	Impartir talleres de ciencia para continuar con el fortalecimiento de la profesionalización de talleristas de ciencia en el país.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a fortalecer el desarrollo educativo. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional ya que, incentiva el intercambio de conocimientos en diferentes ramas del saber.	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Consejo Zacatecano de Ciencia, Tecnología e Innovación, "Semana de nuevos talentos (SENUET)", con vigencia del 10 al 28 de mayo	Fomento educativo a través de conferencias magistrales, dadas por investigadores de reconocimiento internacional.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a fomentar el aprendizaje continuo. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	
Consejo Zacatecano de Ciencia, Tecnología e Innovación, "Inicio de sesiones virtuales de Innova Weekend 2021", con vigencia del 31 de mayo al 13 de junio	Informar a la población del desarrollo del Innova Weekend 2021.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Improcedente: Del formulario remitido no es posible extraer información acerca del evento que se pretende difundir o los medios a través de los cuales se pretende la misma.	
Consejo Zacatecano de Ciencia, Tecnología e Innovación, "Entrega becas", con vigencia por definir	NOTA: No se estableció objetivo en el formulario.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Improcedente: El formulario no está debidamente fundado y motivado, ya que no se establecieron fechas de inicio o término de las transmisiones, descripción, alcance y población objeto de la campaña, objetivo del programa gubernamental que se difundirá, las razones que motivan la excepción, los argumentos para difundir esta campaña durante el Proceso Electoral, esto es, en el formulario solo se detalló el nombre de la campaña sin poner ningún otro dato, por lo que no se tiene la información necesaria para emitir un Dictamen.	
Coordinación Estatal de Protección Civil, "Incendios Forestales", con vigencia del 01 de marzo al 30 de abril	Difundir y promover entre la población la cultura de la prevención para evitar que ocurran siniestros y por ende afectación de árboles.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente. La campaña brinda información que permitirá dar a conocer a la población en general la importancia de prevenir y reportar los incendios forestales, por lo que tiene como propósito crear consciencia sobre las causas más comunes por las que se generan incendios forestales causados accidentalmente por la acción humana. Al respecto este Consejo General del INE considera que, como en años	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG235/2020 e INE/CG109/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			anteriores, este tipo de campañas deberán ser de las consideradas dentro de las exceptuadas a la prohibición constitucional de difundir propaganda gubernamental durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral por su vinculación al concepto de educación.	
<p>Coordinación Estatal de Protección Civil, "Recomendaciones por temporada de lluvias", con vigencia del 01 de mayo al 30 de junio</p>	<p>Informar a la población sobre las medidas en caso de emergencia derivadas de la temporada de lluvias, con el fin de prevenir posibles siniestros.</p>	<p>Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo</p>	<p>Procedente. El derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. La acción en materia de prevención de accidentes comprende el fomento de programas de educación y orientación a la población. Lo anterior tiene una evidente finalidad de educación en caso de inundaciones o ciclones tropicales, por lo cual atendiendo al concepto integral de educación que proporciona el artículo 3 de la carta magna, resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de educación, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de fenómenos naturales, contribución a la disminución de riesgos y prevención de una situación de emergencia.</p>	<p>INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG119/2019</p>
<p>Coordinación Estatal de Protección Civil, "Recomendación en balnearios, presas y bordos", con vigencia de abril a junio</p>	<p>Emitir recomendaciones a la ciudadanía por la contingencia para que eviten acudir a los lugares descritos en la campaña y así evitar pérdidas humanas y contagios por COVID.</p>	<p>Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo</p>	<p>Procedente. Protección civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona la protección y la asistencia a los ciudadanos ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y el entorno en el que vive. En ese sentido, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud, esto es, el derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. La acción en materia de prevención de accidentes comprende el fomento de programas de orientación a la</p>	<p>INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021</p>

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>población. Lo anterior tiene una evidente finalidad de protección civil en caso de accidentes y contingencias, por lo cual resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de protección civil y salud, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de emergencias, contribución a la disminución de riesgos y prevención de una situación de peligro, lo que contribuye a salvar vidas humanas.</p>	
<p>Secretaría de Turismo, "Capital Americana de la Cultura", con vigencia de abril a junio</p>	<p>Dar a conocer a la ciudadanía el nombramiento que le han dado a la entidad federativa como Zacatecas Capital Americana de la Cultura</p>	<p>Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo</p>	<p>Procedente: La campaña de comunicación social tiene como propósito difundir a la ciudadanía en general, el reconocimiento a nivel internacional de Zacatecas como Capital Americana de la Cultura, a fin de reconocer el legado cultural del estado internacionalmente. En consecuencia, resulta evidente que la promoción de los estados del centro del país y sus pueblos mágicos, en relación a sus lugares y destinos turísticos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés por su importancia histórica, cultural y costumbres. Máxime cuando están próximos dos periodos vacacionales.</p>	<p>CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021</p>
<p>Secretaría de Turismo, "Sello Safe Travels", con vigencia de abril a junio</p>	<p>Hacer del conocimiento de la ciudadanía que Zacatecas se sumó a la lista de los destinos mexicanos que cuentan con el sello Safe Travels que otorga el Consejo Mundial de Viajes y Turismo</p>	<p>Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo</p>	<p>Procedente. Se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural del pueblo, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura,</p>	<p>CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021</p>

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4º de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros.</p> <p>En consecuencia, resulta evidente que la promoción de Zacatecas y los reconocimientos internacionales obtenidos relacionados con el turismo, se inserta en el concepto de educación, al permitir a los turistas y los empresarios del estado conocer los beneficios de haber obtenido el sello..</p>	
<p>Secretaría de Turismo, "Museo de Turismo de Reuniones", con vigencia de abril a junio</p>	<p>Difundir entre la población la apertura del primer Museo de Turismo de Reuniones en México</p>	<p>Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo</p>	<p>Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a permitir una mayor oferta educativa para las y los jóvenes del país.</p> <p>Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional ya que, incentiva a grupos de estudiantes de la Licenciatura en Turismo a tener otras opciones educativas de crecimiento en su ramo.</p>	<p>CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021</p>
<p>Secretaría de Turismo, "Pacto Centro Occidente", con vigencia en el mes de abril a junio</p>	<p>Fomentar el turismo, comunicando sobre los productos, rutas y lugares que ofrecen los estados que conforman la alianza turística del Pacto Centro Occidente.</p>	<p>Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo</p>	<p>Procedente. Se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3º de la Constitución.</p> <p>Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su</p>	<p>CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021</p>

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>espectro del conocimiento social y cultural del pueblo, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4º de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros.</p> <p>En consecuencia, resulta evidente que la promoción de los estados del pacto centro occidente, en relación a sus lugares y destinos turísticos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres. Máxime cuando están próximos dos periodos vacacionales.</p>	
<p>Secretaría de Salud y Secretaría de las Mujeres, "Sin adicciones es mejor", con vigencia de marzo a agosto</p>	<p>Favorecer la prevención de adicciones y promoción de conductas saludables.</p>	<p>Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo</p>	<p>Procedente. El derecho a la protección de la salud entendido como un estado de completo bienestar físico, mental y social, del que todo mexicano goza, es un derecho que claramente las autoridades procuran al realizar acciones como esta campaña, encaminada a proteger, promover y realizar actividades relacionadas con la prevención de adicciones, así como motivar a llevar una vida saludable, sensibilizando sobre el tema e invitando a la práctica de conductas saludables.</p> <p>Por tanto, se estima adecuado considerar dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales durante los periodos de campaña que se lleven a cabo en los procedimientos electorales.</p>	<p>CG75/2012, CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019 e INE/CG109/2021</p>
<p>Junta Intermunicipal de Agua Potable y Alcantarillado de</p>	<p>Dar a conocer la aplicación MI JIAPAZ, promover su descarga y su uso como la vía de comunicación más</p>	<p>Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del</p>	<p>Procedente: El artículo 5 en relación con el 115 de la CPEUM establecen la obligación del Estado de brindar servicios públicos.</p>	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Zacatecas, "Descarga MI JIAPAZ", con vigencia de abril a mayo	eficiente entre la JIAPAZ y sus usuarios.	Titular del Poder Ejecutivo	Aunado a lo anterior, en la sentencia recaída al expediente SUP-RAP-57/2010 la Sala Superior determinó lo siguiente: <i>"Los servicios públicos constituyen el conjunto de actividades desarrolladas y asumidas por la administración pública, en forma directa o indirecta, que tiene por objeto una prestación dirigida a la satisfacción de necesidades colectivas de interés público, bajo un régimen especial, preponderantemente de Derecho Público."</i> En ese sentido, se considera pertinente exceptuar la campaña "Descarga MI JIAPAZ de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, ya que está relacionada con la difusión de una aplicación que permite llevar a cabo pagos sobre servicios públicos de manera más eficaz, evitando a su vez conglomeraciones que podrían afectar la salud de los gobernados derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19.	
Secretaría de la Función Pública, "Declaración de Situación Patrimonial", con vigencia de febrero a abril	Que las y los servidores públicos del Gobierno del Estado, conozcan los medios y las fechas para presentar su declaración de situación patrimonial.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente. Esta campaña es acorde al concepto de educación, porque incentiva el cumplimiento de las obligaciones de los funcionarios públicos y con ello se contribuye a la transparencia y rendición de cuentas y se combate la corrupción. Además, la difusión de la referida campaña es importante y resulta necesaria para el Estado Mexicano, tomando en consideración que se trata de un esfuerzo de comunicación y no un programa de gobierno.	
Secretaría de la Función Pública, "Si lo ves, denúncialo", con vigencia de febrero a abril	Promover en la ciudadanía los mecanismos que la Secretaría de la Función Pública tiene a su disposición para presentar quejas por el uso indebido de vehículos oficiales.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente. Esta autoridad considera que la campaña señalada está encaminada a señalar a la sociedad la importancia de la cultura de la denuncia y la colaboración para la procuración de justicia, por lo que, pueden ser consideradas dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones, que en materia de propaganda gubernamental establece	INE/CG120/2015 INE/CG65/2017 INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Secretaría de Seguridad Pública, "Línea de contacto SSP", con vigencia en el mes de febrero y hasta nuevo aviso	Es un mecanismo a través del cual se busca establecer un canal de comunicación directo entre el secretario de Seguridad Pública y la ciudadanía, para conocer de primera mano, las principales denuncias de delitos, así como quejas hacia los integrantes de seguridad, a fin de brindar atención oportuna, confidencial y profesional	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	la CPEUM. Improcedente: El formulario no cumple con una debida fundamentación y motivación, ya que de lo que se desprende del mismo, se estima que la campaña se centra en la figura del secretario de Seguridad Pública del estado, situación que podría vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.	
Secretaría de Seguridad Pública, "Espacio virtual", con vigencia en el mes de febrero y hasta nuevo aviso	Promover la cultura de la denuncia.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente. Esta autoridad considera que la campaña señalada está encaminada a la sociedad de la importancia de la cultura de la denuncia y la colaboración para la procuración de justicia y a su vez difunden la información que influye en la educación de los ciudadanos, por lo que, pueden ser consideradas dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones, que en materia de propaganda gubernamental establece la CPEUM.	INE/CG120/2015 INE/CG65/2017 INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
Secretaría de Seguridad Pública, "Jornada de prevención de delitos como: extorsión, secuestro y delitos que puedan afectar directamente a madres de familia", con vigencia durante el mes de mayo	Fomentar una cultura de seguridad ciudadana, reduciendo los factores de riesgo para las y los ciudadanos.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente: De acuerdo al artículo 21 de la CPEUM la seguridad pública es una función del Estado a cargo de la Federación, las entidades federativas y los Municipios, cuyos fines son salvaguardar la vida, las libertades, la integridad y el patrimonio de las personas, así como contribuir a la generación y preservación del orden público y la paz social. En ese sentido, se considera que la campaña tiene fines de seguridad pública pues pretende fomentar una cultura de prevención, mediante la promoción de la participación ciudadana en la formulación y ejecución de acciones que permitan reducir los factores de riesgo y fortalecer la seguridad de todas y todos. Así, puede ser considerado dentro de las excepciones a las prohibiciones	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	
Subsecretaría de Prevención del Delito, "Por mi Futuro", con vigencia permanente	Concientizar a los jóvenes sobre la importancia de tener un estilo de vida saludable y mantener sus estudios para poder tener un mejor futuro.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas con enfoque educativo y encaminadas a incentivar estilos de vida saludables, ya que estas actividades corresponden a la educación informal y contribuyen a generar y/o modificar hábitos y patrones de conducta en beneficio de la ciudadanía.	
Subsecretaría de Prevención del Delito, "Antes de dar vida", con vigencia permanente	Busca invitar a las juventudes a tomar decisiones responsables y autónomas sobre su sexualidad y la importancia de prevenir el embarazo en esta etapa de su vida, de igual manera motivarlos para que se fijen metas y construyan un proyecto de vida.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente: Está dirigida a la población adolescente y joven del país con el objetivo de garantizar sus derechos sexuales y reproductivos para prevenir embarazos no planeados. El artículo 4 de la CPEUM dispone que el estado protegerá la organización y desarrollo de la familia, mientras que el artículo 5 de la Ley General de Población, señala que el Consejo Nacional de Población tiene a su cargo la planeación demográfica del país. En adición a lo anterior, el artículo 17 del Reglamento de la Ley General de Población estipula que los programas de planificación familiar informarán de manera clara y llana sobre los fenómenos demográficos y de salud reproductiva, así como sobre el derecho de los individuos a planificar su familia, de manera informada y responsable. Por lo que, este tipo de campañas deben ser consideradas como exceptuadas de la prohibición constitucional.	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG235/2020,

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Secretaría General de Gobierno, "Efecto positivo vs las adicciones", con vigencia permanente	Concientizar a los jóvenes y brindarles recomendaciones que eviten adicciones.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente. El derecho a la protección de la salud entendido como un estado de completo bienestar físico, mental y social, del que todo mexicano goza, es un derecho que claramente las autoridades procuran al realizar acciones como esta campaña, encaminadas a proteger, promover y realizar actividades relacionadas con abatir y prevenir el consumo de drogas. Por tanto, se estima adecuado considerar dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales durante los periodos de campaña que se lleven a cabo en los procedimientos electorales a esta campaña, ya que se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a la juventud con el propósito de fomentar una vida libre de adicciones.	
Subsecretaría de Prevención del Delito, "Yo llevo vs la violencia de género", con vigencia permanente	Reducir la violencia de género en el hogar.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente. La campaña tiene como objetivo reducir y prevenir la violencia de género en las familias y el hogar. Sobre lo señalado, este Órgano estima oportuno recordar que en años anteriores y a lo largo del presente instrumento se han exceptuado campañas similares por vincularse con un tema de educación precisamente por la prevención y erradicación de la violencia contra la mujer, por lo que se estima procedente exceptuar la campaña.	INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
Secretaría General de Gobierno, "Cuelga vs la extorsión", con vigencia permanente	Dar a conocer a la ciudadanía la modalidad en que opera el delito de extorsión para que esté enterada y evitar que entre en un estado de presión en situaciones de riesgo y esté en la capacidad de reaccionar adecuadamente.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Procedente: De acuerdo al artículo 21 de la CPEUM la seguridad pública es una función del Estado a cargo de la Federación, las entidades federativas y los Municipios, cuyos fines son salvaguardar la vida, las libertades, la integridad y el patrimonio de las personas, así como contribuir a la generación y preservación del orden público y la paz social. En ese sentido, se considera que la campaña tiene fines de seguridad pública pues pretende dar a conocer a la ciudadanía las recomendaciones necesarias en caso de recibir	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			llamadas de extorsión. Así, puede ser considerado dentro de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	
Secretaría de Finanzas, "REPUVE", vigencia determinada	de sin NOTA: No se estableció objetivo en el formulario.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Improcedente: El formulario no está debidamente fundado y motivado, ya que no se establecieron fechas de inicio o término de las transmisiones, descripción, alcance y población objeto de la campaña, objetivo del programa gubernamental que se difundirá, las razones que motivan la excepción, los argumentos para difundir esta campaña durante el Proceso Electoral, esto es, en el formulario solo se detalló el nombre de la campaña sin poner ningún otro dato, por lo que no se tiene la información necesaria para emitir un Dictamen.	
Secretaría de Finanzas, "Auto Seguro", vigencia determinada	de sin NOTA: No se estableció objetivo en el formulario.	Artículo 44 del Reglamento Interior de las Unidades Administrativas del Titular del Poder Ejecutivo	Improcedente: El formulario no está debidamente fundado y motivado, ya que no se establecieron fechas de inicio o término de las transmisiones, descripción, alcance y población objeto de la campaña, objetivo del programa gubernamental que se difundirá, las razones que motivan la excepción, los argumentos para difundir esta campaña durante el Proceso Electoral, esto es, en el formulario solo se detalló el nombre de la campaña sin poner ningún otro dato, por lo que no se tiene la información necesaria para emitir un Dictamen.	

58. Ayuntamiento de Lagos de Moreno, Jalisco. La solicitud remitida por el citado Ayuntamiento contiene formatos de campañas que pretenden emitir otros entes públicos del municipio, por lo que se detallará en cada uno de los casos que ente es el solicitante.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Dirección de Servicios Médicos	Prevenir la propagación del virus SARS-CoV-2 en la ciudad, a través de información	Acuerdo por el que se establecen las medidas preventivas que se	Procedente. El artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este	INE/CG109/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Municipales, "Fuerza laguense contra el Covid-19", con vigencia del 04 de abril al 05 de junio	sobre medidas diarias, generando conciencia y responsabilidad en las y los habitantes.	deberán implementar para la mitigación y control de los riesgos para la salud que implica la enfermedad por el virus SARS-CoV2 (COVID-19)	derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.	
Dirección de Educación, "Fomento a la educación local", con vigencia del 04 de abril al 05 de junio	Mantener informada a la comunidad de los cambios en el sistema educativo, que se generen con el desarrollo de la pandemia Covid-19, así como de las medidas para regresar a las aulas, centros educativos e instituciones artísticas y culturales, bajo las condiciones que se dicten por el Gobierno del Estado.		Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que está relacionada con la difusión de actividades e información en materia educativa que permitirían a la población mantenerse actualizada sobre las medidas tomadas por el gobierno estatal derivadas de la situación generada por la pandemia.	
Dirección de Protección Civil y Bomberos, "Acciones preventivas por impacto de agentes perturbadores o atención de servicios de emergencia", con vigencia del 01 de abril al 30 de septiembre	Mantener informada a la población de las acciones en materia de protección civil derivado por los agentes perturbadores (ejem: estiaje, temporada de lluvias, incendios forestales, etc.) las emergencias que ocurran y las declaratorias de emergencia en caso de ser necesario.	Artículos 2, inciso XLIII y XXVIII; 12; 43 inciso V y 61 de la Ley de Protección Civil del Estado de Jalisco	Procedente. Protección civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona la protección y la asistencia a los ciudadanos ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y el entorno en el que vive. En ese sentido, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud, esto es, el derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. La acción en materia de prevención de accidentes comprende el fomento de programas de orientación a la	INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			población. Lo anterior tiene una evidente finalidad de protección civil en caso de accidentes y contingencias, por lo cual resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de protección civil y salud, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de emergencias, contribución a la disminución de riesgos y prevención de una situación de peligro, lo que contribuye a salvar vidas humanas	

59. Ayuntamiento de Tizayuca, Hidalgo.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Concientízate”, con vigencia del 05 de marzo al 30 de julio	Concientizar a la población en general sobre las medidas indicadas por el sector salud sobre el protocolo establecido para disminuir la incidencia de contagios provocados por el virus covid-19, exhortándolos a seguir las acciones indicadas por el gobierno federal, estatal y local sobre la prevención del contagio.	Artículo 209 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino videos en la plataforma digital Facebook, como anuncios en lugares de espacios públicos del municipio.	
Presidencia Municipal de Tizayuca, “Educatízate”, con vigencia del 05 de marzo al 30 de julio	Actividades de formación integral en diferentes temas educativos como recomendaciones generales enfocadas a diversos temas impartidas por especialistas capacitados en los distintos contenidos.	Artículo 209 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino videos en la plataforma Facebook y YouTube y la publicación mediante boletines en lugares de espacios públicos del municipio.	
Presidencia Municipal de Tizayuca, “Ejercítate”, con vigencia del 05 de marzo al 30 de julio	Promoción sobre la importancia del efecto positivo que tiene la salud física, ofreciendo actividades que impacten en la formación de hábitos deportivos y recomendaciones generales impartidas por especialistas en los diferentes temas presentados.	Artículo 209 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino videos en Facebook y YouTube, así como anuncios en lugares de espacios públicos del municipio.	
Presidencia Municipal de Tizayuca, “Preventiza”,	Fomentar la prevención y reducción del riesgo, así como el margen para actuar en caso de emergencia.	Artículo 209 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino videos en la plataforma Facebook y YouTube y la	

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
con vigencia del 05 de marzo al 30 de julio		Electorales	publicación mediante boletines en lugares de espacios públicos del municipio.	

60. Ayuntamiento de Metepec, Estado de México. La solicitud remitida por el citado Ayuntamiento contiene formatos de campañas que pretenden emitir otros entes públicos del municipio, por lo que se detallará en cada uno de los casos que ente es el solicitante.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Ayuntamiento de Metepec con la "Campaña Integral de Prevención contra la Violencia y el Suicidio", con vigencia del 15 de marzo al 31 de diciembre	Informar sobre las acciones, programas o estrategias de apoyo que brinda el gobierno municipal de Metepec para prevenir, controlar y atender los problemas originados por la contingencia de salud pública por COVID-19, tales como depresión, ansiedad, estrés o cualquier otra consecuencia física y mental.	Artículo 31 fracciones I, XXI BIS, XXIV BIS, XXIX, XXXVII, XXXIX de la Ley Orgánica Municipal del Estado de México; 3.7 fracciones VII y VIII, 3.15, 3.179 del Código de Reglamentación Municipal de Metepec, Estado de México	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino redes sociales, contacto telefónico, impreso mediante espectaculares, impresiones a gran formato, folletería informativa y acercamiento personal con los ciudadanos.	
Sistema Municipal para el Desarrollo Integral de la Familia de Metepec, "Prevención ante el COVID-19", con vigencia del 15 de marzo al 31 de diciembre	Informar a la población sobre el riesgo, causas, síntomas y tratamiento del COVID-19.	Artículo 31 fracciones I, XXI BIS, XXIV BIS, XXIX, XXXVII, XXXIX de la Ley Orgánica Municipal del Estado de México; 3.7 fracciones VII y VIII, 3.15, 3.179 del Código de Reglamentación Municipal de Metepec, Estado de México	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
Sistema Municipal para el Desarrollo Integral de la Familia de Metepec, "Prevención del Suicidio", con vigencia del 15 de marzo al 31 de diciembre	Disminuir los índices de suicidio en el municipio de Metepec a través de asesorías psicológicas que brinda el Sistema.	Artículo 31 fracciones I, XXI BIS, XXIV BIS, XXIX, XXXVII, XXXIX de la Ley Orgánica Municipal del Estado de México; 3.7 fracciones VII y VIII, 3.15, 3.179 del Código de Reglamentación Municipal de Metepec, Estado de México	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
Sistema Municipal para el Desarrollo Integral de la Familia de Metepec,	Disminuir los índices de violencia intrafamiliar en el municipio de Metepec a través de la difusión de información y el acceso a asesorías jurídicas	Artículo 31 fracciones I, XXI BIS, XXIV BIS, XXIX, XXXVII, XXXIX de la Ley Orgánica Municipal del Estado de	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Prevención de la Violencia Intrafamiliar”, con vigencia del 15 de marzo al 31 de diciembre	que brinda el Sistema.	México; 3.7 fracciones VII y VIII, 3.15, 3.179 del Código de Reglamentación Municipal de Metepec, Estado de México		

61. Ayuntamiento de Córdoba, Veracruz. La solicitud remitida por el citado Ayuntamiento contiene formatos de campañas que pretenden emitir otros entes públicos del municipio, por lo que se detallará en cada uno de los casos que ente es el solicitante.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Acciones preventivas y ejecutivas de emergencia sanitaria 2021”; vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Crear conciencia y que la ciudadanía que visita y radica en el municipio de Córdoba respete las indicaciones de salud, a fin de que la cadena de contagio se rompa.	Plan Anual de Comunicación Social, Organigrama Ayuntamiento de Córdoba 2018-2021	Procedente. La campaña tiene como finalidad informar a la población la situación actualizada que se vive por la pandemia por COVID-19, cuestión que determina las medidas y protocolos de salud y protección civil que las autoridades estiman se deben aplicar. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.	INE/CG109/2021
“Actividades del mes de la mujer”; vigencia del 01 de marzo al 31 de mayo	Se busca llegar a las mujeres de Córdoba para que puedan tener acceso al ciclo de conferencias, capacitaciones y actividades que el Ayuntamiento de Córdoba realizará en el marco del mes internacional de la mujer.	Plan Anual de Comunicación Social, Organigrama Ayuntamiento de Córdoba 2018-2021	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a promocionar los ciclos de conferencias, capacitaciones y actividades que buscan ampliar sus conocimientos en diferentes temas y, ya que estas actividades corresponden a la educación informal y contribuyen a combatir la violencia de género.	

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
<p>“Actividades preventivas y ejecutivas ante el COVID-19”; vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.</p>	<p>Informar a las y los cordobeses sobre las acciones y medidas que deben tomar en sus hogares, trabajos, oficinas, comercios, negocios y demás lugares en los que vivan o laboren para combatir a la emergencia sanitaria, siendo conocedores de la información que el gobierno federal, estatal y municipal emiten dependiendo el semáforo epidemiológico que constantemente se actualiza.</p>	<p>Plan Anual de Comunicación Social, Organigrama de Ayuntamiento de Córdoba 2018-2021</p>	<p>Procedente. La campaña tiene como finalidad informar a la población la situación actualizada que se vive por la pandemia por COVID-19, cuestión que determina las medidas y protocolos de salud y protección civil que las autoridades estiman se deben aplicar. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.</p>	<p>INE/CG109/2021</p>
<p>“Actividades preventivas y ejecutivas ante el dengue”; vigencia del 01 de febrero al 30 de noviembre.</p>	<p>Durante el primer semestre del año y parte del segundo semestre se registra un aumento en casos y contagios por Dengue, por lo cual es necesario realizar la campaña informativa sobre las medidas, acciones preventivas para combatir al mosquito y a la larva, debido a que si estas no se realizan la ciudadanía de Córdoba desconocerá las medidas que debe tomar para poder hacer frente a esta enfermedad.</p>	<p>Plan Anual de Comunicación Social, Organigrama de Ayuntamiento de Córdoba 2018-2021</p>	<p>Procedente. La campaña tiene como objetivo principal el fomento de la integridad física, la protección de la salud y de la vida humana, en particular durante los próximos meses en que aumenta el riesgo de contagio por las condiciones climáticas de la temporada. Esta campaña está enfocada a que la transmisión no se intensifique y se mantenga el control y la prevención de dicha enfermedad, impidiendo el riesgo de una epidemia. Así, el concepto de servicios de salud debe entenderse como el conjunto de actividades que se llevan a cabo para la satisfacción de dicha necesidad colectiva de interés público, las cuales comprenden todos aquellos actos, medios y recursos que son indispensables para su adecuada prestación. En ese sentido, el concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, ya que necesariamente abarca, entre otros aspectos la lucha contra enfermedades transmisibles y la realización de campañas</p>	<p>INE/CG120/2015 e INE/CG119/2019</p>

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			sanitarias.	
“Adopta desde casa”; vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Hacer del conocimiento a la ciudadanía sobre los animales que se encuentran en adopción, conozcan los requisitos que se piden para poder proceder con la adopción y que conozcan el proceso por medio de fotografía, texto y video.	Plan Anual de Comunicación Social, Organigrama Ayuntamiento de Córdoba 2018-2021	Procedente. Esta campaña se considera dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales durante los periodos de campaña que se lleven a cabo en los procedimientos electorales, en razón de que se encuentra relacionada con el concepto de educación y el derecho a la protección de la salud del que todo mexicano goza. Lo anterior, ya que la campaña pretende concientizar a la población sobre la importancia de adoptar una mascota y sobre el trato adecuado que se le debe procurar a los animales. Además, porque el concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, ya que necesariamente abarca, entre otros aspectos, el cuidado y atención de los animales domésticos en situación de abandono que es un tema de salud pública.	
“Conexión educativa, vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.	Apoyar a estudiantes que no cuenten con acceso a internet, por ello se habilitan las bibliotecas y kioscos digitales municipales para ofrecer sus equipos informáticos y conectividad gratuita.	Plan Anual de Comunicación Social, Organigrama Ayuntamiento de Córdoba 2018-2021	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de educación, ya que se trata de la difusión de un programa social que da acceso a internet a los estudiantes que no cuenten con el, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ⁹² .	
“Córdoba de	La ciudadanía conozca el	Plan Anual de	Procedente. De conformidad con el	INE/CG61/2015,

⁹² Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los **programas sociales** durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
historia e historias"; vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.	origen e inicios de la Villa de Córdoba, así como de los personajes que jugaron un papel importante en el pasado del municipio.	Comunicación Social, Organigrama de Ayuntamiento de Córdoba 2018-2021	concepto integral de educación que la Constitución contiene, el conocimiento de la historia nacional permite que la población aprenda sobre el pasado y su trascendencia en la vida actual. La difusión de hechos y personajes históricos permite promover entre la población una comprensión cada vez más profunda de éstos. Por lo anterior, es pertinente exceptuar de las reglas de propaganda gubernamental las campañas educativas promovidas por el Ayuntamiento de Córdoba, relativas a la difusión del origen e inicios de la Villa de Córdoba, así como de los personajes que jugaron un papel importante en el pasado del municipio, ya que, como se señaló anteriormente, la Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, en una visión amplia de la comprensión histórica y cultural de la Nación, y exceptuar dicha campaña es fomentar la actividad cívica.	INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
"Derechos de las niñas y niños"; vigencia 01 al 30 de abril	Llegar a padres de familia de Córdoba con hijos e hijas menores, para hacer de su conocimiento los derechos de las niñas y niños.	Plan Anual de Comunicación Social, Organigrama de Ayuntamiento de Córdoba 2018-2021	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo a través de medios digitales.	
"Difusión de derechos y obligaciones en Protección Civil"; vigencia del 01 de marzo al 30 de junio	Se difundirán los derechos que como ciudadanos cordobeses se tienen con la Unidad Municipal de Protección Civil, así como de sus obligaciones, para que puedan hacerlos válidos y conozcan en donde pueden recibir el apoyo de la autoridad municipal y en donde ellos deben contribuir con la ciudadanía.	Plan Anual de Comunicación Social, Organigrama de Ayuntamiento de Córdoba 2018-2021	Procedente. El derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana y toda vez que el objetivo de esta campaña está destinado a fomentar la cultura de la prevención, su difusión se encuentra amparada en lo previsto en las excepciones previstas en el artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C, párrafo segundo de la CPEUM. Lo anterior es así, ya que la educación y orientación a la población en materia de prevención de accidentes está enmarcado dentro del concepto integral de educación que proporciona el artículo 3 de la carta magna, por el conjunto de conocimientos que se difunden sobre las acciones a seguir en caso de fenómenos naturales, contribución a la disminución de riesgos y prevención de una situación de emergencia.	CG83/2014 INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
"Prevención e	Informar de manera oportuna	Plan Anual de	Procedente. El derecho de protección a	INE/CG61/2015,

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
información sobre estiaje/huracanes"; vigencia del 01 de febrero al 31 de julio	a la ciudadanía de Córdoba sobre las temporadas y fenómenos meteorológicos que afectan a la región, para que puedan reaccionar de manera inmediata conociendo los procedimientos pertinentes.	Comunicación Social, Organigrama Ayuntamiento Córdoba 2018-2021	la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. La acción en materia de prevención de accidentes comprende el fomento de programas de educación y orientación a la población. Lo anterior tiene una evidente finalidad de educación en caso de huracanes o ciclones tropicales, por lo cual atendiendo al concepto integral de educación que proporciona el artículo 3 de la carta magna, resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de educación, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de fenómenos naturales, contribución a la disminución de riesgos y prevención de una situación de emergencia.	INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019 e INE/CG109/2021
"Festejos bicentenario tratados de Córdoba"; vigencia del 01 de febrero al 30 de agosto	Hacer del conocimiento de las y los veracruzanos la serie de eventos que se irán realizando en próximos meses hasta llegar al mes de agosto del 2021 y culminar con los festejos ese día.	Plan Anual de Comunicación Social, Organigrama Ayuntamiento Córdoba 2018-2021	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino en diferentes plataformas, sin embargo, según lo establecido por la Sala Superior del TEPJF en la 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, siempre que se ajuste al principio de equidad en la contienda.	
"Fundación de Córdoba"; vigencia del 01 de marzo al 30 de abril de 2021.	Festejar, respetando las indicaciones de salud por la emergencia sanitaria, la fundación de la Villa de Córdoba, la cual se da en el mes de abril.	Plan Anual de Comunicación Social, Organigrama Ayuntamiento Córdoba 2018-2021	Procedente. De conformidad con el concepto integral de educación que la Constitución contiene, el conocimiento de la historia nacional permite que la población aprenda sobre el pasado y su trascendencia en la vida actual. La difusión de hechos y personajes históricos permite promover entre la población una comprensión cada vez más profunda de éstos. Por lo anterior, es pertinente exceptuar de las reglas de propaganda gubernamental	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			las campañas educativas promovidas por el Ayuntamiento de Córdoba, relativas a la difusión de la fundación de la Villa de Córdoba, ya que, como se señaló anteriormente, la Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, en una visión amplia de la comprensión histórica y cultural de la Nación, y exceptuar dicha campaña es fomentar la actividad cívica. ⁹³	
“Ingresar para brillar”; vigencia del 01 de febrero al 31 de julio	Ofrecer a las y los jóvenes de Córdoba un curso y prepararse para realizar su examen de ingreso a la universidad en meses próximos.	Plan Anual de Comunicación Social, Organigrama Ayuntamiento de Córdoba 2018-2021	Procedente. La Constitución concibe la Educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas que tienen como finalidad coadyuvar a que los jóvenes tomen la mejor decisión sobre qué estudiar, conozcan la mecánica de ingreso a la universidad, requisitos, etc.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
“Inscripción a becas”; vigencia del 01 de marzo al 31 de julio	Se busca que alumnos y padres de familia puedan conocer las becas que se ofrecen para todos los niveles, los requisitos y se inicie el proceso de inscripción.	Plan Anual de Comunicación Social, Organigrama Ayuntamiento de Córdoba 2018-2021	Procedente. La Constitución concibe la Educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas que tienen como finalidad coadyuvar a que los niños y jóvenes obtengan becas con la finalidad de combatir la deserción escolar ⁹⁴ .	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018
“Jornadas de descacharrización”; vigencia del 01 de marzo al 30 de octubre	La zona rural y urbana del municipio de Córdoba conozca el programa de acciones y actividades que el Ayuntamiento realizará en los próximos meses para combatir a enfermedades y limpiar puntos de contaminación. Debido al aumento de Zika, Chikungunya y Dengue en la	Plan Anual de Comunicación Social, Organigrama Ayuntamiento de Córdoba 2018-2021	Procedente. Guarda relación con los servicios educativos indispensables, en cumplimiento al derecho de protección a la salud que tiene como finalidad la prolongación de la vida humana, así como el fomento de programas de educación y orientación a la población.	

⁹³ 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.

⁹⁴ Resulta importante destacar que la presente campaña no es la promoción de un programa social de entrega de recursos económicos como “becas” para ayudar en los gastos a estudiantes de escasos recursos, sino es la promoción de la existencia becas, los requisitos y procedimientos para poder solicitar que ser beneficiario de alguna de ellas y que, dado que las fechas de inscripción a las mismas ocurre de marzo a julio es necesario promocionarlas.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	región son necesarias realizar campañas de descacharrización en diferentes comunidades de la zona rural y colonias de la zona urbana de Córdoba, para que las y los cordobeses conozcan de ellas y estén listos y puedan sumarse a estas actividades cuando se realicen.			
"Mapa de riesgos"; vigencia del 01 de febrero al 30 de septiembre	Llevar la información oportuna, precisa y veraz de los puntos y zonas de riesgo en el municipio a las familias que radican en Córdoba, para que conozcan esta información y tengan conocimiento de los protocolos y medidas que deben tomar por su seguridad.	Comunicación Social, Organigrama Ayuntamiento de Córdoba 2018-2021	Procedente. El derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana y toda vez que el objetivo de esta campaña está destinado a fomentar la cultura de la prevención, su difusión se encuentra amparada en lo previsto en las excepciones previstas en el artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C, párrafo segundo de la CPEUM. Lo anterior es así, ya que la educación y orientación a la población en materia de prevención de accidentes está enmarcado dentro del concepto integral de educación que proporciona el artículo 3 de la carta magna, por el conjunto de conocimientos que se difunden sobre las acciones a seguir en caso de fenómenos naturales, contribución a la disminución de riesgos y prevención de una situación de emergencia.	CG83/2014 INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
"Mastografías a mujeres de Córdoba"; vigencia del 01 de abril al 31 de mayo	Difundir a las mujeres adultas de Córdoba para que puedan ser acreedoras de mastografías que el Ayuntamiento de Córdoba, en coordinación con áreas de salud dispondrán para las que presenten la necesidad económica para realizarla y prevenir cualquier enfermedad.	Comunicación Social, Organigrama Ayuntamiento de Córdoba 2018-2021	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que otorga mastografías a personas de bajo recursos, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo	

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			a un sector específico de la población, como es el caso ⁹⁵ .	
“Plan familiar de protección civil”; vigencia del 01 de abril al 30 de septiembre	Las familias y hogares de Córdoba puedan contar con un plan familiar de protección civil y los miembros de estas conozcan la forma en la que deben actuar ante cualquier situación de riesgo o de peligro que se presente.	Comunicación Social, Organigrama de Ayuntamiento de Córdoba 2018-2021	Procedente. El derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana y toda vez que el objetivo de esta campaña está destinado a fomentar la cultura de la prevención, su difusión se encuentra amparada en lo previsto en las excepciones previstas en el artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C, párrafo segundo de la CPEUM. Lo anterior es así, ya que la educación y orientación a la población en materia de prevención de accidentes está enmarcado dentro del concepto integral de educación que proporciona el artículo 3 de la carta magna, por el conjunto de conocimientos que se difunden sobre las acciones a seguir en caso de fenómenos naturales, contribución a la disminución de riesgos y prevención de una situación de emergencia.	CG83/2014 INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
“Plataforma de atención ciudadana”; vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre de 2021	Brindar la atención a la ciudadanía ante cualquier necesidad que se presente en su colonia y comunidad, la cual será transferida al área correspondiente para su pronta atención.	Comunicación Social, Organigrama de Ayuntamiento de Córdoba 2018-2021	Procedente. Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos básicos que señala el artículo 4 de la CPEUM, a los que tiene acceso toda persona como son: salud, alimentación, vivienda entre otros, los cuales son garantizados por el Estado. Así, esta campaña puede ser considerada como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional. Ahora bien, resulta importante subrayar que la campaña deberá cumplir con lo establecido por la Sala Superior del TEPJF en la tesis XII/2017 ⁹⁶	

⁹⁵ Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los **programas sociales** durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

⁹⁶ De rubro **INFORMACIÓN PÚBLICA DE CARÁCTER INSTITUCIONAL. LA CONTENIDA EN PORTALES DE INTERNET Y REDES SOCIALES, PUEDE SER DIFUNDIR DURANTE CAMPAÑAS Y VEDA ELECTORAL.** Gaceta de Jurisprudencia y Tesis en materia electoral, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Año 10, Número 20, 2017, páginas 28 y 29.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Prevención ante embarazo de niñas y adolescentes”; vigencia del 01 de abril al 31 de diciembre	Llevar la información a niñas, adolescentes y madres de ellas para poder tener una educación sexual correcta y prevenir el embarazo en las jóvenes menores de edad.	Comunicación Social, Organigrama de Ayuntamiento de Córdoba 2018-2021	Procedente. Esta campaña se encuentra vinculada al concepto de educación, pues su objetivo es enseñar sobre salud sexual y reproductiva para sensibilizar y contribuir con la disminución de embarazos en menores de edad.	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016 INE/CG65/2017 e INE/CG109/2021
“Recarga de tanques de oxígeno”; vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Proporcionar un apoyo en especie a las y los cordobeses que se encuentren enfermos o que hayan contraído el COVID19 y requieran de oxígeno para poder afrontar su recuperación y no cuenten con los recursos económicos para hacerlo.	Comunicación Social, Organigrama de Ayuntamiento de Córdoba 2018-2021	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que ofrece recarga de tanques de oxígeno a pacientes con COVID-19 de escasos recursos, la promoción de la misma no cumple con los criterios de generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ⁹⁷ .	
“Salud y derechos de la mujer”; vigencia del 01 de marzo al 30 de abril	Promocionar una serie de actividades alusivas al mes de la mujer, como ponencias, pláticas, conferencias y actividades relacionadas a la salud y a los derechos de la mujer.	Comunicación Social, Organigrama de Ayuntamiento de Córdoba 2018-2021	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a promocionar los ciclos de conferencias, pláticas y actividades que buscan ampliar sus conocimientos en diferentes temas relacionados con sus derechos y la salud femenina, ya que estas actividades corresponden a la educación informal y contribuyen a combatir la violencia de género.	
“Supervisión a salones de fiesta”, vigencia del 01 de abril al 31 de diciembre	Supervisar que los protocolos de seguridad por COVID-19 se respeten, dependiendo del cambio del semáforo epidemiológico que se actualiza cada par de semanas y que a partir de él	Comunicación Social, Organigrama de Ayuntamiento de Córdoba 2018-2021	Improcedente. De acuerdo a lo establecido en el formulario la solicitud no se refiere a una campaña gubernamental sino al ejercicio de las obligaciones y facultades en materia de protección civil del Ayuntamiento, a fin de verificar que se cumple con lo establecido en los	

⁹⁷ Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los **programas sociales** durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	se derivan los protocolos.		protocolos de sanidad emitidos por la emergencia por el COVID-19.	
"Vacunación contra el COVID-19", vigencia del 01 de marzo al 31 de diciembre	Se busca informar y hacer del conocimiento de la población sobre las fechas y lugares de vacunación contra el COVID-19.	Comunicación Social, Organigrama Ayuntamiento de Córdoba 2018-2021	Procedente. La campaña tiene como objetivo que la población conozca cuándo y dónde recibirá la vacuna contra COVID-19. Se considera primordial promover y realizar actividades relacionadas con la protección del derecho de gozar de buena salud. Por tanto, se estima considerar dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de propaganda gubernamental durante los periodos de campaña que se lleven a cabo en los procedimientos electorales a este tipo de campañas.	INE/CG109/2021

62. Ayuntamiento de Puerto Vallarta, Jalisco. La solicitud remitida por el citado Ayuntamiento contiene formatos de campañas que pretenden emitir otros entes públicos del municipio, por lo que se detallará en cada uno de los casos que ente es el solicitante.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Dirección de Protección Civil y Bomberos de Puerto Vallarta "Limpieza y desazolve de ríos, arroyos y canales", con vigencia de febrero a mayo	Realizar trabajos preventivos contemplados en la Gestión de Riesgos teniendo como fin la mitigación del impacto que pudieran generar los fenómenos hidrometeorológico en este proceso no se refiere a personas particulares ni partidos. Restauración del flujo hidráulico de ríos, arroyos y canales aumentando la capacidad de drenaje y así disminuir las condiciones de riesgos y vulnerabilidad.	26 del Reglamento de Protección Civil y Gestión de Riesgos del Municipio de Puerto Vallarta, Ley de Protección Civil del estado de Jalisco, Ley General de Protección Civil.	Procedente. El derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. La acción en materia de prevención de accidentes comprende el fomento de programas de educación y orientación a la población. Lo anterior tiene una evidente finalidad de educación en caso de inundaciones o ciclones tropicales, por lo cual atendiendo al concepto integral de educación que proporciona el artículo 3 de la carta magna, resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de educación, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de fenómenos naturales, contribución a la disminución de riesgos y prevención de una situación de emergencia.	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019 e INE/CG109/2021
Dirección de	Hacer campaña de prevención	26 del Reglamento de	Procedente. La campaña brinda	CG83-2014,

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Protección Civil y Bomberos de Puerto Vallarta, "Temporada de Estiaje (incendios forestales)"; con vigencia de febrero a mayo	de riesgos por medios electrónicos lo cuales tienen un alcance para la población del municipio y se dará una capacitación a los ejidos para la activación y operación en caso de presentarse incendios forestales. Optimizar los mecanismos de coordinación, vigilancia y apoyo para prevenir, controlar y combatir los incendios forestales o quemas agrícolas fuera de control en nuestro municipio.	Protección Civil y Gestión de Riesgos del Municipio de Puerto Vallarta, Ley de Protección Civil del estado de Jalisco, Ley General de Protección Civil.	información que permitirá dar a conocer a la población en general la importancia de prevenir y reportar los incendios forestales, por lo que tiene como propósito crear consciencia sobre las causas más comunes por las que se generan incendios forestales causados accidentalmente por la acción humana. Al respecto este Consejo General del INE considera que, como en años anteriores, este tipo de campañas deberán ser de las consideradas dentro de las exceptuadas a la prohibición constitucional de difundir propaganda gubernamental durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral por su vinculación al concepto de educación.	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG235/2020 e INE/CG109/2021
Dirección de Protección Civil y Bomberos de Puerto Vallarta, "Temporada de Lluvias y Ciclones Tropicales"; 20 de mayo a 21 de noviembre	Realizar trabajos preventivos contemplados en la gestión de riesgos teniendo como fin la mitigación del impacto que pudieran generar los fenómenos hidrometeorológicos en este proceso, no se refiere a personas particulares ni partidos. Realizar medidas preventivas para reducir el riesgo de desastre al impacto de fenómenos naturales de origen hidrometeorológico.	26 del Reglamento de Protección Civil y Gestión de Riesgos del Municipio de Puerto Vallarta, Ley de Protección Civil del estado de Jalisco, Ley General de Protección Civil.	Procedente. El derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. La acción en materia de prevención de accidentes comprende el fomento de programas de educación y orientación a la población. Lo anterior tiene una evidente finalidad de educación en caso de inundaciones o ciclones tropicales, por lo cual atendiendo al concepto integral de educación que proporciona el artículo 3 de la carta magna, resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de educación, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de fenómenos naturales, contribución a la disminución de riesgos y prevención de una situación de emergencia.	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019 e INE/CG109/2021
Sistema Integral para el Desarrollo Integral de la Familia, "Día de los niños de México". 26 al 30 de abril.	La campaña tiene como objetivo fomentar los derechos y valores hacia los niños y niñas, además de destacar el día de los niños en México promoviendo un sano entorno en la sociedad y la familia para las niñas y los niños del municipio.	Decreto 12019 publicado en Periódico Oficial del Estado de Jalisco en fecha 11 de abril de 1985, conforme al artículo 1 y artículo 2, fracciones I a X.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales como Facebook.	INE/CG78/2016

63. Ayuntamiento de Tuxpan, Veracruz.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Dirección de Salud y Asistencia Pública; "Sanitización del domicilio de paciente COVID-19 positivo" ⁹⁸ ; vigencia permanente	Minimizar las posibilidades de contagio interfamiliar al realizar la correcta sanitización del lugar. Se pretende nebulizar con sustancias químicas sanitizantes autorizadas por COFEPRIS al interior del domicilio de pacientes diagnosticados COVID-19 Positivo. Dirigido al 100% de la Población Tuxpeña para minimizar las posibilidades de contagio dentro del mismo ámbito familiar.		Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social, que como medida de prevención ofrece Sanitización en distintos hogares para minimizar las posibilidades de contagio, provocado por el Covid 19, no cumple con el criterio de generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ⁹⁹ .	
Dirección de Salud y Asistencia Pública; "Visita médica a domicilio de pacientes con imposibilidad de desplazamiento autónomo para su atención médica"; vigencia permanente	Enviar un médico al domicilio de cualquier persona que requiera ser valorada y/o atendida por presentar algún tipo de imposibilidad física, que le impida desplazarse a una unidad médica para su atención.		Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social, que como medida de atención ofrece el envío de un médico a domicilio de cualquier persona que tenga alguna imposibilidad física que le impida desplazarse a una unidad médica para su atención, la promoción de la misma no cumple con el criterio de generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio	

⁹⁸ De esta campaña se remitieron dos formularios idénticos.

⁹⁹ Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los **programas sociales** durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹⁰⁰ .	
Dirección de Salud y Asistencia Pública; "Visita médica a domicilio de pacientes tanto probables como infectados positivos de COVID-19"; vigencia permanente	Enviar un médico al domicilio de cualquier persona que requiera ser valorada y/o atendida por sospecha o diagnóstico positivo de Covid-19. Está dirigido a población que presente síntomas probables o ya haya sido declarada positiva.		Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social, que como medida de atención ofrece el envío de un médico a domicilio de cualquier persona con sospecha o diagnóstico de Covid-19, la promoción de la misma no cumple con el criterio de generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹⁰¹ .	
Dirección de Salud y Asistencia Pública; "Atención médica prehospitalaria"; vigencia permanente	Acercar los servicios de atención médica hospitalaria a toda persona que haya sufrido o agravamiento de una enfermedad de manera súbita y sea necesario su traslado a un centro hospitalario para incrementar sus posibilidades de sobrevivir. Se pretende enviar ambulancias para atención médica prehospitalaria. Toda aquella persona que requiera atención médica de urgencia y que haya sufrido una lesión o agravamiento de una enfermedad y sea necesario su traslado a un centro hospitalario.		Improcedente.- Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que otorga servicios de salud ofreciendo atención médica, prehospitalaria, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹⁰² .	
Dirección de salud y asistencia pública; "Traslados en ambulancia de pacientes COVID-19"; vigencia permanente	Realizar traslados locales o foráneos de pacientes infectados con Covid-19 a los centros hospitalarios autorizados para su atención médica observando todas las medidas de bioseguridad		Improcedente.- Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que otorga servicios de salud ofreciendo traslados de ambulancia de pacientes COVID 19, la promoción de la misma no cumple con	

¹⁰⁰ Ídem.

¹⁰¹ Ídem.

¹⁰² Ídem.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	pertinentes al caso.		el criterio de generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹⁰³ .	
Dirección de salud y asistencia pública; "Supervisión Sanitaria de expendios de alimentos (taquerías, torterías y similares) las 24 hrs."; vigencia permanente.	Supervisar los expendios de alimentos como taquerías, torterías y similares para que cumplan con las medidas de higiene y sanitización vigentes emitidas por SESVER, durante las 24 horas del día. Lo anterior, a fin de verificar que los expendios de alimentos cumplan con las normas de higiene y sanitización vigentes.		Improcedente. De acuerdo a lo establecido en el formulario la solicitud no se refiere a una campaña gubernamental sino al ejercicio de las obligaciones y facultades de la Dirección de salud y asistencia pública del municipio, a fin de verificar que los expendios de alimentos cumplan con las normas de higiene y sanitización vigentes.	
Ayuntamiento de Tuxpan; "Concurso de oratoria nivel primaria alta y secundaria"; vigencia del 08 de marzo al 30 de abril	Dotar a los alumnos de herramientas y competencias verbales y no verbales para hablar en público. Utilizar el diálogo y la argumentación coherente como elementos para convencer a los demás de nuestras ideas. Practicar y dominar la escuela, el silencio reflexivo y el respeto por las ideas de los demás. Con ello, se pretende fortalecer las capacidades de expresión oral de las comunidades estudiantiles de diferentes niveles sobre temas de impacto en el ámbito local, nacional e internacional, aportándole los instrumentos necesarios para el buen manejo de la Comunicación discursiva que les permita crecer en liderazgo e influenciar de manera positiva en sus comunidades.		Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a certámenes que atiendan a niñas, niños y adolescentes y fomenten una cultura de diálogo y argumentación que coadyuva a la educación de los niños y niñas y complementa las acciones de educación básica en nuestro país.	
Ayuntamiento de Tuxpan; "Concurso cuentacuentos nivel	Promover la lectura como una actividad de convivencia familiar a partir del arte de la		Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por	

¹⁰³Ídem.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
prescolar y primaria baja"; vigencia del 08 de marzo al 30 de abril	narración oral como un medio creativo para expresar emociones. Fomentar en la comunidad estudiantil el gusto por la lectura al utilizar diferentes métodos como la narración, teatro, se vuelve una actividad ligera y disfrutable.		lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a promover la lectura, a partir del arte de su narración oral, ya que coadyuva a la educación de los niños y niñas y complementa las acciones de educación básica en nuestro país.	
Ayuntamiento de Tuxpan; "Concurso de dibujo nivel prescolar y primaria baja"; vigencia del 08 de marzo al 30 de abril	Estimular la creatividad de los escolares en la faceta del dibujo, instar a los niños y niñas a plasmar por medio del dibujo la importancia de cuidarnos entre todas y todos para disfrutar de la alegría del regreso seguro. Mejora educativa, productividad, superación de carencias sociales, ciencia y tecnología. Mejora laboral, mejora en salud, bienestar social y desarrollo cultural.		Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a promover la creatividad a través del dibujo, ya que coadyuva a la educación de los niños y niñas y complementa las acciones de educación básica en nuestro país.	
Ayuntamiento de Tuxpan; "Programa aprende en casa"; vigencia durante el ciclo escolar.	Sugerir actividades para ser desarrolladas por el estudiante en compañía de sus padres desde Educación Básica, de acuerdo a los contenidos seleccionados conforme al logro de los aprendizajes.		Improcedente. Se estima que, si bien el programa "Aprende en casa" guarda relación con el concepto de educación, también es cierto que dicho programa corresponde a la Secretaría de Educación Pública, a través de la Subsecretaría de Educación Básica.	
Ayuntamiento de Tuxpan; "Ceremonias Cívicas"; vigencia permanente	Que la población estudiantil tenga el propósito de conmemorar, celebrar y recordar fechas históricas de nuestra identidad nacional. Promover y difundir los símbolos patrios de nuestra identidad nacional.		Improcedente. El formulario no está debidamente fundado y motivado, ya que no se establecieron fechas de inicio y término de transmisiones específicas; no se establece con claridad el objetivo y la descripción por lo que no queda claro si se trata de la difusión de ceremonias para promover los símbolos patrios o bien de la difusión de infografías o efemérides para conmemorar o recordar fechas históricas. Además de lo anterior, no se desprenden los medios a través de los cuáles se pretende su difusión.	
Dirección de Cultura; "Teatrotón"; vigencia únicamente el 15 de mayo.	Presentar diferentes grupos artísticos para alegrar el festival del día del maestro. Es un programa artístico con obras de teatro, varios artistas, dedicado al día del teatro con bailes tradicionales de folklor,		Improcedente. El formulario no está debidamente fundado y motivado, ya que no es posible desprender con claridad si la solicitud se refiere a una campaña para conmemorar el día del maestro, para invitar a una celebración organizada para celebrar el día del	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	cantantes y artistas de diversos y mucho más. Se ha tenido un alcance de más de 15,000 personas, debido a que se transmiten vía online y los años pasados hemos llegado a una audiencia de más de 20,000 personas teniendo llena la unidad deportiva de la ciudad.		maestro, o bien, de la difusión de la celebración del día del maestro en sí. Ahora bien, resulta importante destacar que cualquiera de las tres opciones anteriores, no constituyen propaganda gubernamental en razón de que no se trata de información publicada que haga del conocimiento general logros de gobierno, avances, acciones, programas o cualquier desarrollo económico, social, cultural o político, o bien, beneficios y compromisos cumplidos por parte de la citada Dirección de Cultura o el Ayuntamiento. En ese sentido, de acuerdo a lo establecido por la Sala Superior ¹⁰⁴ , este Consejo General estima que la colocación de lonas, pendones o gallardetes, u otro tipo de propaganda, en época electoral, con motivo de la invitación a festejar un día social, no infringe la prohibición de difundir propaganda gubernamental, durante una campaña electoral, aun cuando no esté en los supuestos de excepción expresamente señalados por el referido precepto constitucional, siempre que no difunda programas, acciones, obras o logros de gobierno, que tengan como finalidad apoyar o atacar algún candidato o partido político específico o que se promocióne a un servidor público, ni contenga expresiones, logotipos, emblemas, lemas que promociónen a algún partido político, coalición o candidato, porque no se trata de propaganda que contenga expresiones de naturaleza político-electoral ni gubernamental, sino de una invitación para la celebración de un acto de carácter cultural y social.	
Dirección de Cultura "Programa artístico del día del maestro"; vigencia únicamente el 15 de mayo.	Presentar diferentes grupos artísticos para alegrar el festival del día del maestro. Presentamos un programa artístico dedicado al día del maestro con bailes tradicionales de folklor,		Improcedente. El formulario no está debidamente fundado y motivado, ya que no es posible desprender con claridad si la solicitud se refiere a una campaña para conmemorar el día del maestro, para invitar a una celebración organizada para celebrar el día del	

¹⁰⁴ En la 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.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	cantantes y artistas diversos y mucho más. Se ha tenido un alcance de más de 5000 personas debido a que se transmite vía online y los años pasado hemos llegado a una audiencia de más de 10,000 personas teniendo lleno la unidad deportiva de la ciudad.		maestro, o bien, de la difusión de la celebración del día del maestro en sí. Ahora bien, resulta importante destacar que cualquiera de las tres opciones anteriores, no constituyen propaganda gubernamental en razón de que no se trata de información publicada que haga del conocimiento general logros de gobierno, avances, acciones, programas o cualquier desarrollo económico, social, cultural o político, o bien, beneficios y compromisos cumplidos por parte de la citada Dirección de Cultura o el Ayuntamiento. En ese sentido, de acuerdo a lo establecido por la Sala Superior ¹⁰⁵ , este Consejo General estima que la colocación de lonas, pendones o gallardetes, u otro tipo de propaganda, en época electoral, con motivo de la invitación a festejar un día social, no infringe la prohibición de difundir propaganda gubernamental, durante una campaña electoral, aun cuando no esté en los supuestos de excepción expresamente señalados por el referido precepto constitucional, siempre que no difunda programas, acciones, obras o logros de gobierno, que tengan como finalidad apoyar o atacar algún candidato o partido político específico o que se promocióne a un servidor público, ni contenga expresiones, logotipos, emblemas, lemas que promociónen a algún partido político, coalición o candidato, porque no se trata de propaganda que contenga expresiones de naturaleza político-electoral ni gubernamental, sino de una invitación para la celebración de un acto de carácter cultural y social.	
Dirección de cultura; "Programa artístico del día de las madres"; vigencia únicamente el 10 de mayo.	El objetivo es presentar diferentes grupos artísticos para alegrar el día de las madres. Presentamos un programa artístico dedicado a las madres con bailes tradicionales de folklor, cantantes y artistas diversos,		Improcedente. El formulario no está debidamente fundado y motivado, ya que no es posible desprender con claridad si la solicitud se refiere a una campaña para conmemorar el día de las madres, para invitar a una celebración organizada para celebrar el día de las madres, o bien, de la difusión	

¹⁰⁵ *Ídem.*

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	<p>así como grupos de animación, mariachi y mucho más. Se ha tenido un alcance de más de 10,000 personas debido a que se transmite online los años pasados hemos llegado a una audiencia de más de 20,000 personas.</p>		<p>de la celebración del día de las madres en sí. Ahora bien, resulta importante destacar que cualquiera de las tres opciones anteriores, no constituyen propaganda gubernamental en razón de que no se trata de información publicada que haga del conocimiento general logros de gobierno, avances, acciones, programas o cualquier desarrollo económico, social, cultural o político, o bien, beneficios y compromisos cumplidos por parte de la citada Dirección de Cultura o el Ayuntamiento. En ese sentido, de acuerdo a lo establecido por la Sala Superior¹⁰⁶, este Consejo General estima que la colocación de lonas, pendones o gallardetes, u otro tipo de propaganda, en época electoral, con motivo de la invitación a festejar un día social, no infringe la prohibición de difundir propaganda gubernamental, durante una campaña electoral, aun cuando no esté en los supuestos de excepción expresamente señalados por el referido precepto constitucional, siempre que no difunda programas, acciones, obras o logros de gobierno, que tengan como finalidad apoyar o atacar algún candidato o partido político específico o que se promocióne a un servidor público, ni contenga expresiones, logotipos, emblemas, lemas que promocionen a algún partido político, coalición o candidato, porque no se trata de propaganda que contenga expresiones de naturaleza político-electoral ni gubernamental, sino de una invitación para la celebración de un acto de carácter cultural y social.</p>	
<p>Dirección de Cultura "Presentación de libros"; vigencia 6 de enero al 22 de diciembre</p>	<p>Dar un espacio a cada uno de los diferentes autores que buscan un espacio con todas las comodidades y facilidades para presentar su obra. Dar la oportunidad a los diferentes autores de libros que buscan un espacio para presentar sus</p>		<p>Procedente. Se estima que, la difusión de presentaciones de libros y actividades culturales, abonan en el desarrollo de la cultura y en la formación de nuevos públicos lectores; se considera que el Estado debe contemplar el acceso a la cultura y disfrute de los bienes que presta, para</p>	<p>INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018</p>

¹⁰⁶ *Ídem.*

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	trabajos, siempre es importante poder ayudarlos con un espacio climatizado con sonido y luces para presentar su propia creación, se ha llevado más de 10 presentaciones de libro, así como de obras de arte teniendo un alcance de 1500 personas que han tenido el gusto de presenciar los diferentes nuevos libros.		lo cual tiene a su cargo la promoción de los medios para la difusión, atendiendo a la diversidad cultural en todas sus manifestaciones y expresiones con pleno respeto a la libertad creativa, por lo que encuadra en las excepciones previstas en el artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C, de la Constitución.	
Dirección de Cultura; "Proyección de películas"; vigencia del 07 de enero al 23 de diciembre de 2021.	Establecer un programa que se vuelva tradición para los jueves de películas en la sala anexa de la Dirección o algún otro punto de la ciudad por parte de la Dirección de Cultura. Cada jueves durante el año se presentan diferentes títulos cinematográficos para los múltiples tipos de público, tanto para los amantes de la comedia, los que les gusta el terror, acción, drama, clásicas, romance etc. Contamos con una amplia selección de películas.		Procedente. Se estima que, la proyección de películas, abonan en el desarrollo de la cultura y en el conocimiento de otras costumbres y formas de pensar y ver la vida; se considera que el Estado debe contemplar el acceso a la cultura y disfrute de los bienes que presta, para lo cual tiene a su cargo la promoción de los medios para la difusión, atendiendo a la diversidad cultural en todas sus manifestaciones y expresiones con pleno respeto a la libertad creativa, por lo que encuadra en las excepciones previstas en el artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C, de la Constitución.	
Dirección de Cultura; "Círculos literarios"; vigencia del 06 de enero al 22 de diciembre.	Fomenta el hábito de la lectura entre la ciudadanía que participa dentro de los círculos literarios. Se realizan con el objetivo de fomentar el hábito de la lectura y fortalecer el aprendizaje de cada uno de los miembros involucrados en los círculos de lectura, se ha tenido un alcance de 120 personas en diferentes círculos literarios.		Procedente. Se estima que, la difusión de presentaciones de libros y actividades culturales, abonan en el desarrollo de la cultura y en la formación de nuevos públicos lectores; se considera que el Estado debe contemplar el acceso a la cultura y disfrute de los bienes que presta, para lo cual tiene a su cargo la promoción de los medios para la difusión, atendiendo a la diversidad cultural en todas sus manifestaciones y expresiones con pleno respeto a la libertad creativa, por lo que encuadra en las excepciones previstas en el artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C, de la Constitución.	
Dirección Municipal de Protección Civil y Bomberos; "Preparación de planes y programas";	La coordinación de las acciones ante la presencia de fenómenos perturbadores dentro del territorio municipal y la difusión de las recomendaciones en materia		Improcedente. De acuerdo a lo establecido en el formulario la solicitud no se refiere a una campaña gubernamental sino al ejercicio de las obligaciones y facultades de la Coordinación Municipal de Protección	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre de 2021.	de protección civil. Dicha actividad pertenece a la fase de prevención de la gestión de riesgos; una vez analizados y detectados los riesgos existentes se realiza la planeación y preparación de los programas correspondientes. Los planes se aplican dentro del territorio municipal, de manera específica para cada temporada, evento o festividad y es dirigido a salvaguardar la integridad de la población en general y en especial de todas aquellas poblaciones consideradas como vulnerables, niños, ancianos, personas con discapacidad etc.		Civil y Bomberos a fin de verificar que se cumple con lo establecido en la Ley en la materia.	
Consejo Municipal de Protección Civil "Sesiones de consejo"; vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre de 2021.	Coordinar las acciones del sistema municipal de protección civil. Se realizan para la coordinación de las actividades del sistema municipal de protección civil. Prevención y mitigación de los riesgos logrando la disminución de los efectos de cualquier fenómeno perturbador		Improcedente. De acuerdo a lo establecido en el formulario la solicitud no se refiere a una campaña gubernamental sino al ejercicio de las obligaciones y facultades de la Coordinación Municipal de Protección Civil a fin de coordinar el sistema municipal de protección civil. Dicha campaña no cumple con el principio de necesidad.	
Dirección Municipal de Protección Civil y Bomberos; "Análisis y detección de riesgos"; vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre de 2021.	Identificar si los riesgos existentes dentro del territorio municipal, para la elaboración y ejecución del plan de mitigación de riesgos, privilegiando la salud y bienestar de la población del municipio de Tuxpan. Esta actividad pertenece a la fase prospectiva de la gestión de riesgos con la intención de identificar todas aquellas condiciones de riesgo que pudieran causar afectaciones ante la presencia de fenómenos perturbadores que impacten el territorio municipal. Dirigido, pero no limitado a colonias y comunidades previamente identificadas como		Improcedente. De acuerdo a lo establecido en el formulario la solicitud no se refiere a una campaña gubernamental sino al ejercicio de las obligaciones y facultades de la Dirección Municipal de Protección Civil y Bomberos a fin de identificar riesgos existentes dentro del territorio municipal ante la presencia de fenómenos perturbadores que impacten en el territorio municipal. Aunado a que, al tener una vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre de 2021 no cumple con el criterio de necesidad.	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	de mayor vulnerabilidad, identificando zonas propensas a deslaves, derrumbes, árboles que requieran poda preventiva, infraestructura urbana en mal estado y todas aquellas que pudieran significar un riesgo para la población en general.			
Dirección Municipal de Protección Civil y Bomberos; "Promoción de la educación, capacitación y comunicación social en temas de protección civil", vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre de 2021.	Difundir información relativa a la protección civil en sus fases prospectiva y correctiva, logrando que la población pueda responder de manera pronta y oportuna ante una emergencia o desastre. Tiene como objetivo final la prevención y mitigación de los riesgos, logrando la disminución de los efectos de cualquier fenómeno perturbador. Esta actividad pertenece a la fase de preparación de gestión de riesgos, se realiza la difusión de material referente a las recomendaciones de protección civil para temporadas específicas, buenas prácticas para evitar accidentes, respuesta a emergencias y preparación para casos de desastres.		<p>Procedente. Protección civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona la protección y la asistencia a los ciudadanos ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y el entorno en el que vive.</p> <p>Además, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud.</p> <p>Así, el derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana y toda vez que el objetivo de esta campaña está destinado a fomentar la cultura de la prevención, su difusión se encuentra amparada en lo previsto en las excepciones previstas en el artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C, párrafo segundo de la CPEUM.</p> <p>Lo anterior es así, ya que la educación y orientación a la población en materia de prevención de accidentes está enmarcado dentro del concepto integral de educación que proporciona el artículo 3 de la carta magna, por el conjunto de conocimientos que se difunden sobre las acciones a seguir en caso de fenómenos naturales, contribución a la disminución de riesgos y prevención de una situación de emergencia.</p>	
Dirección Municipal de protección Civil y Bomberos; "Desazolve, descacharrización y	Lograr la resiliencia de la población a través de acciones inmediatas que lleven a la fase de recuperación de forma pronta y oportuna. Pertenece a		Improcedente. De acuerdo a lo establecido en el formulario la solicitud no se refiere a una campaña gubernamental sino al ejercicio de las obligaciones y facultades de la	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
eliminación de riesgos ¹⁰⁷ ; vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre de 2021.	la fase reactiva de la gestión de riesgos, se da atención a emergencias suscitada la presencia de fenómenos de tipo hidrometeorológico como inundaciones, deslaves, anegaciones, caída de árboles etc. Se activan los procedimientos operativos para la eliminación de árboles en áreas urbanas o suburbanas que causen afectaciones ante la presencia de un fenómeno hidrometeorológico, se activan de ser necesario los refugios temporales.		Dirección Municipal de Protección Civil y Bomberos a fin de reaccionar a los riesgos dando atención a emergencias como consecuencia de fenómenos naturales; sin embargo, se advierte que la vigencia es del 01 de enero al 31 de diciembre de 2021, por lo que no cumple con el criterio de necesidad, para que dicha campaña se difunda durante el periodo prohibido.	

64. Ayuntamiento de Naucalpan de Juárez, Estado de México. La solicitud remitida por el citado Ayuntamiento contiene formatos de campañas que pretenden emitir otros entes públicos del municipio, por lo que se detallará en cada uno de los casos que ente es el solicitante.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Dirección de Comunicación de Naucalpan de Juárez, "Atención COVID Módulo Triage" con vigencia del 04 de abril al 06 de junio	Informar a los habitantes del Municipio de Naucalpan de Juárez sobre la atención Covid en el Módulo Triage.	Artículo 2.27 del Reglamento orgánico de la Administración Pública Municipal de Naucalpan de Juárez. (De la revisión del fundamento se advierte que se refieren al artículo 10.7 de dicho ordenamiento)	Procedente. La campaña tiene como finalidad informar a los habitantes del Municipio de Naucalpan de Juárez sobre las acciones de Gobierno en relación al tema de Covid-19. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.	INE/CG119/2019

¹⁰⁷ De esta campaña se remitieron dos formularios idénticos.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Dirección de Comunicación de Naucalpan de Juárez "Centro telefónico de atención médica y psicológica" con vigencia del 04 de abril al 06 de junio	La difusión de información sobre los espacios de atención psicológica y médica es un tema de suma importancia para coadyuvar en el mantenimiento de la salud integral de los habitantes del municipio. Informar a los habitantes del Municipio de Naucalpan de Juárez sobre las acciones de Gobierno en el cuidado de la salud médica y psicológica.	Artículo 2.27 del Reglamento orgánico de la Administración Pública Municipal de Naucalpan de Juárez. (De la revisión del fundamento se advierte que se refieren al artículo 10.7 de dicho ordenamiento)	Improcedente. Si bien la campaña tiene como finalidad informar a los habitantes del Municipio de Naucalpan de Juárez sobre el centro telefónico de atención médica y psicológica para el mantenimiento de la salud integral de los habitantes de Naucalpan, lo cierto también es que del formulario se desprende que se pretende informar a los habitantes sobre las acciones de gobierno en el cuidado de la salud médica y psicológica, lo que se encuentra prohibido durante el periodo de campaña	
Dirección de Comunicación de Naucalpan de Juárez "Consejos de nutrición y ejercicio en pandemia"; con vigencia del 04 de abril al 06 de junio	Informar a los habitantes del Municipio de Naucalpan de Juárez sobre los beneficios de una buena nutrición y ejercicio durante la pandemia provocada por el Covid-19. Difundir medidas preventivas en torno a los cuidados de salud respecto de la emergencia sanitaria por Covid-19 dirigidas a los habitantes del municipio.	Artículo 2.27 del Reglamento orgánico de la Administración Pública Municipal de Naucalpan de Juárez. (De la revisión del fundamento se advierte que se refieren al artículo 10.7 de dicho ordenamiento)	Procedente: Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a la población del Municipio con el propósito de difundir medidas preventivas en torno a los cuidados de salud respecto de la emergencia sanitaria.	
Dirección de Comunicación de Naucalpan de Juárez "Cuidado de Adultos Mayores COVID-19"; con vigencia del 04 de abril al 06 de junio	Informar a los habitantes del Municipio de Naucalpan de Juárez sobre medidas preventivas para el cuidado de adultos mayores, frente a la pandemia por Covid-19.	Artículo 2.27 del Reglamento orgánico de la Administración Pública Municipal de Naucalpan de Juárez. (De la revisión del fundamento se advierte que se refieren al artículo 10.7 de dicho ordenamiento)	Procedente: Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a la población del Municipio con el propósito de difundir medidas preventivas en torno a los cuidados de salud respecto de la emergencia sanitaria.	
Dirección de Comunicación de Naucalpan de Juárez, "Difusión del programa de vacunación COVID-19, en coordinación con el Gobierno de México"; con vigencia del 04 de abril al 06 de junio	Informar a los habitantes del Municipio de Naucalpan respecto de las acciones, indicaciones y recomendaciones que se para llevar a cabo la aplicación de vacunas.	Artículo 2.27 del Reglamento orgánico de la Administración Pública Municipal de Naucalpan de Juárez. (De la revisión del fundamento se advierte que se refieren al artículo 10.7 de dicho ordenamiento)	Procedente: La campaña tiene como finalidad informar a la población sobre el programa de vacunación por COVID-19, cuestión que determina las medidas y protocolos de salud y protección civil que las autoridades estiman se deben aplicar. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>deterioreen su salud.</p> <p>Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.</p>	
<p>Dirección de Comunicación de Naucalpan de Juárez, "Elaboración de líquido desinfectante."; con vigencia del 04 de abril al 06 de junio</p>	<p>Informar a los habitantes del Municipio Naucalpan de Juárez sobre la manera de elaborar líquido desinfectante para prevenir la transmisión del Covid-19</p>	<p>Artículo 2.27 del Reglamento orgánico de la Administración Pública Municipal de Naucalpan de Juárez. (De la revisión del fundamento se advierte que se refieren al artículo 10.7 de dicho ordenamiento)</p>	<p>Procedente: Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a la población del Municipio con el propósito de difundir medidas preventivas en torno a los cuidados de salud respecto de la emergencia sanitaria.</p>	
<p>Dirección de Comunicación de Naucalpan de Juárez, "Fomento al uso de cubrebocas" con vigencia del 04 de abril al 06 de junio</p>	<p>Informar a los habitantes del Municipio Naucalpan de Juárez en torno a los cuidados de salud respecto de la emergencia sanitaria por Covid 19.</p>	<p>Artículo 2.27 del Reglamento orgánico de la Administración Pública Municipal de Naucalpan de Juárez. (De la revisión del fundamento se advierte que se refieren al artículo 10.7 de dicho ordenamiento)</p>	<p>Procedente: Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a la población del Municipio con el propósito de difundir medidas preventivas en torno a los cuidados de salud respecto de la emergencia sanitaria.</p>	
<p>Dirección de Comunicación de Naucalpan de Juárez, "Operativos de prevención COVID-19 en mercados"; con vigencia del 04 de abril al 06 de junio</p>	<p>Informar a los habitantes del Municipio Naucalpan de Juárez en torno a los cuidados de salud respecto de la emergencia sanitaria por Covid 19.</p>	<p>Artículo 2.27 del Reglamento orgánico de la Administración Pública Municipal de Naucalpan de Juárez. (De la revisión del fundamento se advierte que se refieren al artículo 10.7 de dicho ordenamiento)</p>	<p>Procedente: Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a la población del Municipio con el propósito de difundir medidas preventivas en torno a los cuidados de salud respecto de la emergencia sanitaria.</p>	
<p>Dirección de Comunicación de Naucalpan de Juárez, "Prevención en época de lluvias y avisos de contingencias"; con vigencia del 04 de abril al 06 de junio</p>	<p>Difusión de información sobre las precipitaciones pluviales y sus posibles efectos son tema de suma importancia para resguardar la integridad y la seguridad de los habitantes del municipio.</p>	<p>Artículo 2.27 del Reglamento orgánico de la Administración Pública Municipal de Naucalpan de Juárez. (De la revisión del fundamento se advierte que se refieren al artículo</p>	<p>Procedente. El derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. La acción en materia de prevención de accidentes comprende el fomento de programas de educación y orientación a la población. Lo anterior tiene una evidente finalidad de educación en caso de inundaciones, por lo cual atendiendo</p>	<p>INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG119/2019</p>

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
		10.7 de dicho ordenamiento)	al concepto integral de educación que proporciona el artículo 3 de la carta magna, resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de educación, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de fenómenos naturales, contribución a la disminución de riesgos y prevención de una situación de emergencia.	
Dirección de Comunicación de Naucalpan de Juárez, "Pruebas rápidas COVID-19", con vigencia del 04 de abril al 06 de junio	Informar a los habitantes del Municipio Naucalpan de Juárez en torno al uso de pruebas rápidas Covid-19 como medida preventiva frente a la pandemia.	Artículo 2.27 del Reglamento orgánico de la Administración Pública Municipal de Naucalpan de Juárez. (De la revisión del fundamento se advierte que se refieren al artículo 10.7 de dicho ordenamiento)	Procedente: Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a la población del Municipio con el propósito de difundir medidas preventivas en torno a los cuidados de salud respecto de la emergencia sanitaria.	
Dirección de Comunicación de Naucalpan de Juárez, "Restricción de visitas a panteones por el día de las madres", con vigencia del 26 de abril al 10 de mayo	Difundir medidas preventivas en torno a los cuidados de salud respecto de la emergencia sanitaria por Covid-19 dirigidas a los habitantes del municipio	Artículo 2.27 del Reglamento orgánico de la Administración Pública Municipal de Naucalpan de Juárez. (De la revisión del fundamento se advierte que se refieren al artículo 10.7 de dicho ordenamiento)	Procedente: Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a la población del Municipio con el propósito de difundir medidas preventivas en torno a los cuidados de salud respecto de la emergencia sanitaria.	
Dirección de Comunicación de Naucalpan de Juárez, "Restricciones epidemiológico" con vigencia del 04 de abril al 06 de junio	Difundir medidas preventivas en torno a los cuidados de salud respecto de la emergencia sanitaria por Covid-19 dirigidas a los habitantes del municipio	Artículo 2.27 del Reglamento orgánico de la Administración Pública Municipal de Naucalpan de Juárez. (De la revisión del fundamento se advierte que se refieren al artículo 10.7 de dicho ordenamiento)	Procedente: Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a la población del Municipio con el propósito de difundir medidas preventivas en torno a los cuidados de salud respecto de la emergencia sanitaria.	

65. Ayuntamiento de Nezahualcóyotl, Estado de México. La solicitud remitida por el citado Ayuntamiento contiene formatos de campañas que pretenden emitir otros entes públicos del municipio, por lo que se detallará en cada uno de los casos que ente es el solicitante.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Ayuntamiento de Nezahualcóyotl/ Coordinación General de Programas Sociales "Adultos mayores Neza reconoce tu grandeza"; Con vigencia del 1 de mayo al 20 de mayo	Incidir en las condiciones alimentarias de los adultos mayores de 60 años o más como el sector vulnerable ante la contingencia sanitaria. Mediante Acuerdo número 254 el Ayuntamiento de Nezahualcóyotl aprobó la implementación de acciones emergentes con motivo del virus SARS-COV2 (COVID) en el Municipio de Nezahualcóyotl, aprobándose el monto destinado para el programa en comento. Derivado del derecho humano considerado en el artículo 4 de nuestra Carta Magna relativo a que toda persona tiene derecho a la protección de la salud, siendo obligación de las autoridades en el ámbito de sus competencias garantizar y establecer los mecanismo necesarios para que toda persona goce de un estado de completo bienestar físico, mental y social para su desarrollo y ante la contingencia sanitaria ocasionada por la enfermedad del COVID-19 se ha disminuido drásticamente las oportunidades de empleo dentro y fuera del Municipio, siendo necesaria la continuidad del programa así como su difusión por los tiempos actuales de pandemia ante este sector vulnerable.	Acuerdo 254 del Ayuntamiento de Nezahualcóyotl por el que se aprobaron acciones emergentes con motivo del Covid; Artículo 78 del Reglamento Orgánico de la Administración Pública Municipal. Artículos 8, fracciones VI y XXXIII y 90 del Bando Municipal Vigente.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social, que si bien atiende a la disminución de oportunidades de empleo, provocado por el Covid 19, que otorga alimentos para adultos mayores de 60 años para 70,0000 beneficiarios, la promoción de la misma no cumple con el criterio de generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹⁰⁸ .	
Ayuntamiento de Nezahualcóyotl	Suministro de oxígeno para su tratamiento durante su lucha	Artículo 78 del Reglamento Orgánico	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de	

¹⁰⁸ Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los **programas sociales** durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
<p>Coordinación General de Programas Sociales "Aliento Neza"; con vigencia del 1 al 20 de mayo.</p>	<p>contra el virus COVID-19, mediante el préstamo gratuito de concentradores de oxígeno o tanques de oxígeno, dirigido a 200 beneficiarios habitantes del Municipio de Nezahualcóyotl. Además, Incidir en las condiciones de salud de las personas con mayor grado de vulnerabilidad que hayan contraído el virus SARS-COV2 y que sean habitantes del Municipio de Nezahualcóyotl.</p>	<p>de la Administración Pública Municipal. Artículos 8, fracciones VI y XXXIII y 90 del Bando Municipal Vigente.</p>	<p>salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que otorga en préstamo concentradores o tanques de oxígeno, la promoción de la misma no cumple con el criterio de generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso¹⁰⁹.</p>	
<p>Ayuntamiento de Nezahualcóyotl Coordinación General de Programas Sociales "Apoyo a estudiantes de nivel básico"; con vigencia del 1 al 20 de mayo</p>	<p>Apoyar económicamente a aquellos alumnos residentes en el Municipio de Nezahualcóyotl que estudien nivel primaria y secundaria en escuelas públicas dentro del territorio del municipio de Nezahualcóyotl. Se contempla la cobertura a 5,000 alumnos. Se otorgará un apoyo económico que consiste en la entrega a cada beneficiario de 1,600.00 pesos en una sola exhibición.</p>	<p>Acuerdo 254 del Ayuntamiento de Nezahualcóyotl por el que se aprobaron acciones emergentes con motivo del Covid; Artículo 78 del Reglamento Orgánico de la Administración Pública Municipal. Artículos 8, fracciones VI y XXXIII y 90 del Bando Municipal Vigente.</p>	<p>Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social, que si bien atiende a la disminución de oportunidades de empleo, provocado por el Covid 19, la promoción de la misma no cumple con el criterio de generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso¹¹⁰.</p>	
<p>Ayuntamiento de Nezahualcóyotl Coordinación General de Programas Sociales "Apoyo a estudiantes de nivel medio superior" con vigencia del 1 al 20 de mayo</p>	<p>Apoyar económicamente a 1000 alumnos de educación de nivel medio superior que estudien en institución educativa pública, por una cantidad de \$2,000 pesos. Brindar a los alumnos un apoyo que contribuya a mejorar sus condiciones personales y que coadyuve como herramienta para la continuidad de sus estudios.</p>	<p>Acuerdo 254 del Ayuntamiento de Nezahualcóyotl por el que se aprobaron acciones emergentes con motivo del Covid; Artículo 78 del Reglamento Orgánico de la Administración Pública Municipal. Artículos 8, fracciones VI y XXXIII y 90 del Bando Municipal Vigente.</p>	<p>Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social, que si bien atiende a la disminución de oportunidades de empleo, provocado por el Covid 19, la promoción de la misma no cumple con el criterio de generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso.</p>	

¹⁰⁹ Ídem.

¹¹⁰ Ídem.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Ayuntamiento de Nezahualcóyotl Coordinación General de Programas Sociales "Mi vacuna Neza", con vigencia del 1 al 20 de mayo	Informar a los habitantes del Municipio de Naucalpan respecto de las acciones, indicaciones y recomendaciones que se para llevar a cabo la aplicación de vacunas	Artículo 78 del Reglamento Orgánico de la Administración Pública Municipal. Artículos 8, fracciones VI y XXXIII y 90 del Bando Municipal Vigente	Procedente: La campaña tiene como finalidad informar a la población sobre el programa de vacunación por COVID-19, cuestión que determina las medidas y protocolos de salud y protección civil que las autoridades estiman se deben aplicar. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.	
Ayuntamiento de Nezahualcóyotl Coordinación General de Programas Sociales, "Neza Vale", con vigencia del 1 al 20 de mayo	El programa incide en las condiciones de vida de la población más vulnerable en el Municipio de Nezahualcóyotl a través de una ayuda que contribuya a mejorar sus condiciones en apoyo a la emergencia sanitaria presente. Otorgando vales de 500 pesos canjeables por productos y alimentos básicos en establecimientos comerciales que hay en el Municipio. Otorgando un total de 10,000 vales.	Acuerdo número 173 el Ayuntamiento de Nezahualcóyotl aprobó y autorizó en la Vigésima Sexta Sesión Extraordinaria de fecha doce de junio del año 2020, el programa integral para la protección al empleo y la reactivación económica como consecuencia de la contingencia sanitaria ocasionada por la enfermedad del virus SARS-COV2 (COVID) en el Municipio de Nezahualcóyotl, aprobándose el programa en comento. Acuerdo 254 del Ayuntamiento de Nezahualcóyotl por el que se aprobaron acciones emergentes	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social, que si bien atiende a la disminución de oportunidades de empleo, provocado por el Covid 19, la promoción de la misma no cumple con el criterio de generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso.	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
		con motivo del Covid		

66. Coordinación de Comunicación Social del Ayuntamiento de Nicolás Romero, Estado de México.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Botón de emergencias SISC NR y Red de alarmas vecinales”; vigencia del 01 de abril al 01 de julio de 2021.	Brindar una herramienta a la ciudadanía que puede utilizar en casos de emergencia y dar atención inmediata; la cual está conectada al C4 y a la alarma vecinal de la comunidad. La campaña tiene como propósito difundir la herramienta SISC NR que puede utilizar en casos de emergencia y la cual está conectada al C4 y a la alarma vecinal de la comunidad.	Artículo 134 Constitucional, párrafo octavo.	Procedente. La campaña pretende orientar a la población sobre una aplicación que puede utilizar en caso de emergencia que sirve para la atención de la seguridad y protección civil de las personas. En ese sentido, se considera que la campaña tiene fines de protección civil, pues alerta a la población la existencia de una emergencia o de un delito, lo que coadyuva con las labores de prevención y persecución de estos. Así, puede ser considerado dentro del concepto de protección civil y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional, ya que fortalece la cultura de la prevención entre la sociedad y el trabajo conjunto para erradicar la violencia e inseguridad	
“Botón violeta mujer protegida”; vigencia del 01 de abril al 01 de julio de 2021.	Brindar una herramienta a las mujeres que puede utilizar en casos de emergencia como violencia de género y dar atención inmediata; la cual está conectada a la policía de género	Artículo 134 Constitucional, párrafo octavo.	Procedente. La campaña tiene como objetivo divulgar los alcances del botón violeta mujer, ante cualquier emergencia con información accesible para la población. Sobre lo señalado, este Órgano estima oportuno recordar que en años anteriores se han exceptuado campañas similares por vincularse con un tema de educación precisamente por la prevención y erradicación de la violencia contra la mujer, por lo que se estima procedente exceptuar la campaña “Botón violeta mujer protegida”.	INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
“Puerta violeta”; vigencia del 01 de abril al 01 de julio de 2021.	Brindar asesoría legal, psicológica a quienes sufren violencia de género, además de ofrecer refugio a los en donde este en peligro la vida de la víctima.	Artículo 134 Constitucional, párrafo octavo.	Procedente. La campaña tiene como objetivo divulgar los medios que tienen al alcance las mujeres que requieran de atención psicológica o legal, ante cualquier emergencia relacionada con violencia de género. Sobre lo señalado, este Órgano estima oportuno recordar que en años anteriores se han exceptuado campañas similares por vincularse con un tema de educación precisamente por la prevención y erradicación de la violencia contra la mujer, por lo que se estima procedente exceptuar la	INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			campana "Puerta violeta".	
"Consulta médica COVID-19"; vigencia del 01 de abril al 01 de julio de 2021.	Brindar el servicio de atención medica gratuito a las personas que contraigan COVID-19. Es necesario priorizar la vida y la salud de los ciudadanos y de esta manera prevenir un nuevo rebrote de la enfermedad y disminuir los casos positivos, así como defunciones.	Artículo 134 Constitucional, párrafo octavo.	Improcedente. Si bien la campana guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social, que como medida de atención ofrece el servicio de atención médica gratuita de cualquier persona con diagnóstico de Covid-19, la promoción de la misma no cumple con el criterio de generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campanas electorales, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹¹¹ .	Se aprueba iguala a la Campana "Contingencias por Covid-19" INE/CG109/2021
"Pruebas gratuitas COVID-19"; vigencia del 01 de abril al 01 de julio de 2021.	Brindar a las personas que tengan síntomas por COVID-19, la posibilidad para que puedan acudir a realizarse la prueba gratuitamente en los lugares especificados.	Artículo 134 Constitucional, párrafo octavo.	Improcedente. Si bien la campana guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la aplicación de pruebas a fin de minimizar las posibilidades de contagio, provocado por el Covid 19, no cumple con el criterio de generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campanas electorales, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso, precisamente por el otorgamiento de pruebas gratuitas ¹¹² .	INE/CG109/2021
"Evita incendios forestales, vigencia del 01 de abril al 01 de julio de 2021.	Concientizar e informar a la población sobre el riesgo y consecuencias de los incendios forestales y la pérdida de riqueza natural en Nicolás Romero.	Artículo 134 Constitucional, párrafo octavo.	Procedente. La campana brinda información que permitirá dar a conocer a la población en general la importancia de prevenir y reportar los incendios forestales, por lo que tiene como propósito crear consciencia sobre las causas más comunes por las que se generan incendios forestales causados accidentalmente por la acción humana. Al respecto este Consejo General del INE considera que, como en años anteriores, este	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG235/2020 e INE/CG109/2021

¹¹¹ *Ídem.*

¹¹² Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante las campanas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			tipo de campañas deberán ser de las consideradas dentro de las exceptuadas a la prohibición constitucional de difundir propaganda gubernamental durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral por su vinculación al concepto de educación.	
"Campaña de sanitización permanente", vigencia del 01 de abril al 01 de julio de 2021.	Brindar el servicio de sanitización a los espacios y colonias que la ciudadanía solicite por medio telefónico o en redes sociales, para el cuidado de su salud ante la pandemia de COVID-19.	Artículo 134 Constitucional, párrafo octavo.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social, que como medida de prevención ofrece Sanitización en distintos espacios y colonias que la ciudadanía solicite para minimizar las posibilidades de contagio, provocado por el Covid 19, no cumple con el criterio de generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹¹³ .	

67. Gobierno del estado de Jalisco. La solicitud remitida por la citada entidad contiene formatos de campañas que pretenden emitir otros entes públicos del Estado, por lo que se detallará en cada uno de los casos que ente es el solicitante.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Coordinación General de Comunicación en conjunto con Secretaría General de Gobierno y Protección Civil	Concientizar e informar a los ciudadanos de Jalisco sobre la importancia de prevenir los incendios forestales y así evitar accidentes y cuidar el medio ambiente.	Artículo 17 párrafo 1 fracción XXX de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, 2 y 9 de la Ley de Protección Civil y 4 y 5 del Reglamento Interno de la Coordinación de	Procedente. La campaña tiene el objetivo de dar a conocer a la población sobre la importancia de prevenir y reportar oportunamente los incendios forestales, esto es, la propaganda tiene como propósito involucrar a la sociedad en los trabajos de prevención de incendios forestales, para fomentar	CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG235/2020 e INE/CG109/2021

¹¹³ Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
y Bomberos, "Sin incendios, Jalisco Respira", con vigencia del 05 de abril al 30 de mayo		Comunicación Social, todas del Estado de Jalisco.	conciencia sobre la importancia de cuidar la superficie arbolada del país y disminuir el riesgo de desastres, por lo que se encuentra vinculada al concepto de educación. En relación con lo anterior, dado que la Constitución concibe a la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, dichas actividades de prevención corresponden a la educación informal y contribuyen a generar o modificar hábitos y patrones de conducta en beneficio de la ciudadanía, y a la conservación de los bosques, las superficies agrícolas y las zonas rurales como parte del medio ambiente.	
Coordinación General de Comunicación en conjunto con la Secretaría de Seguridad y la Fiscalía del Estado, "Prevención de delitos, extorsiones y fraudes", con vigencia del 26 de abril al 16 de mayo	Brindar herramientas de autocuidado a la ciudadanía para inhibir la comisión de delitos patrimoniales como robo a personas, cuentahabientes, casa habitación, negocios, vehículos, entre otros, además de dar a conocer los servicios y apoyos que ofrece la Fiscalía del Estado, garantizando el acceso a la justicia.	Artículo 31 párrafo 1 fracción XIII de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, 2 y 22 de la Ley del Sistema de Seguridad Pública, 4 y 5 fracción IV del Reglamento Interno de la Coordinación de Comunicación, todas del Estado de Jalisco.	Procedente. La campaña pretende orientar a la población sobre las herramientas de autocuidado y los servicios de apoyo por parte de la Fiscalía del Estado, con la finalidad de garantizar el acceso a la justicia, la verdad y la reparación integral de cualquier daño. En ese sentido, se considera que la campaña tiene fines educativos, pues busca advertir a la población y generar conciencia de cómo se cometen los delitos más comunes, lo que coadyuva con las labores de prevención y persecución de estos. Así, puede ser considerado dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional, ya que fortalece la cultura de la prevención entre la sociedad y el trabajo conjunto para erradicar la violencia e inseguridad.	INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
Coordinación General de Comunicación en conjunto con la Secretaría de Salud, "Ante la pandemia, Jalisco se defiende", con	Dar a conocer a la ciudadanía información oficial sobre las acciones que forman parte del Plan Jalisco ante la pandemia 2021, así como las medidas sanitarias preventivas ante el Covid-19.	Artículo 30 párrafo 1 fracción I, II de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, 3 y 34 de la Ley de Salud, 4 y 5 fracción IV del Reglamento Interno de la Coordinación de Comunicación, todas	Procedente. La campaña tiene como finalidad informar a la población de las acciones estatales derivadas del COVID-19, cuestión que determina las medidas y protocolos de salud y protección civil que las autoridades estiman se deben aplicar. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda	INE/CG109/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
vigencia del 19 de abril al 09 de mayo		del Estado de Jalisco.	<p>persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud.</p> <p>Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.</p>	
Coordinación General de Comunicación en conjunto con la Secretaría de Salud, “¡Aguas! El Dengue está en casa”, con vigencia del 12 de abril al 23 de mayo	<p>Informar sobre las recomendaciones y acciones que se deben realizar para prevenir contagios por dengue, así como las medidas que se deben tomar para evitar la reproducción del mosquito transmisor.</p>	<p>Artículo 30 párrafo 1 fracción I, II de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, 3 y 34 de la Ley de Salud, 4 y 5 fracción IV del Reglamento Interno de la Coordinación de Comunicación, todas del Estado de Jalisco.</p>	<p>Procedente. La campaña tiene como objetivo principal el fomento de la integridad física, la protección de la salud y de la vida humana, en particular durante los próximos meses en que aumenta el riesgo de contagio por las condiciones climáticas de la temporada. Esta campaña está enfocada a que la transmisión no se intensifique y se mantenga el control y la prevención de dicha enfermedad, impidiendo el riesgo de una epidemia.</p> <p>Así, el concepto de servicios de salud debe entenderse como el conjunto de actividades que se llevan a cabo para la satisfacción de dicha necesidad colectiva de interés público, las cuales comprenden todos aquellos actos, medios y recursos que son indispensables para su adecuada prestación.</p> <p>En ese sentido, el concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, ya que necesariamente abarca, entre otros aspectos la lucha contra enfermedades trasmisibles y la realización de campañas sanitarias.</p>	<p>INE/CG120/2015 e INE/CG119/2019</p>
Coordinación General de Comunicación en conjunto con Protección Civil,	<p>Emitir recomendaciones que prevengan a la población sobre los riesgos inherentes al temporal de lluvias, así como las medidas de protección y</p>	<p>Artículo 17 párrafo 1 fracción XXX de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, 2 y 9 de la Ley de Protección Civil</p>	<p>Procedente. El derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. La acción en materia de prevención de accidentes comprende el fomento de</p>	<p>INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG119/2019</p>

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Bomberos y la Secretaría de Seguridad, "¡Aguas Jalisco!", con vigencia del 24 de mayo al 20 de junio	alertas para evitar accidentes.	y 4 y 5 del Reglamento Interno de la Coordinación de Comunicación Social, todas del Estado de Jalisco.	programas de educación y orientación a la población. Lo anterior tiene una evidente finalidad de educación en caso de inundaciones, por lo cual atendiendo al concepto integral de educación que proporciona el artículo 3 de la carta magna, resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de educación, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de fenómenos naturales, contribución a la disminución de riesgos y prevención de una situación de emergencia.	
Escudo urbano C5, "Uso responsable de la línea de Emergencias 911", con vigencia del 17 de mayo al 13 de junio	Concientizar a la población sobre el uso responsable de la línea de emergencias 911, para evitar la movilización de personal y el uso de recursos materiales por llamadas de broma.	Artículos 31 numeral 1 fracciones XIII de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, 2 y 222 de la Ley del Sistema de Seguridad Pública, 4 y 5 fracción IV del Reglamento Interno de la Coordinación de Comunicación Social, todas del Estado de Jalisco. Artículo 10fracción XVI, 25 fracción I de la Ley Orgánica del Organismo Público Descentralizado denominado, Centro de Coordinación, Comando, Control, Comunicaciones y Cómputo del Estado de Jalisco.	Procedente. La campaña pretende concientizar a la población sobre el uso responsable de la línea de emergencias 911, con la finalidad de brindar el mejor servicio posible, evitando las llamadas de broma. En ese sentido, se considera que la campaña tiene fines educativos, pues instruye a la población sobre el uso correcto de una de las herramientas que permiten alertar a las autoridades de la existencia de una emergencia o de un delito, lo que coadyuva con las labores de prevención y persecución de estos. Así, puede ser considerado dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional. ¹¹⁴	INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017 e INE/CG172/2018

¹¹⁴ La Sala Superior del TEPJF en el SUP-RAP-121/2014, respecto de la "Campaña del 066 y 089 del Consejo Estatal de Seguridad Pública" estableció que atendiendo a la necesidad de la sociedad de contar con vías de comunicación para denunciar hechos posiblemente constitutivos de delito, y que permitan la reacción inmediata de las autoridades policíacas, resulta lógico que las autoridades implementen programas y acciones, no solo encaminadas a dar a conocer los instrumentos y mecanismos que se desarrollen para facilitar la denuncia de delitos, sino además, tendentes a fomentar su uso y utilización entre la sociedad, por lo que se encuentran dentro de los previsto en las excepciones previstas en el artículo 41, Base II, Apartado C, párrafo segundo de la CPEUM.

68. Ayuntamiento de Toluca, Estado de México.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Prevención de cáncer cervicouterino (estudios de colposcopia y toma de muestras de citología)”; vigencia del 23 de febrero al 14 de diciembre de 2021.	Detección oportuna del cáncer cervicouterino mediante estudios de colposcopia y toma de Papanicolau gratuitos en la población femenina usuaria de los servicios de salud básicos en los centros de salud y asistencia social municipal de Toluca.	Artículo 3, fracciones I y II de la Ley General de Salud; 3 de la Ley que crea los Organismos Públicos Descentralizados de Asistencia Social, de carácter municipal “Sistemas Municipales para el Desarrollo Integral de la Familia y 8, 9, 10, 11 y 12 de la Ley de Asistencia Social del Estado de México y Municipios”	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata la realización de estudios de colposcopia y toma de muestras de citología y papanicolau a fin de una detección oportuna del cáncer cervicouterino, la campaña no cumple con el criterio de generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso, por aplicar estudios a mujeres usuarias de servicios de salud básicos ¹¹⁵ .	
“Difusión de cápsulas informativas en salud”; vigencia del 21 de febrero al 16 de diciembre de 2021.	Sensibilizar y difundir información científica y válida para el autocuidado de la salud del municipio de Toluca y sus alrededores.	Artículo 3, fracciones I y II de la Ley General de Salud; 3 de la Ley que crea los Organismos Públicos Descentralizados de Asistencia Social, de carácter municipal “Sistemas Municipales para el Desarrollo Integral de la Familia y 8, 9, 10, 11 y 12 de la Ley de Asistencia Social del Estado de México y Municipios”	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en medios digitales.	
“Jornadas nacionales de salud pública”; vigencia del 16 de marzo al 29 de octubre de	Contribuir al ejercicio de derecho de protección de la salud de la población a través de la vacunación en la línea de vida, para mantener la eliminación, control	Artículo 3, fracciones I y II de la Ley General de Salud; 3 de la Ley que crea los Organismos Públicos Descentralizados de	Procedente. La campaña tiene como objetivo principal el fomento de la integridad física, la protección de la salud y de la vida humana; y como finalidad informar a la población sobre la jornada de salud y los esquemas	

¹¹⁵ Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
2021.	epidemiológico y disminución en la incidencia de enfermedades que se previenen con esta intervención en salud pública.	Asistencia Social, de carácter municipal "Sistemas Municipales para el Desarrollo Integral de la Familia y 8, 9, 10, 11 y 12 de la Ley de Asistencia Social del Estado de México y Municipios"	de vacunación existentes. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud.	
"Campañas de salud de acuerdo al calendario de salud de la Organización Mundial de la Salud"; vigencia del 22 de febrero al 17 de diciembre de 2021.	Contribuir al control de los pacientes a fin de prevenir y/o retrasar las complicaciones inherentes a las enfermedades y promover las actividades y asegurar la asistencia de la población.	Artículos 3, fracciones I y II de la Ley General de Salud y 3 de la Ley que crea los Organismos Públicos Descentralizados de Asistencia Social, de carácter municipal "Sistemas Municipales para el Desarrollo Integral de la Familia	Procedente. La campaña tiene como objetivo principal el fomento de la integridad física, la protección de la salud y de la vida humana; y como finalidad informar a la población sobre las campañas de salud con visión de prevención de enfermedades, En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud.	
"Centros de atención médica integral (CAMI) DIF Toluca"; vigencia del 22 de febrero al 17 de diciembre de 2021.	Contribuir al control metabólico de los pacientes con Enfermedad Crónica no Transmisible en descontrol, a fin de prevenir y/o retrasar las complicaciones inherentes a estas enfermedades, a través de estrategias educativas y de seguimiento formal en el primer nivel de atención. En cada centro de salud y asistencia social municipal de Toluca del primer nivel de atención se asignó a un profesional de la salud, quien promoverá la integración de los Clubes de Atención Médica Integral	Artículos 3, fracciones I y II de la Ley General de Salud y 3 de la Ley que crea los Organismos Públicos Descentralizados de Asistencia Social, de carácter municipal "Sistemas Municipales para el Desarrollo Integral de la Familia	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que otorga servicios de salud con la finalidad de dar seguimiento al control metabólico de personas con enfermedades crónicas o degenerativas, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio	

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹¹⁶ .	
“Densitometrías”; vigencia del 22 de febrero al 17 de diciembre de 2021.	Diagnosticar osteopenia, osteoporosis y predecir el riesgo de fracturas en personas mayores de 40 años.	Artículos 3, fracciones I y II de la Ley General de Salud y 3 de la Ley que crea los Organismos Públicos Descentralizados de Asistencia Social, de carácter municipal “Sistemas Municipales para el Desarrollo Integral de la Familia	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que otorga servicios de salud con la finalidad de dar seguimiento al control metabólico de personas con enfermedades crónicas o degenerativas, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹¹⁷ .	
“DIFundiendo valores”; vigencia del 28 de febrero al 17 de diciembre de 2021.	Aportar información y conocimientos a las familias del municipio de Toluca, para su desarrollo integral, así como brindarles herramientas para afrontar de la mejor manera las probables consecuencias dentro de las familias, por el confinamiento generado por la pandemia del SARS-CoV-2 (COVID-19)	Artículo 3 de la Ley que crea los Organismos Públicos Descentralizados de Asistencia Social, de carácter municipal “Sistemas Municipales para el Desarrollo Integral de la Familia y 8, 9, 10, 11 y 12 de la Ley de Asistencia Social del Estado de México y Municipios”	Procedente. La prestación de los servicios de salud conlleva la ejecución de diversos actos y actividades, como son los relativos a la atención de servicios médicos y de asistencia social y todo aquello que conlleva a salvaguardar la salud en un contexto amplio que abarca no solo la salud física del ser humano, sino también la mental y psicológica. En este contexto, esta campaña puede ser considerada dentro del concepto de salud y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda	

¹¹⁶ Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

¹¹⁷ Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			gubernamental impone el texto constitucional.	
“Vida activa para el adulto mayor”; vigencia del 01 de marzo al 30 de mayo.	Promover acciones para que los adultos mayores desde casa disfruten de un envejecimiento saludable en los ámbitos de promoción a la salud, desarrollo humano, cultura y redes de apoyo.	Artículo 3 de la Ley que crea los Organismos Públicos Descentralizados de Asistencia Social, de carácter municipal “Sistemas Municipales para el Desarrollo Integral de la Familia y 3 y 5 de la Ley del Adulto Mayor del Estado de México.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de educación y salud, ya que se trata de la difusión de medidas preventivas y de salud, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso de la campaña que beneficia a los adultos mayores.	
“Difusión de apertura de servicio de alfabetización y educación para los adultos DIF-INEA”, vigencia del 01 de abril al 31 de agosto.	Como parte de la programación anual para adultos mayores participantes en las casas de día y clubes del Sistema Municipal DIF Toluca, se realizan pláticas, talleres temáticos y de igual manera, se comparten contenidos a sus cuidadores primarios. Los temas se realizan a través de infografías y videos que se envían a grupos de redes sociales conformados por adultos mayores pertenecientes a las casas de día y los clubes antes mencionados.	Artículo 3 Constitucional; 14 de la Ley General de Educación	Procedente. La campaña busca promover y difundir la alfabetización y abatir el analfabetismo y el rezago educativo en adultos mayores. Sus acciones se encuentran direccionadas a cubrir las inquietudes y aspiraciones de los adultos, y motivarlos a concluir su formación básica. En tal sentido, los servicios educativos en adultos guardan relación con el concepto de educación señalado la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y los razonamientos realizados con anterioridad por este Órgano.	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016 INE/CG65/2017
“Difusión de apertura de servicios de estancias infantiles”, vigencia del 01 de mayo al 30 de septiembre.	Apoyar a las madres, padres o tutores trabajadoras o trabajadores mediante la prestación de un servicio asistencial y educativos a sus hijas e hijos.	Lineamientos de la Operación de la Acción de Desarrollo Social y Atención Educativa a Hijos de Madres Trabajadoras de 15 de setiembre de 2017.	Improcedente. Si bien la difusión de la campaña puede guardar relación con el concepto de educación, ya que se trata de un programa asistencial y educativo relacionado con la apertura de estancias infantiles para ayudar en el cuidado de niñas y niños de padres y madres trabajadoras, la difusión de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la	

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹¹⁸ .	

69. Ayuntamiento de Centro Villahermosa, Tabasco.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Entrega de apoyos ortopédicos”; vigencia del 02 de marzo al 30 de julio de 2021.	Apoyar a las familias de escasos recursos económicos, con la entrega de Aparatos Ortopédicos a personas con capacidades diferentes.	Artículos 238, 239, 240, 241, 241, 243 del Reglamento de la Administración Pública del municipio de centro Tabasco; 115 Constitucional y 64 y 65 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tabasco.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que proporciona ayuda a familias de escasos recursos en beneficio de personas con discapacidad, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹¹⁹ .	
“Nutriendo a las familias de Centro”; vigencia del 02 de marzo al 30 de julio de 2021.	Contribuir en la alimentación de las familias del municipio, y reducir la desnutrición e incrementar positivamente los índices de desarrollo humano, de las personas que se encuentran en situación de pobreza extrema	Artículos 238, 239, 240, 241, 241, 243 del Reglamento de la Administración Pública del municipio de centro Tabasco; 115 Constitucional y 64 y 65 de la Constitución	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que proporciona ayuda a familias de escasos recursos en beneficio de personas con discapacidad, la promoción de la misma no cumple	

¹¹⁸ *Ídem.*

¹¹⁹ Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	o en condiciones de rezago social mediante la dotación de leche con un alto valor nutricional.	Política del Estado Libre y Soberano de Tabasco.	con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹²⁰ .	
“Albergue para la atención de niñas, niños y adolescentes migrantes acompañados y no acompañados en el Albergue Temporal “Celia González”; vigencia del 02 de marzo al 30 de julio de 2021.	Brindar un espacio a niñas, niños y adolescentes acompañados y no acompañados, en lo que definen su situación migratoria.	Artículos 238, 239, 240, 241, 241, 243 del Reglamento de la Administración Pública del municipio de centro Tabasco; 115 Constitucional y 64 y 65 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tabasco.	Procedente: El artículo 8 de la Ley de Migración establece como derecho de los migrantes el acceso a servicios educativos y médicos. Así se considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa en coadyuvar con los organismos de migración para mantener informada a la población migrante, de los lugares de asistencia social, así como de verificar su estado de salud, evitando la propagación de enfermedades no originarias del entorno al que lleguen y que podrían poner en riesgo la salud de los residentes. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. La propaganda analizada está orientada a fortalecer el aprecio por la dignidad humana, la integridad de la familia, el interés de la sociedad y a garantizar la seguridad de los migrantes.	Se aprueba igual a la campaña “Protección a Migrantes, Somos Mexicanos” INE/CG172/2018
“Academias”; vigencia del 28 de	Capacitación para el trabajo a través de las diferentes	Artículos 238, 239, 240, 241, 241, 243 del	Procedente. La Constitución concibe la educación como	INE/CG78/2016 e INE/CG109/2021

¹²⁰ Ídem

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
enero al 30 de julio de 2021.	academias, aprender un oficio como superación personal y económica. Siendo el Sistema DIF Centro un organismo Paramunicipal, que tiene como misión el bienestar de los grupos vulnerables del municipio y brinda atención en materia de asistencia social para combatir causas y efectos de la vulnerabilidad.	Reglamento de la Administración Pública del municipio de centro Tabasco; 115 Constitucional y 64 y 65 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tabasco.	necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a promocionar la impartición de cursos y enseñanza de oficios, ya que estas actividades corresponden a la educación informal y contribuyen a combatir el desempleo y/o mejorar la economía familiar.	
“Clases virtuales CENDIS”, vigencia del 27 de agosto de 2020 al 30 de julio de 2021	Propiciar el desarrollo integral y armónico del niño a través de los campos formativos de desarrollo personal y social.	Artículos 238, 239, 240, 241, 241, 243 del Reglamento de la Administración Pública del municipio de centro Tabasco; 3 y 115 Constitucional y 64 y 65 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tabasco.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a informar e incentivar que los niños desarrollen destrezas y creatividad, así como aprendizaje. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional ya que, incentiva que los niños participen de la educación formal que imparte el Estado.	
“Desayunos escolares”; 24 de agosto de 2020 al 30 de julio de 2021.	Lograr el desarrollo integral de las familias del municipio de Centro, a través del programa de los desayunos escolares	Artículos 238, 239, 240, 241, 241, 243 del Reglamento de la Administración Pública del municipio de centro Tabasco; 3, 4 y 115 Constitucional y 64 y 65 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tabasco.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que proporciona paquetes alimentarios, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹²¹ .	
“Madres lactantes”,	Apoyar con dotaciones de	Artículos 238, 239,	Improcedente. Si bien la campaña	

¹²¹ Ídem

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
vigencia del 02 de marzo al 30 de julio de 2021.	leche de fórmula a madres de familia en situación de pobreza o con rezago social.	240, 241, 241, 243 del Reglamento de la Administración Pública del municipio de centro Tabasco; 4 y 115 Constitucional y 64 y 65 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tabasco.	guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que proporciona paquetes alimentarios, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹²² .	
“Programa de mejoramiento de vivienda a través de la adquisición de tinacos a bajo costo en apoyo a la economía familiar”; Dirección de Desarrollo, Subdirección de Desarrollo y organización social. vigencia del 01 de enero al 31 de mayo de 2021.	Favorecer a la población que tenga agua almacenada.	Artículo 41 Base III apartado C Constitucional y 209 de la LGIPE.	Improcedente. Si bien la campaña guarda cierta relación con el concepto de salud, ya que se trata de la adquisición de tinacos a bajo costo para mejorar la calidad de vida al no almacenar agua en contenedores, la difusión de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso las personas pertenecientes a la Congregación Mariana Trinitaria.	
“Enlace municipal ante INAPAM”; vigencia del 01 de marzo al 30 de septiembre de 2021.	Se apoya al adulto mayor en la gestión eficaz y oportuna de la credencialización de INAPAM que le aporta beneficios considerables en su economía, a través de descuentos necesarios en su vida diaria. Obtención de la credencial del INAPAM y	Artículo 41 Base III apartado C Constitucional y 209 de la LGIPE.	Improcedente. La promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas deberá ser de tal importancia	

¹²² Ídem

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	acompañamiento al adulto mayor en las gestiones que realizan ante las dependencias del Ayuntamiento.		que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹²³ . Además, según lo dispuesto en el Manual de Organización General del INAPAM, apartado 7000 Subdirección de Comunicación Social, es el área encargada de la Difusión a la sociedad en general de las políticas, objetivos, actividades y servicios del INAPAM y fortalecer ante la opinión pública la imagen institucional, materiales informativos, campañas de difusión en diversos eventos y el diseño y distribución de materiales informativos o de promoción.	
“Repoblación de cuerpos lagunares del municipio Centro”; vigencia del 01 de marzo al 30 de septiembre de 2021	Repoblación de especies nativas que se están extinguiendo, apoyo a la población que se dedica a la actividad pesquera para su comercialización y autoconsumo.	Artículo 41 Base III apartado C Constitucional y 209 de la LGIPE.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud y educación, ya que se trata de la difusión de un programa social que proporciona alevines a los pescadores para contribuir a la repoblación de especies nativas, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹²⁴ .	
“Mecanización agrícola”; vigencia del 18 de febrero al 30 de septiembre de 2021.	Abaratar el tiempo y el costo de las labores agrícolas maximizando los recursos de cada productor y eficientando la producción de la tierra, haciendo posible que la producción llegue sin intermediarios a los productores.	Artículo 41 Base III apartado C Constitucional y 209 de la LGIPE.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de educación, ya que se trata de la difusión de un programa social que proporciona maquinaria a los productores agrícolas con el fin de maximizar recursos, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que	

¹²³ Ídem

¹²⁴ Ídem

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹²⁵ .	
“Programa sembrando comida en tu colonia”; vigencia del 01 de enero al 30 de abril de 2021	La campaña establece como propósito la entrega de más de 10,000 árboles frutales a igual número de familias del municipio de centro, que en el futuro inmediato generen alimentación y contribuyan a aminorar las consecuencias del cambio climático. Generar una nueva cultura en el medio ambiente y sustentabilidad para fortalecer la tradición del autocultivo familiar en especies icónicas, endémicas propias del lugar.	Artículo 41 Base III apartado C Constitucional y 209 de la LGIPE.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de educación, ya que se trata de la difusión de un programa social que proporciona árboles frutales para generar una nueva cultura en el medio ambiente y sustentabilidad para fortalecer la tradición del auto cultivo, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹²⁶ .	
“Programa de eventos culturales del municipio Centro, Tabasco”; vigencia del 01 de marzo al 30 de septiembre de 2021.	Abrir espacios de divulgación de la cultura en diferentes disciplinas, fortaleciendo la identidad, tradiciones y costumbres y fomentando la diversidad de representaciones artísticas para la recreación y la sana convivencia.	Artículos 4 y 73 Constitucionales; 5, 6 y 10 de la Ley General de Cultura y Derechos Culturales; 65 de la Ley Orgánica de los Municipios del Estado de Tabasco; 3 y 174 del Reglamento de la Administración Pública del municipio de centro Tabasco; Plan Municipal de Desarrollo 2018-2021	Procedente. La campaña guarda relación con el concepto de educación, tiene como objetivo difundir las actividades y expresiones artísticas para que la población las conozca y participe, fortaleciendo la cultura y el acceso a esta, así como a los bienes y servicios que el municipio presta en esta materia.	Se resuelve igual a la campaña: “Difusión de la Cultura y Patrimonio Artístico y Literario” INE/CG172/2018 INE/CG109/2021
“Entrega de kits de	Entrega de kits de salud a	Artículos 3	Improcedente. Si bien la campaña	

¹²⁵ Ídem

¹²⁶ Ídem

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
salud a las alumnas que estudian el taller “Educación para la Salud” generación diciembre 2020 a septiembre 2021”; vigencia del 15 al 30 de abril de 2021	alumnas del programa para reforzar sus conocimientos teóricos y prácticos.	Constitucional; 31 de la Ley Orgánica de los Municipios del Estado de Tabasco; 169 del Reglamento de la Administración Pública del municipio de centro Tabasco; Plan Municipal de Desarrollo 2018-2021	guarda relación con los conceptos de salud y educación, ya que se trata de la difusión de un programa social que proporciona material a las personas que terminaron un curso, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹²⁷ .	
“Graduación del taller “Educación para la Salud” generación 2020-2021”; vigencia 13 de septiembre de 2021.	Entrega de diploma con valor curricular a las alumnas que iniciaron el taller en diciembre de 2020 y concluyeron en septiembre de 2021.	Artículos 3 Constitucional; 31 de la Ley Orgánica de los Municipios del Estado de Tabasco; 169 del Reglamento de la Administración Pública del municipio de centro Tabasco; Plan Municipal de Desarrollo 2018-2021	Improcedente. De la lectura del formulario no se advierte una campaña de un programa social sino de la difusión de un evento. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de educación, ya que se trata de la difusión de un programa social de entrega diplomas a las personas que concluyeron un taller, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹²⁸ .	
“Infografía para difusión de efemérides ambientales”; vigencia del 15 de febrero de 2019 al	Invitar y participar en la conmemoración del calendario de Celebraciones Ambientales de la Organización de las Naciones Unidas, con la	Plan Municipal de Desarrollo 2018-2021	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a informar e	

¹²⁷ Ídem

¹²⁸ Ídem

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
31 de agosto de 2021 ¹²⁹	intención de despertar la conciencia ambiental en los habitantes del municipio de Centro.		incentivar la cultura ambiental. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional ya que, incentiva que los niños participen de la educación formal que imparte el Estado.	
“Puntos limpios”; vigencia del 26 de febrero al 25 de septiembre de 2021. ¹³⁰	Implementar planes de manejo en la gestión de recolección, clasificación y disposición de residuos sólidos. Se pretende, no solo cumplir con las leyes ambientales sino obtener resultados favorables y aprovechar los materiales susceptibles de recuperación o reciclaje.	Plan Municipal de Desarrollo 2018-2021	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo redes sociales, cuentas oficiales del Ayuntamiento, así como material impreso.	INE/CG199/2015
“Gestión médica y proyecto”; vigencia del 01 de marzo al 30 de septiembre de 2021	Tratar asuntos referentes a temas de salud pública que afectan a la población. Facilitar la información y la conexión con los organismos que ofrecen algún tipo de recurso o servicio de salud, establecer comunicación con los directivos para coordinar esfuerzos y buscar mecanismos de atención a quien solicitan apoyo con atención médica u hospitalaria; Buscar mecanismos de atención a demandas de la ciudadanía en temas relacionados con salud pública. Gestionar referencias a diferentes instituciones de salud.	Artículos 2 Constitucional; 31 de la Ley Orgánica de los Municipios del Estado de Tabasco; 61, 62, 63, 64 y 65 del Reglamento de la Administración Pública del municipio de centro Tabasco; Plan Municipal de Desarrollo 2018-2021	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de una campaña para otorgar gestión de programas públicos de salud, no se establece una generalidad que beneficie a la población del municipio de Centro.	
“Regulación y control sanitario”; 01 de marzo al 30 de septiembre de 2021	Promover acciones orientadas a disminuir el índice de enfermedades infecciosas por riesgo sanitario.	Artículos 2 Constitucional; 31 de la Ley Orgánica de los Municipios del Estado de Tabasco; 61, 62, 63, 64 y 65 del Reglamento de la	Procedente. Los artículos 3, fracción XI, 162 y 163 de la Ley General de Salud, disponen que es materia de salubridad general la educación para la salud, y que el derecho a su protección tiene como finalidad la prolongación de la vida	INE/CG172/2018

¹²⁹ De esta campaña se presentaron dos formularios idénticos.

¹³⁰ De esta campaña se presentaron dos formularios.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
		Administración Pública del municipio de centro Tabasco; Plan Municipal de Desarrollo 2018-2021	humana. Asimismo, que la acción en materia de prevención comprende la adopción de diversas medidas entre las que se encuentra el fomento de programas de educación y orientación a la población. Por lo que este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.	
“Unidad médica móvil para la mujer de Centro”; vigencia del 01 de marzo al 30 de septiembre de 2021	Promover medidas preventivas de cáncer de mama y enfermedades propias de la mujer. Incrementar la cobertura de detección del cáncer de mama con servicios accesibles, eficientes y de calidad con el fin de disminuir la mortalidad por esta causa. Facilitar el acceso en la toma de mastografías residentes	Artículos 2 Constitucional; 31 de la Ley Orgánica de los Municipios del Estado de Tabasco; 61, 62, 63, 64 y 65 del Reglamento de la Administración Pública del municipio de centro Tabasco; Plan Municipal de Desarrollo 2018-2021	Procedente. Los artículos 3, fracción XI, 162 y 163 de la Ley General de Salud, disponen que es materia de salubridad general la educación para la salud, y que el derecho a su protección tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. Asimismo, que la acción en materia de prevención comprende la adopción de diversas medidas entre las que se encuentra el fomento de programas de educación y orientación a la población. Por lo que este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.	INE/CG172/2018
“Fomento de programas de actividades deportivas y culturales en espacios educativos”; vigencia del 01 al 30 de abril de 2021	Promover los programas de activación de los espacios deportivos y culturales en escuelas públicas de nivel básico hasta medio superior.	No agrega	Procedente. La campaña guarda relación con el concepto de salud; Se trata de programas que fomenten el desarrollo de la cultura y la actividad física y el deporte son elementos de la educación para formar en las personas la cultura de ejercitar su cuerpo, además de que el deporte es una herramienta fundamental para el combate de enfermedades.	INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
“Fomento educativo a distancia”; vigencia del 01 al 30 de abril de 2021	Construcción de 5 aulas y sanitarios con módulos para alumnos con capacidades diferentes; difusión a través de los medios de	Artículos 2, 3, 4 y 134 Constitucionales; 84 de la Ley Orgánica de los Municipios del Estado de Tabasco;	Improcedente. Si bien la campaña guarda cierta relación con el concepto de salud, ya que se trata de un programa de entrega de apoyos económicos para la compra	INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	comunicación dirigido a jóvenes estudiantes del nivel medio superior del municipio de centro.	148 del Reglamento de la Administración Pública del municipio de centro Tabasco.	de materiales de construcción para mejorar la vivienda de la población en pobreza o extrema pobreza, la difusión de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹³¹ .	
“Rehabilitación de 9 plantas potabilizadoras de agua”, vigencia del 04 al 30 de abril de 2021	Informar sobre el estatus que guardan las obras de rehabilitación y ampliación de plantas potabilizadoras de agua en el municipio de Centro.	Artículos 4, 115 y 134 Constitucionales; 64 y 65 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tabasco; 257 del Reglamento de la Administración Pública del municipio de centro Tabasco.	Improcedente. Si bien la campaña guarda cierta relación con el concepto de salud, ya que se trata de información relacionada con el abastecimiento de agua, la difusión de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹³² . Además, que de la lectura se advierte la presunta difusión de un logro de gobierno.	
“Normatividad del Ramo 33 de fondo III, a través de los comités comunitarios”.	Formación de Comités, capacitación y seguimiento de las obras a realizarse hasta su conclusión y entrega a las comunidades. Organización de comités y priorización de los programas, a fin de tener una participación activa de la sociedad que conozca de seguimiento, reciba y	Artículo 41 Base III apartado C Constitucional y 209 de la LGIPE.	Improcedente. No se establece una generalidad que beneficie a la población del municipio de Centro, no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población.	

¹³¹ Ídem

¹³² Ídem

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	propicie el uso adecuado de las obras realizadas en su beneficio.		Además, debe señalarse que del formulario remitido no es posible extraer información acerca de los medios a través de los cuales se pretende la difusión y carece de la suficiente motivación para que este Órgano analice desde otro punto de vista la información que se pretende dar a conocer a través de esta campaña.	

70. Secretaría de Trabajo, Previsión Social y Productividad del estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Cursos ICATVER”, con vigencia del 01 de enero al 31 de julio	Impartir e impulsar la capacitación para y en el trabajo de la entidad, preparando mano de obra calificada a nivel operativo y con calidad, sistematizando la vinculación del servicio con el sector productivo coadyuvando a la satisfacción de las necesidades del desarrollo regional, para que adquieran conocimientos que puedan implementar en sus respectivos ámbitos de desarrollo personal. ICATVER es el instituto de Capacitación para el Trabajo del Estado de Veracruz.	Artículo 50 de la Constitución Política del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave; 2, fracción V, 12, fracciones I y XIX, 22 Bis y 22 Ter, fracción I, XV y XIX de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave; 1 y 5, fracciones I, XIX y XXVII del Reglamento Interior de la Secretaría de Trabajo, Previsión Social y Productividad del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña relativa a impulsar e impartir capacitaciones que le permitan a la población desempleada colocarse en el mercado laboral y aunado a ello adquirir conocimientos que puedan implementar en su ámbito de desarrollo personal. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	
“Subprograma Capacitación para la Empleabilidad”, con vigencia del 01 de enero al 31 de julio	Capacitación en medianas y grandes empresas: Cursos esencialmente prácticos, orientados a la adquisición, fortalecimiento o reconversión de habilidades laborales de los solicitantes de empleo seleccionados, que les permitan favorecer su colocación en un puesto de trabajo.	Artículo 50 de la Constitución Política del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave; 2, fracción V, 12, fracciones I y XIX, 22 Bis y 22 Ter, fracción I, XV y XIX de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña relativa a impartir cursos con el fin de capacitar a personas desempleadas y así desarrollen conocimientos que les permitan encontrar un buen empleo. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y	

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
		de la Llave; 1 y 5, fracciones I, XIX y XXVII del Reglamento Interior de la Secretaría de Trabajo, Previsión Social y Productividad del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.	como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	
“VALPAR”, con vigencia del 01 de enero al 31 de julio	Centro de evaluación que contribuye a la inclusión laboral de las personas con discapacidad y adultos mayores; el cual a través de diversas evaluaciones permite definir habilidades, capacidades, aptitudes, nivel de competencia e intereses para que las y los candidatos conozcan las opciones de empleo, autoempleo y/o capacitación.	Artículo 50 de la Constitución Política del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave; 2, fracción V, 12, fracciones I y XIX , 22 Bis y 22 Ter, fracción I, XV y XIX de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave; 1 y 5, fracciones I, XIX y XXVII del Reglamento Interior de la Secretaría de Trabajo, Previsión Social y Productividad del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña relativa a impartir cursos de capacitación a discapacitados y adultos mayores con el fin de que puedan lograr la inserción en el campo laboral. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y a su vez en materia de salud, ya que permite que estos grupos vulnerables tengan acceso a un empleo y con ello generarse un sustento para poder vivir de manera adecuada cubriendo sus necesidades básicas. De lo anterior, esta campaña se considera como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	
“Vinculación Laboral: “Talleres para buscadores de empleo”, con vigencia del 01 de enero al 31 de julio	A través de los talleres difundir consejos útiles para mejorar la búsqueda de empleo, conocer las mejores vacantes, integrar la documentación necesaria, lograr un contacto efectivo con el empleador, identificar y demostrar las cualidades personales, decidir por la mejor opción y conservar el empleo.	Artículo 50 de la Constitución Política del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave; 2, fracción V, 12, fracciones I y XIX , 22 Bis y 22 Ter, fracción I, XV y XIX de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave; 1 y 5, fracciones I, XIX y XXVII del Reglamento Interior de la Secretaría de Trabajo, Previsión Social y Productividad del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña relativa a impartir cursos de capacitación que coadyuven a la población en busca de trabajo para que desarrollen conocimientos que les puedan ayudar a encontrar un buen empleo. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“ÚNETE para poner fin a la violencia contra las mujeres y niñas “Día Naranja”, con vigencia del 01 de enero al 31 de julio	Generar conciencia sobre la problemática de violencia que sufren las mujeres teniendo como fin último prevenir, y en su caso sancionar dicha violencia.	Artículo 50 de la Constitución Política del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave; 2, fracción V, 12, fracciones I y XIX , 22 Bis y 22 Ter, fracción I, XV y XIX de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave; 1 y 5, fracciones I, XIX y XXVII del Reglamento Interior de la Secretaría de Trabajo, Previsión Social y Productividad del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.	Improcedente: Según lo dispuesto en el formulario, la difusión no implica radio y televisión, sino a través de un cartel digital en redes sociales.	
“Jornadas de Conciliación Permanentes”, con vigencia del 01 de enero al 31 de julio	Abatir el rezago de expedientes para poder emigrar al nuevo sistema laboral con el menor rezago de expedientes.	Artículo 123 apartado A de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 50 de la Constitución Política del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave; 2, fracción V, 12, fracciones I y XIX , 22 Bis y 22 Ter, fracción I, XV y XIX de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave; 1, 3, 5, 40 y 41 del Reglamento Interior de la Secretaría de Trabajo, Previsión Social y Productividad del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a contribuir con la difusión de jornadas implementadas en pro del equilibrio de los derechos laborales de trabajador-patrón. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional ya que, busca abatir el rezago histórico y como estrategia para la conclusión de los asunto en trámite de las Juntas Especiales de la Local de Conciliación y Arbitraje.	INE/CG172/2018
“El Nuevo Modelo del Sistema de Justicia Laboral”, con vigencia del 01 de enero al 31 de julio	Capacitación de operadores del derecho laboral en el Estado y en otros Estados, contribuyendo al fortalecimiento de dicho sistema, lo cual conlleva a la salvaguarda de los derechos humanos de los justiciables en los juicios laborales a	Artículo 123 apartado A de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 50 de la Constitución Política del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave; 2, fracción V, 12, fracciones I y XIX ,	Procedente: Al igual que la campaña anterior, resulta evidente la relación con el concepto de educación, ya que busca capacitar a los operadores del derecho laboral, lo cual contribuye a salvaguardar los derechos humanos. Por tanto, esta campaña debe ser considerada dentro de las excepciones previstas a la transmisión	SUP-RAP-83/2015 INE/CG120/2015 INE/CG12/2018

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	desarrollar con dicho sistema.	22 Bis y 22 Ter, fracción I, XV y XIX de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave; 1, 3, 5, 40 y 41 del Reglamento Interior de la Secretaría de Trabajo, Previsión Social y Productividad del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.	de propaganda gubernamental durante los periodos de campaña de los Procesos Electorales.	
“Cursos de capacitación en términos de previsión social y productividad”, con vigencia desde el mes de enero y hasta el mes de diciembre	Sensibilizar a los actores productivos y comunidad universitaria, de la importancia de ser partícipes de una cultura de previsión social y productividad.	Artículo 50 de la Constitución Política del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave; 2, fracción V, 12, fracciones I y XIX, 22 Bis y 22 Ter, fracción I, XV y XIX de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave; 1 y 5, fracciones I, XIX y XXVII del Reglamento Interior de la Secretaría de Trabajo, Previsión Social y Productividad del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.	Procedente: Al igual que las campañas anteriores, resulta evidente el vínculo de esta campaña con la educación pues busca impartir cursos que fomenten una cultura de previsión social y productividad entre diversos sectores. En ese sentido, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	
“Semana de la seguridad social”, con vigencia del 26 de abril al 30 de abril	Difundir los derechos, prestaciones y servicios a los que se tienen por obligación, además de la promoción del trabajo digno e incrementar la cultura de la seguridad social.	Artículo 50 de la Constitución Política del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave; 2, fracción V, 12, fracciones I y XIX, 22 Bis y 22 Ter, fracción I, XV y XIX de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave; 1 y 5, fracciones I, XIX y XXVII del Reglamento Interior de la Secretaría de Trabajo, Previsión Social y Productividad del	Procedente: Al igual que las campañas anteriores, resulta evidente el vínculo de esta campaña con la educación pues busca proporcionar información y asesorías en materia de seguridad social como derecho estipulado en los artículos 5 y 123 constitucionales. En ese sentido, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	/

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
		Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.		
“Campaña permanente en materia de inspección del trabajo”, con vigencia del 01 de enero al 31 de julio	Promover acciones con el fin de vigilar que los patrones o empleadores cumplan con las condiciones generales de trabajo que marca la ley, garantizando los derechos laborales de cada trabajador, y así prevenir conflictos entre trabajadores y patrones.	Artículo 50 de la Constitución Política del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave; 2, fracción V, 12, fracciones I y XIX , 22 Bis y 22 Ter, fracción I, XV y XIX de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave; 1 y 5, fracciones I, XIX y XXVII, 20, fracciones I, II, V, VI y XVII del Reglamento Interior de la Secretaría de Trabajo, Previsión Social y Productividad del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.	Improcedente. De acuerdo a lo establecido en el formulario la solicitud no se refiere a una campaña gubernamental sino al ejercicio de las obligaciones y facultades previstas en la Constitución Política del estado de Veracruz, la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, así como el Reglamento Interior de la Secretaría del Trabajo, Previsión Social y productividad del estado de Veracruz.	
“Campaña permanente contra el trabajo infantil”, con vigencia del 01 de enero al 31 de julio	Promover acciones para prevenir y erradicar el trabajo infantil en el Estado de Veracruz y vigilar el trabajo de las personas mayores de quince años y menores de dieciocho años, con la finalidad de salvaguardar las disposiciones de carácter laboral, educativo y salud.	Artículo 50 de la Constitución Política del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave; 2, fracción V, 12, fracciones I y XIX , 22 Bis y 22 Ter, fracción I, XV y XIX de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave; 1 y 5, fracciones I, XIX y XXVII, 20, fracciones I, II, V, VI y XVII del Reglamento Interior de la Secretaría de Trabajo, Previsión Social y Productividad del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.	Procedente: Esta campaña está vinculada con el concepto de educación, ya que propone difundir acciones que prevengan y erradiquen el trabajo infantil, siendo un tema de gran importancia que cobra fundamento tanto en la Constitución como en Tratados Internacionales, y en diversas leyes de la materia, por lo que es resulta importante mantener abierto un canal informativo que coadyuve en la salvaguarda de los derechos humanos de la niñez. Así, esta campaña puede ser considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	
“Violencia contra las mujeres en el ámbito laboral”, con vigencia del 25 de abril al 25 de diciembre	Prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres en el ámbito laboral en el Estado de Veracruz.		Improcedente: Del formulario se desprende que la difusión será mediante trípticos impresos y spots que se reproducirán en las redes sociales de la dependencia, y no implica la radio y televisión.	

71. Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo. La solicitud remitida por el citado Ayuntamiento contiene formatos de campañas que pretenden emitir otros entes públicos del municipio, por lo que se detallará en cada uno de los casos que ente es el solicitante.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Secretaría de Servicios Municipales del Municipio de Tulancingo de Bravo, "Manejo Integral de Residuos Sólidos", con vigencia del 01 de abril al 01 de julio	Concientizar a la ciudadanía del municipio a través de campañas y trabajo en conjunto buscando implementar medidas de prevención de contagios ante la pandemia COVID-19, en la recolección de los residuos sólidos urbanos.		Improcedente: Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino mediante reuniones vecinales, perifoneo y lonas.	
Jefatura de Biblioteca del Municipio de Tulancingo de Bravo, "Fomento a la lectura con niños y adultos", con vigencia del 01 de abril al 30 de junio	Fomento a la lectura, para que el usuario tenga una mejor comprensión de lectura.		Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña relativa a fomentar la lectura. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
Dirección de Cultura del Municipio de Tulancingo de Bravo, "Talleres (canto, folklor, batería, guitarra, maquillaje), con vigencia del 05 de abril al 26 de junio	Fomentar la cultura.		Procedente: Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y cultura al dirigirse a la población con el propósito de incentivar su participación en actividades recreativas.	CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
Dirección de Cultura del Municipio de Tulancingo de Bravo, "Conciertos", con vigencia únicamente el 10 de abril	Fomentar la cultura. Apertura audiencia social. Concierto de Jazz		Improcedente. El formulario no está debidamente fundado y motivado, ya que no es posible desprender con claridad si la solicitud se refiere a una campaña para invitar a asistir o escuchar un concierto de Jazz en específico, o bien, para organizar o llevar a cabo un concierto de Jazz. Ahora bien, resulta importante destacar que cualquiera de las dos opciones anteriores, no constituyen propaganda gubernamental en razón de que no se trata de información publicada que haga del conocimiento general logros de gobierno, avances, acciones,	INE/CG119/2019

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>programas o cualquier desarrollo económico, social, cultural o político, o bien, beneficios y compromisos cumplidos por parte del ente solicitante, por lo que no es materia del presente instrumento.</p> <p>En ese sentido, de acuerdo a lo establecido por la Sala Superior¹³³, este Consejo General estima que la colocación de lonas, pendones o gallardetes, u otro tipo de propaganda, en época electoral, con motivo de la invitación a festejar un evento cultural, no infringe la prohibición de difundir propaganda gubernamental, durante una campaña electoral, aun cuando no esté en los supuestos de excepción expresamente señalados por el referido precepto constitucional, siempre que no difunda programas, acciones, obras o logros de gobierno, que tengan como finalidad apoyar o atacar algún candidato o partido político específico o que se promocióne a un servidor público, ni contenga expresiones, logotipos, emblemas, lemas que promociónen a algún partido político, coalición o candidato, porque no se trata de propaganda que contenga expresiones de naturaleza político-electoral ni gubernamental, sino de una invitación para la celebración de un acto de carácter cultural.</p>	
<p>Instancia de la Juventud del Municipio de Tulancingo de Bravo, "Prevención de las adicciones", con vigencia únicamente el día 07 de abril</p>	<p>Concientizar a los jóvenes sobre el consumo de drogas con el fin de eliminar o modificar los factores de riesgo y fomentar factores de protección frente a las adicciones.</p>		<p>Improcedente. El formulario no está debidamente fundado y motivado, ya que no es posible desprender con claridad si la solicitud se refiere a una campaña cuyo contenido será concientizar a los jóvenes sobre el daño que el consumo de drogas produce, si se trata de una invitación para un evento cuyo objetivo sea el mencionado, o bien, si se trata del evento en sí (conferencia, platica, etc.).</p> <p>Lo anterior, ya que lo argumentado en el formulario pareciera el contenido de una campaña, sin embargo, su vigencia es solo un día, lo que hace incongruente lo ahí plasmado. Además, resulta importante destacar que en caso de que se trate de la invitación a un evento o la realización del evento en sí, no constituiría propaganda gubernamental en razón de que no se trata de información publicada que haga del conocimiento general logros de gobierno, avances, acciones, programas o cualquier desarrollo económico,</p>	<p>INE/CG119/2019</p>

¹³³ En la 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.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>social, cultural o político, o bien, beneficios y compromisos cumplidos por parte del Ayuntamiento.</p> <p>En ese sentido, de acuerdo a lo establecido por la Sala Superior¹³⁴, este Consejo General estima que la colocación de lonas, pendones o gallardetes, u otro tipo de propaganda, en época electoral, con motivo de la invitación a festejar un día cultural, no infringe la prohibición de difundir propaganda gubernamental, durante una campaña electoral, aun cuando no esté en los supuestos de excepción expresamente señalados por el referido precepto constitucional, siempre que no difunda programas, acciones, obras o logros de gobierno, que tengan como finalidad apoyar o atacar algún candidato o partido político específico o que se promoció a un servidor público, ni contenga expresiones, logotipos, emblemas, lemas que promocionen a algún partido político, coalición o candidato, porque no se trata de propaganda que contenga expresiones de naturaleza político-electoral ni gubernamental, sino de una invitación para la celebración de un acto de carácter cultural.</p> <p>Entendiendo cultural como aquella información o conocimiento de las acciones encaminadas a proteger, promover y realizar actividades relacionadas con la prevención de adicciones, así como motivar a llevar una vida saludable, sensibilizando sobre el tema e invitando a la práctica de conductas saludables.</p>	
<p>Instancia de la Juventud del Municipio de Tulancingo de Bravo, "Muévete en casa", con vigencia únicamente el día 07 de abril</p>	<p>Fomentar la salud mediante una campaña que promueve la actividad física en casa.</p>		<p>Improcedente. El formulario no está debidamente fundado y motivado, ya que no es posible desprender con claridad si la solicitud se refiere a una campaña cuyo contenido será concientizar a las personas de la necesidad de realizar ejercicio y actividades físicas, si se trata de una invitación para un evento cuyo objetivo sea el mencionado, o bien, si se trata del evento en sí (conferencia, plática, etc.).</p> <p>Lo anterior, ya que lo argumentado en el formulario pareciera el contenido de una campaña, sin embargo, su vigencia es solo un día, lo que hace incongruente lo ahí plasmado.</p> <p>Además, resulta importante destacar que en caso de que se trate de la invitación a un evento o la realización del evento en sí, no</p>	<p>INE/CG119/2019</p>

¹³⁴ En la 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.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>constituiría propaganda gubernamental debido a que no se trata de información publicada que haga del conocimiento general logros de gobierno, avances, acciones, programas o cualquier desarrollo económico, social, cultural o político, o bien, beneficios y compromisos cumplidos por parte del Ayuntamiento.</p> <p>En ese sentido, de acuerdo a lo establecido por la Sala Superior¹³⁵, este Consejo General estima que la colocación de lonas, pendones o gallardetes, u otro tipo de propaganda, en época electoral, con motivo de la invitación a festejar un día cultural, no infringe la prohibición de difundir propaganda gubernamental, durante una campaña electoral, aun cuando no esté en los supuestos de excepción expresamente señalados por el referido precepto constitucional, siempre que no difunda programas, acciones, obras o logros de gobierno, que tengan como finalidad apoyar o atacar algún candidato o partido político específico o que se promocióne a un servidor público, ni contenga expresiones, logotipos, emblemas, lemas que promociónen a algún partido político, coalición o candidato, porque no se trata de propaganda que contenga expresiones de naturaleza político-electoral ni gubernamental, sino de una invitación para la celebración de un acto de carácter cultural.</p> <p>Entendiendo cultural como aquella información o conocimiento de las acciones encaminadas a promover y realizar actividades relacionadas con abatir los altos índices de obesidad, buscar motivar a llevar una vida saludable y prevenir el mayor número de enfermedades posibles, sensibilizando sobre el tema e invitando a la práctica del ejercicio y buena alimentación.</p>	
<p>Instancia de la Juventud del Municipio de Tulancingo de Bravo, "Jóvenes emprendedores", con vigencia únicamente el día 07 de abril</p>	<p>Informar a los jóvenes de cómo llevar correctamente sus finanzas en sus negocios.</p>		<p>Improcedente. El formulario no está debidamente fundado y motivado, ya que no es posible desprender con claridad si la solicitud se refiere a una campaña cuyo contenido será informar a los jóvenes de cómo llevar correctamente sus finanzas, si se trata de una invitación para un evento cuyo objetivo sea el mencionado, o bien, si se trata del evento en sí (conferencia, plática, curso, etc..).</p> <p>Lo anterior, ya que lo argumentado en el formulario pareciera el contenido de una</p>	<p>INE/CG119/2019</p>

¹³⁵ En la 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.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>campaña, sin embargo, su vigencia es solo un día, lo que hace incongruente lo ahí plasmado. Además, resulta importante destacar que en caso de que se trate de la invitación a un evento o la realización del evento en sí, no constituiría propaganda gubernamental debido a que no se trata de información publicada que haga del conocimiento general logros de gobierno, avances, acciones, programas o cualquier desarrollo económico, social, cultural o político, o bien, beneficios y compromisos cumplidos por parte del Ayuntamiento.</p> <p>En ese sentido, de acuerdo a lo establecido por la Sala Superior¹³⁶, este Consejo General estima que la colocación de lonas, pendones o gallardetes, u otro tipo de propaganda, en época electoral, con motivo de la invitación a festejar un día cultural, no infringe la prohibición de difundir propaganda gubernamental, durante una campaña electoral, aun cuando no esté en los supuestos de excepción expresamente señalados por el referido precepto constitucional, siempre que no difunda programas, acciones, obras o logros de gobierno, que tengan como finalidad apoyar o atacar algún candidato o partido político específico o que se promocióne a un servidor público, ni contenga expresiones, logotipos, emblemas, lemas que promociónen a algún partido político, coalición o candidato, porque no se trata de propaganda que contenga expresiones de naturaleza político-electoral ni gubernamental, sino de una invitación para la celebración de un acto de carácter cultural.</p> <p>Entendiendo cultural como aquella información o conocimiento sobre correcta administración de sus finanzas, así como la manera de emprender un negocio.</p>	
<p>Instancia de la Juventud del Municipio de Tulancingo de Bravo, "Retomando la lectura", con vigencia únicamente el 07 de abril</p>	<p>Fomentar en la juventud el gusto por la lectura.</p>		<p>Improcedente. El formulario no está debidamente fundado y motivado, ya que no es posible desprender con claridad si la solicitud se refiere a una campaña cuyo contenido será fomentar en los jóvenes el gusto por la lectura, si se trata de una invitación para un evento cuyo objetivo sea el mencionado, o bien, si se trata del evento en sí (conferencia, plática, curso, etc.). Lo anterior, ya que lo argumentado en el</p>	<p>INE/CG119/2019</p>

¹³⁶ En la 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.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>formulario pareciera el contenido de una campaña, sin embargo, su vigencia es solo un día, lo que hace incongruente lo ahí plasmado. Además, resulta importante destacar que en caso de que se trate de la invitación a un evento o la realización del evento en sí, no constituiría propaganda gubernamental debido a que no se trata de información publicada que haga del conocimiento general logros de gobierno, avances, acciones, programas o cualquier desarrollo económico, social, cultural o político, o bien, beneficios y compromisos cumplidos por parte del Ayuntamiento.</p> <p>En ese sentido, de acuerdo a lo establecido por la Sala Superior¹³⁷, este Consejo General estima que la colocación de lonas, pendones o gallardetes, u otro tipo de propaganda, en época electoral, con motivo de la invitación a festejar un día cultural, no infringe la prohibición de difundir propaganda gubernamental, durante una campaña electoral, aun cuando no esté en los supuestos de excepción expresamente señalados por el referido precepto constitucional, siempre que no difunda programas, acciones, obras o logros de gobierno, que tengan como finalidad apoyar o atacar algún candidato o partido político específico o que se promocióne a un servidor público, ni contenga expresiones, logotipos, emblemas, lemas que promociónen a algún partido político, coalición o candidato, porque no se trata de propaganda que contenga expresiones de naturaleza político-electoral ni gubernamental, sino de una invitación para la celebración de un acto de carácter cultural.</p> <p>Entendiendo cultural como aquella información relativas a promover y difundir la lectura.</p>	
<p>Dirección de Cultura Física y Recreación del Municipio de Tulancingo de Bravo, "Rehabilitación del sendero intermunicipal", con vigencia del 01 de abril al 25</p>	<p>Pinta de señaléticas adecuadas en el sendero intermunicipal para la prevención de accidentes de deportistas y población en general que acude a realizar actividades en esta área.</p>		<p>Improcedente. De acuerdo a lo establecido en el formulario la solicitud no se refiere a la difusión de una campaña gubernamental sino al ejercicio de las obligaciones y facultades del Ayuntamiento a fin de mantener los espacios públicos y su mobiliario urbano limpios, seguros y funcionales.</p>	

¹³⁷ En la 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.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
de abril				
Dirección de Educación del Municipio de Tulancingo de Bravo, "Feria Educativa Digital 2021", con vigencia del 01 de junio al 07 de junio	Promover la oferta educativa que tiene el municipio, así como otras ciudades para que los jóvenes contemplen que existe una amplia gama de ofertas académicas.		Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
Dirección de Educación del Municipio de Tulancingo de Bravo, "Pláticas y/o conferencias de educación para la salud", con vigencia del 01 de abril al 30 de junio	Desarrollar la formación de una educación sanitaria y salud emocional adecuada para lograr un aprendizaje integral en conocimientos, destrezas y valores en todos los ámbitos de la vida.		Procedente: Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a la población en general con el fin de promover actividades encaminadas a mejorar su calidad de vida. Por lo anterior, la campaña analizada será considerada como exceptuada de la prohibición constitucional relativa a la suspensión de propaganda gubernamental.	
Jefatura de Museos del Municipio de Tulancingo de Bravo, "154 Aniversario del Título de Tulancingo como ciudad", con vigencia únicamente el día 17 de abril	Difundir la historia y cultura del municipio de Tulancingo de Bravo.		Improcedente. El formulario no está debidamente fundado y motivado, ya que no es posible desprender con claridad si la solicitud se refiere a una campaña cuyo contenido será dar a conocer un hecho histórico importante para el municipio, si se trata de una invitación para un evento cuyo objetivo sea celebrar el 154 aniversario del Título de Tulancingo como ciudad, o bien, si se trata del evento en sí (conferencia, plática, fiesta, concierto, exposición fotográfica, etc.). Lo anterior, ya que lo argumentado en el formulario pareciera el contenido de una campaña, sin embargo, su vigencia es solo un día, lo que hace incongruente lo ahí plasmado. Además, resulta importante destacar que en caso de que se trate de la invitación a un evento o la realización del evento en sí, no constituiría propaganda gubernamental debido a que no se trata de información publicada que haga del conocimiento general logros de gobierno, avances, acciones, programas o cualquier desarrollo económico, social, cultural o político, o bien, beneficios y compromisos cumplidos por parte del Ayuntamiento. En ese sentido, de acuerdo a lo establecido por la Sala Superior ¹³⁸ , este Consejo General	INE/CG119/2019

¹³⁸ En la 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.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			estima que la colocación de lonas, pendones o gallardetes, u otro tipo de propaganda, en época electoral, con motivo de la invitación a festejar un día cultural, no infringe la prohibición de difundir propaganda gubernamental, durante una campaña electoral, aun cuando no esté en los supuestos de excepción expresamente señalados por el referido precepto constitucional, siempre que no difunda programas, acciones, obras o logros de gobierno, que tengan como finalidad apoyar o atacar algún candidato o partido político específico o que se promocióne a un servidor público, ni contenga expresiones, logotipos, emblemas, lemas que promociónen a algún partido político, coalición o candidato, porque no se trata de propaganda que contenga expresiones de naturaleza político-electoral ni gubernamental, sino de una invitación para la celebración de un acto de carácter cultural.	
Dirección de Cultura del Municipio de Tulancingo de Bravo, "Conciertos 2" ¹³⁹ , con vigencia del 17 de mayo al 30 de mayo	Fomento a la cultura, a través de conciertos musicales.		Procedente: La campaña tiene como propósito que la población en general conozca con oportunidad las actividades y servicios que en materia artística y cultural se realizan, con el fin de motivar entre la población el interés y la asistencia a las mismas.	INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, UNE/CG235/2020 e INE/CG109/2021
Secretaría del Campo del Municipio de Tulancingo de Bravo, "Sanidad Vegetal", con vigencia de marzo a diciembre	Fomento a la agricultura mediante la impartición de cursos de capacitación para inducir a los productores agrícolas a dirigir acciones de prevención control y erradicación, a través de actividades de vigilancia para atender oportunamente los brotes de plagas en los cultivos.		Procedente: El campo representa una fuente de riqueza para el país, ya que es de donde se obtiene la base alimentaria, por lo que es de suma importancia fomentar entre los productores agrícolas acciones de prevención control y erradicación de plagas en los cultivos. En ese sentido, se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a la conservación del sector agropecuario, ya que estas actividades corresponden a la educación informal, contribuyendo al aprovechamiento efectivo de la tierra, capacitando a los productores agrícolas.	
Secretaría del Campo del	Prevenir las diferentes enfermedades que		Procedente: Esta campaña se debe considerar dentro del supuesto de excepción	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016,

¹³⁹ Resulta importante resaltar que la Dirección de Cultura presentó dos formularios con el mismo nombre, pero por el contenido de los mismos es posible deducir que se tratan de campañas diferentes, razón por la cual a esta campaña se le agregó el número 2 al nombre para hacer la distinción con la campaña anterior.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Municipio de Tulancingo de Bravo, "Vacunación", con vigencia de marzo a diciembre	puedan afectar la sanidad animal y la protección a la salud pública.		de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales durante los periodos de campaña que se lleven a cabo en los procedimientos electorales, en razón de que se encuentra relacionada con el derecho a la protección de la salud del que todo mexicano goza. En ese sentido, el concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, ya que necesariamente abarca, entre otros aspectos, la vacunación y el entorno donde viven los animales domésticos y de granja que es un tema de salud pública.	INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
Secretaría del Campo del Municipio de Tulancingo de Bravo, "Inocuidad en los productos cárnicos y lácteos", con vigencia de marzo a diciembre	Capacitar a los productores del sector pecuario en temas de inocuidad que permitan garantizar la calidad de los productos para el consumo humano.		Procedente: Los artículos 3, fracción XI, 162 y 163 de la Ley General de Salud, disponen que es materia de salubridad general la educación para la salud, y que el derecho a la protección a la misma tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. Es por esto, que cobra gran importancia incentivar la capacitación de productores del sector pecuario en temas de inocuidad que permitan garantizar la calidad de los productos para el consumo humano. Dicho lo anterior, la campaña que se solicita exceptuar está relacionada con la sanidad e inocuidad de los alimentos, la cual está orientada a un tema prioritario de salud pública, que es el combate a la propagación e introducción de riesgos microbiológicos, así como a la presencia de enfermedades. En consideración de lo antes expuesto, esta campaña debe ser exceptuada de la prohibición de difundir propaganda gubernamental establecida en la Carta Magna, pues resulta evidente que es una campaña dirigida a la protección del derecho a la salud, así como a la prevención, protección y garantía de la misma.	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017
Secretaría del Campo del Municipio de Tulancingo de Bravo, "Campaña para fomentar la eliminación de productos agroquímicos de alta residualidad", con vigencia de	Impartir capacitación y concientización del uso de agroquímicos de alta toxicidad.		Procedente: Los artículos 3, fracción XI, 162 y 163 de la Ley General de Salud, disponen que es materia de salubridad general la educación para la salud, y que el derecho a la protección a la misma tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. Así, al igual que la campaña anterior, esta campaña está destinada directamente a los servicios de salud, pues busca a través de capacitaciones, lograr que los productores eviten el uso y abuso de agroquímicos tóxicos	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
marzo a diciembre			que inciden en la salud. Por lo que debe exceptuarse de la suspensión de propaganda gubernamental.	
Secretaría del Campo del Municipio de Tulancingo de Bravo, "Talleres de capacitación en manejo integral del hato ganadero", con vigencia de marzo a diciembre	Impartir talleres que permitan detectar, ejecutar y evaluar la problemática y posibles soluciones de enfermedades en el ganado para lograr un adecuado manejo sanitario.		Procedente: Al igual que la campaña anterior, esta campaña está destinada directamente con los servicios de salud; por lo que debe exceptuarse de la suspensión de propaganda gubernamental, pues busca proteger la salud pública, capacitando a productores de leche y carne que se ubiquen en el municipio de Tulancingo con el fin de que conozcan, ejecuten y evalúen las prácticas de salud.	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017
Secretaría del Campo del Municipio de Tulancingo de Bravo, "Inocuidad en la producción hortícola", con vigencia de marzo a diciembre	Lograr que en el municipio se ofrezcan productos inocuos, que sean de garantía para el consumo humano.		Procedente: Los artículos 3, fracción XI, 162 y 163 de la Ley General de Salud, disponen que es materia de salubridad general la educación para la salud, y que el derecho a la protección a la misma tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. Es por esto, que cobra gran importancia incentivar la capacitación de productores dedicados a la horticultura en temas de inocuidad que permitan garantizar la calidad de los productos para el consumo humano. Dicho lo anterior, la campaña que se solicita exceptuar está relacionada con la sanidad e inocuidad de los alimentos, la cual está orientada a un tema prioritario de salud pública, que es el combate a la propagación e introducción de riesgos microbiológicos, así como a la presencia de plagas y enfermedades. En consideración de lo antes expuesto, esta campaña debe ser exceptuada de la prohibición de difundir propaganda gubernamental establecida en la Carta Magna, pues resulta evidente que es una campaña dirigida a la protección del derecho a la salud, así como a la prevención, protección y garantía de la misma.	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017
Dirección de Bomberos y Protección Civil de Tulancingo Hidalgo, "Difusión de medidas preventivas en materia de protección civil por fenómenos	Prevención y disminución de riesgos a la ciudadanía y sus bienes.		Procedente: Protección civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona la protección y la asistencia a los ciudadanos ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y el entorno en el que vive. En ese sentido, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos	INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
afectables a la ciudadanía”, sin una vigencia determinada			<p>por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud, esto es, el derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana.</p> <p>La acción en materia de prevención de accidentes comprende el fomento de programas de orientación a la población. Lo anterior tiene una evidente finalidad de protección civil en caso de accidentes y contingencias, por lo cual resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de protección civil y salud, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de emergencias, contribución a la disminución de riesgos y prevención de una situación de peligro, lo que contribuye a salvar vidas humanas.</p>	
Seguridad Pública, “Operativo cazadores de tormentas”, con vigencia de enero y permanente	Concientizar a la población en general sobre las medidas sanitarias pertinentes para prevenir contagios por COVID-19.		<p>Procedente: El artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID 19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.</p>	INE/CG109/2021
Dirección de Movilidad y Transporte del Municipio de Tulancingo de Bravo, “Si tienes cabeza usa casco”, con vigencia del 01 de marzo al 01 de agosto	Concientizar a la población en general sobre las reglas de seguridad para reducir principalmente accidentes en motocicleta, mediante operativos en puntos estratégicos de la ciudad.		<p>Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino redes sociales y mediante operativos en los diferentes puntos estratégicos de la ciudad.</p>	
Dirección de Movilidad y Transporte del Municipio de Tulancingo de Bravo, “Conoce tus derechos”, con	Difundir material a través de redes sociales que permita a los ciudadanos conocer sus derechos y obligaciones en torno al Reglamento		<p>Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.</p>	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
vigencia del 01 de marzo al 01 de agosto	de Movilidad y Transporte			
Dirección de Movilidad y Transporte del Municipio de Tulancingo de Bravo, "Uno por uno", con vigencia del 01 de marzo al 01 de agosto	Fomento de la cultura vial para proteger y salvaguardar la integridad física de conductores y transeúntes.		Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino en redes sociales, así como publicidad colocada en vehículos y operativos.	
Dirección de Movilidad y Transporte del Municipio de Tulancingo de Bravo, "Concientización de peatones", con vigencia del 01 de marzo al 01 de agosto	Concientizar y fomentar a la ciudadanía sobre la cultura vial que permite el respeto de sus derechos		Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino mediante la realización de pláticas y colocación de señalamientos y balizamientos en diversos puntos de la ciudad.	
Dirección de Movilidad y Transporte del Municipio de Tulancingo de Bravo, "Campaña Naranja", con vigencia del 01 de marzo al 01 de agosto	Campaña de educación al personal de la Dirección de Movilidad para concientizarlos sobre la perspectiva de género y el trato igualitario.		Procedente. Se trata de información institucional con fines educativos, pues instruye al personal de la mencionada Dirección sobre los problemas de la discriminación, promueve el respeto, la igual y el trato con perspectiva de género. Así, esta campaña puede ser considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional ya que a través de esta propaganda se pretende generar una cultura de la igualdad incluyente y de respeto.	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG235/2020
Dirección de Prevención del Delito del Municipio de Tulancingo de Bravo, "Transporte seguro", con vigencia del 10 de marzo al 05 de abril	Prevenir el delito y brindar la atención inmediata.		Improcedente: De acuerdo con el formulario se establece que se colocara una calcomanía en el interior de las unidades de transporte señalando las medidas de emergencia y una frase de prevención, por lo que la difusión no implica radio y televisión.	
Dirección de Prevención del Delito del Municipio de Tulancingo de	Consiste en integrar grupos de chat con los habitantes de todas las colonias con la finalidad de dar		Improcedente: Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino grupos de chat.	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Bravo, "Colonia segura", con vigencia del 07 de abril al 21 de mayo	respuesta inmediata ante cualquier emergencia.			
Dirección de Sanidad del Municipio de Tulancingo de Bravo, "Adopción canina y felina", con vigencia del 15 de marzo al 27 de julio ¹⁴⁰	Fomentar la tenencia responsable de mascotas, así como la disminución de caninos y felinos en situación de calle, mediante el programa de adopción y esterilización.		<p>Procedente. Esta campaña se considera dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales durante los periodos de campaña que se lleven a cabo en los procedimientos electorales, en razón de que se encuentra relacionada con el concepto de educación y el derecho a la protección de la salud del que todo mexicano goza.</p> <p>Lo anterior, ya que la campaña pretende concientizar a la población sobre la importancia de adoptar una mascota y sobre el trato adecuado que se le debe procurar a los animales.</p> <p>Además, porque el concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, ya que necesariamente abarca, entre otros aspectos, el cuidado y atención de los animales domésticos en situación de abandono que es un tema de salud pública.</p>	
Dirección de Sanidad del Municipio de Tulancingo de Bravo, "Esterilización canina y felina, permanente", con vigencia del 19 de junio al 25 de julio	Fomentar la tenencia responsable de mascotas, así como la disminución de caninos y felinos en situación de calle, mediante el programa de adopción y esterilización.		<p>Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que otorga esterilizaciones gratuitas a perros y gatos, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso¹⁴¹.</p>	

¹⁴⁰ Resulta importante resaltar que de la presente campaña se presentaron 5 formularios idénticos con excepción de las fechas de vigencia en las que existían variaciones (formulario 1: 15/03 al 21/03; formulario 2: 23/03 al 17/04; formulario 3: 23/03 al 17/04; formulario 4: 27/03 al 21/06, y formulario 5: 19/06 al 25/07), por lo que se tomó como vigencia general de la campaña la primera fecha para el inicio y la última fecha para el término.

¹⁴¹ Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los **programas sociales** durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Dirección de Sanidad Municipal del Municipio de Tulancingo de Bravo, "Campaña permanente de cirugía de cataratas", con vigencia del 08 de marzo al 31 de diciembre	Ayudar a la población vulnerable que no puede costear una cirugía de cataratas de forma particular, ya que los costos son elevados y con la promoción de esta campaña se pueden pagar cirugías de ambos ojos por menos de la mitad de lo que costaría llevar a cabo la cirugía de manera privada.		Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que otorga subsidios para realizar cirugías de cataratas a personas vulnerables, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹⁴² .	
Secretaría de Desarrollo Humano y Social, Dirección de Sanidad del Municipio de Tulancingo de Bravo, "Medidas preventivas COVID-19", con vigencia del 06 de marzo al 31 de diciembre	Concientizar y motivar a la población a mantener medidas de bioseguridad para la prevención del SARS-COV-2, así como informar a la población de las indicaciones de acuerdo con la semaforización estatal		Procedente. La campaña tiene como finalidad informar a la población de las modificaciones al semáforo epidemiológico por COVID-19, cuestión que determina las medidas y protocolos de salud y protección civil que las autoridades estiman se deben aplicar. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.	INE/CG109/2021
Secretaría de Desarrollo Humano y Social, Dirección de Sanidad del Municipio de Tulancingo de Bravo, "Prevención para	Motivar a la población a realizar prevención y detección de enfermedades propias de la mujer		Procedente: El derecho a la protección de la salud entendido como un estado de completo bienestar físico, mental y social, del que todo mexicano goza, es un derecho que claramente las autoridades procuran al realizar acciones como esta campaña, encaminada a prevenir y detectar enfermedades propias de la mujer. Por tanto, se estima adecuado considerar dentro del supuesto de excepción de la norma	

población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

¹⁴² *Ídem.*

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
la Mujer”, con vigencia del 06 de marzo al 31 de diciembre			que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales durante los periodos de campaña que se lleven a cabo en los procedimientos electorales a esta campaña, ya que se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a la población con el propósito de fomentar el cuidado de su salud.	
Secretaría de Desarrollo Humano y Social, Dirección de Sanidad del Municipio de Tulancingo de Bravo, “Prevención de enfermedades crónico-degenerativas”, con vigencia del 06 de marzo al 31 de diciembre	Motivar a la población a realizar prevención y detección de enfermedades crónico-degenerativas.		Procedente: El artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a la población con el propósito de prevenir y detectar enfermedades crónico-degenerativas.	CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
Secretaría de Desarrollo Humano y Social, Dirección de Sanidad del Municipio de Tulancingo de Bravo, “Consejería en planificación familiar”, con vigencia del 06 de marzo al 31 de diciembre	Motivar a la población a realizar prevención de embarazos no deseados, así como control prenatal.		Procedente: Está dirigida a la población con el objetivo de garantizar sus derechos sexuales y reproductivos para prevenir embarazos no planeados. El artículo 4 de la CPEUM dispone que el estado protegerá la organización y desarrollo de la familia, y el artículo 17 del Reglamento de la Ley General de Población estipula que los programas de planificación familiar informarán de manera clara y llana sobre los fenómenos demográficos y de salud reproductiva, así como sobre el derecho de los individuos a planificar su familia, de manera informada y responsable. Por lo que, este tipo de campañas deben ser consideradas como exceptuadas de la prohibición constitucional.	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG/109/2021
Secretaría de Desarrollo Humano y Social, Dirección de Sanidad del Municipio de Tulancingo de Bravo, “Prevención de enfermedades diarreicas”, con	Dar a conocer las medidas preventivas y signos de alarma para evitar deshidratación por enfermedades diarreicas.		Procedente: El artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. En ese sentido, es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
vigencia del 06 de marzo al 31 de diciembre			procesos electorales, por su vinculación directa con la promoción de la salud mediante medidas preventivas contra enfermedades diarreicas que puedan afectar la salud de la población.	
Secretaría de Desarrollo Humano y Social, Comedores Comunitarios del Municipio de Tulancingo de Bravo, “Comedores Municipales”, con vigencia del 15 de marzo al 04 de septiembre	Apoyo a la población más vulnerable que ha sufrido una disminución en su ingreso económico o ha perdido su fuente de empleo como resultado de la pandemia, suministrándoles alimentos nutritivos y balanceados a bajo costo.		Improcedente: Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que ofrece alimentos nutritivos y balanceados a bajo costo, la promoción de la misma no cumple con los criterios de generalidad y necesidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹⁴³ .	
Presidencia Municipal de Tulancingo de Bravo, “Huertos en traspatio”, con vigencia del 15 de marzo al 04 de septiembre	Mejorar la calidad de vida de las personas más vulnerables, proporcionándoles los insumos necesarios para generar alimentos nutritivos de forma autosustentable.		Improcedente: Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que ofrece insumos para que siembren en casa sus propios alimentos, la promoción de la misma no cumple con los criterios de generalidad y necesidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹⁴⁴ .	
Secretaría de Desarrollo Humano y Social, Comedores Comunitarios del Municipio de Tulancingo de Bravo,	Mejorar la calidad de vida de las niñas y niños con mala visión, lo cual repercute de forma directa en su salud, y en su aprendizaje, realizándoles		Improcedente: El formulario no está debidamente fundado y motivado, ya que no existe relación entre el nombre de la campaña y parte de la información que se plasma, referente a un programa para realizar exámenes de la vista y entregar lentes, además las fechas de vigencia no están claras puesto que a lo largo del mismo se utilizan	

¹⁴³ Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los **programas sociales** durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

¹⁴⁴ *Ídem*.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Comedores Municipales”, con vigencia del 15 de marzo al 16 de septiembre ¹⁴⁵	exámenes de la vista y dotándolos de lentes.		varias.	
Sistema DIF Municipal de Tulancingo de Bravo, “Platicas virtuales”, con vigencia del 02 de marzo y mientras continúe la pandemia	Buscar el bienestar físico, emocional y cultural de las personas de la tercera edad para contribuir en su salud y mejoramiento personal.	Decreto Núm. 20 de creación del Sistema Municipal para el Desarrollo Integral de la Familia de Tulancingo de Bravo.	Improcedente: Del formulario remitido no es posible extraer información acerca de los medios a través de los cuales se pretende la difusión.	
Sistema DIF Municipal “Desayuno Escolar Frío”, con vigencia del 11 de enero al 26 de julio	Entregar una dotación de brick de leche, galleta y postre a bajo costo a población escolar del municipio de Tulancingo de Bravo, para mejorar la seguridad alimentaria.	Artículo 69 de la Ley Federal de Desarrollo Social.	Improcedente: Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que ofrece desayunos escolares fríos a bajo costo, la promoción de la misma no cumple con los criterios de generalidad y necesidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹⁴⁶ .	
Sistema DIF Municipal área de Asistencia Alimentaria, “Familias vulnerables, niños menores de 5 años y personas con discapacidad”, con vigencia tentativa en el mes de abril y	Proporcionar despensas a familias vulnerables, personas con discapacidad y menores de 5 años, mejorando su alimentación.	Artículo 69 de la Ley Federal de Desarrollo Social.	Improcedente: Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que ofrece despensas a personas vulnerables, la promoción de la misma no cumple con los criterios de generalidad y necesidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y	

¹⁴⁵ Resulta importante aclarar que no obstante que el formulario establece que la campaña se llama “Comedores Municipales” el contenido corresponde a otro tipo de campaña relacionada con hacer exámenes de la vista y entregar lentes a niños y niñas de 6 a 12 años de edad.

¹⁴⁶ Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los **programas sociales** durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
hasta el mes de diciembre			no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹⁴⁷ .	
Sistema DIF Tulancingo, Asistencia Social, “Despensa para personas con discapacidad y adultos mayores en situación vulnerable”, con vigencia del 16 de marzo al 05 de septiembre	Apoyar a las personas con discapacidad y adultos mayores que no cuenten con ningún otro programa de ayuda, con una despensa mensual para coadyuvar con la canasta básica de su hogar.		Improcedente: Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que ofrece despensas a personas vulnerables, la promoción de la misma no cumple con los criterios de generalidad y necesidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹⁴⁸ .	
Sistema DIF Tulancingo, Asistencia Social, “Entrega de apoyos a población vulnerable”, con vigencia del 16 de marzo al 05 de septiembre	Apoyar a la población vulnerable con la finalidad de contribuir a su economía familiar, brindándoles apoyos en especie, como medicamentos, estudios de laboratorios, gastos médicos y funerarios, etc.		Improcedente: Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que ofrece diversos apoyos en especie a la población vulnerable, la promoción de la misma no cumple con los criterios de generalidad y necesidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹⁴⁹ .	
Sistema DIF Municipal de Tulancingo, “Entrega ayudas funcionales”, con vigencia del 11 de enero y pendiente fecha de término	Mejorar la calidad de vida de la población más vulnerable del municipio entregándoles sillas de ruedas, bastones, andaderas, aparatos auditivos, entre otros.		Improcedente: Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que ofrece sillas de ruedas, bastones, aparatos auditivos, lentes, etc., a la población vulnerable, la promoción de la misma no cumple con los criterios de generalidad y necesidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a	

¹⁴⁷ *Ídem.*

¹⁴⁸ *Ídem.*

¹⁴⁹ *Ídem.*

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			un sector específico de la población, como es el caso ¹⁵⁰ .	
Sistema DIF Municipal de Tulancingo, "Jornadas Médicas", con vigencia del 11 de enero y con fecha de término pendiente	Mejorar la calidad de vida de la población discapacitada del municipio de bajos recursos, realizando cirugía ambulatoria a quien requiera de prótesis de cadera, de rodilla y lente intraocular.		Improcedente: Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que cirugías ambulatorias a la población vulnerable, la promoción de la misma no cumple con los criterios de generalidad y necesidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹⁵¹ .	
Unidad Básica de Rehabilitación, "Cursos Taller de formación continua", con vigencia del 20 de febrero al 17 de julio	Capacitación a la población universitaria de bajos recursos enfocada a iniciar en el campo laboral del área de rehabilitación.	Artículo 90-92 de la Ley General de Salud.	Procedente: Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud ya que, busca capacitar a la población universitaria enfocada en el ámbito de la rehabilitación quienes a su vez atenderán a personas con discapacidad, mejorando su desenvolvimiento profesional, por lo que se considera adecuada la solicitud y la campaña como exceptuada de la prohibición constitucional de difundir propaganda gubernamental durante las campañas y hasta el día de la Jornada Electoral.	
Unidad Básica de Rehabilitación, "Servicio de atención psicológica y pedagógica para proteger la salud mental y mejorar las habilidades cognitivas de los estudiantes ante el regreso a clases presenciales", con vigencia del 15 de marzo al 15 de diciembre	Facilitar las herramientas necesarias emocionales y cognitivas a los estudiantes tulancinguenses, para afrontar el regreso a clases de una forma saludable, que es accesible en costos y horarios.		Procedente: La prestación de los servicios de salud conlleva la ejecución de diversos actos y actividades, como son los relativos a la atención de servicios médicos y de asistencia social y todo aquello que conlleva a salvaguardar la salud en un contexto amplio que abarca no solo la salud física del ser humano, sino también la mental y psicológica. En este contexto, esta campaña puede ser considerada dentro del concepto de salud y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	
Comisión de Agua y Alcantarillado del Municipio de	Promover mejores hábitos de higiene y los cuidados del agua.		Improcedente: Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	

¹⁵⁰ Ídem.

¹⁵¹ Ídem.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Tulancingo, "Higiene y cuidado del agua", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre				
Comisión de Agua y Alcantarillado del Municipio de Tulancingo, "Información a la población en caso de algún desperfecto en la red de agua", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Informar a la población acerca de los motivos por los cuales podrían carecer del líquido vital e informar acerca del proceso de compostura de los mismos.			Improcedente: Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino mediante imágenes y fotos que serán subidas a redes sociales.
Comisión de Agua y Alcantarillado del Municipio de Tulancingo, "En temporada de estiaje, todos a cuidar el agua", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Concientizar a la población sobre el cuidado y valor que tiene el hídrico en temporada de calor, ya que es cuando se consume más y llega a escasear.			Improcedente: Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino mediante redes sociales y plataformas digitales.
Comisión de Agua y Alcantarillado del Municipio de Tulancingo, "Valoremos la infraestructura hidráulica", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Concientizar a la población sobre la importancia de tener una adecuada infraestructura para el tratamiento y suministro del agua.	Artículos 134, párrafo séptimo y octavo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, así como 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.		Improcedente: Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión.
Comisión de Agua y Alcantarillado del Municipio de Tulancingo, "En esta semana santa, no al desperdicio del líquido vital", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Concientizar a la población por el mal uso que se le da al agua en esta temporada y que es necesario cuidarla.	Artículos 134, párrafo séptimo y octavo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, así como 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.		Improcedente: Al igual que la campaña anterior, según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión.
Comisión de Agua	Concientizar a la	Artículos 134,	Improcedente: Al igual que la campaña	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
y Alcantarillado del Municipio de Tulancingo, "Valoremos las fuentes de agua", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	población sobre el valor a la protección del medio ambiente para asegurar un suministro de agua de calidad y aumentar la resiliencia frente a crisis como las provocadas por las crecidas seguias.	párrafo séptimo y octavo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, así como 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	anterior, según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión.	
Comisión de Agua y Alcantarillado del Municipio de Tulancingo, "Valoremos los servicios relacionados con el agua", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Informar a la población sobre los servicios relacionado con el cuidado del agua, el saneamiento y la higiene.	Artículos 134, párrafo séptimo y octavo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, así como 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente: Al igual que la campaña anterior, según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión.	
Comisión de Agua y Alcantarillado del Municipio de Tulancingo, "Agua en tiempo de pandemia", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Promover acciones que garanticen tanto la salud como el cuidado, preservación y conservación del líquido vital, así como fomentar el buen uso y la importancia que tiene hoy en día para combatir la pandemia por COVID-19.	Artículos 134, párrafo séptimo y octavo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, así como 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente: Al igual que la campaña anterior, según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino mediante infografías y platicas virtuales.	

72. Alcaldía Venustiano Carranza de la Ciudad de México.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
"Diviértete, Aprende y Avanza en Venustiano Carranza", con vigencia del 04 de abril al 07 de junio	Actividades educativas, recreativas y culturales para los niños y niñas de preescolar, impartidas por profesores de los 21 Centros de Desarrollo Infantil que tiene la Alcaldía.	Artículo 8 y 53 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo redes sociales.	
"Acciones de Protección Civil para los Habitantes de la Alcaldía	Salvaguardar a la población de Venustiano Carranza ante cualquier eventualidad natural o accidente y seguir las líneas de acción en materia de	Artículo 14 de la Constitución Política de la Ciudad de México, 19 de la Ley de Gestión Integral de	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Venustiano Carranza”, con vigencia del 04 de abril al 07 de junio	gestión integral de riesgos y protección civil del gobierno de la Ciudad de México.	Riesgos y Protección Civil de la Ciudad de México y 8 del Reglamento de la Ley anterior.		
“Acciones de Salud para salvaguardar la integridad de los habitantes de la Alcaldía Venustiano Carranza”, con vigencia del 04 de abril al 07 de junio	Difundir acciones y medidas prevenir el contagio de COVID, de acuerdo a la información que otorguen las autoridades federales y de la Ciudad de México para evitar que la población de Venustiano Carranza se contagie de la enfermedad. Asimismo, difundir acciones para cuidar la salud mental de las personas.	Artículo 9 de la Constitución Política de la Ciudad de México	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	INE/CG1081/2015

73. Gobierno del estado de Coahuila de Zaragoza. La solicitud remitida por la citada entidad contiene formatos de campañas que pretenden emitir otros entes públicos del Estado, por lo que se detallará en cada uno de los casos que ente es el solicitante.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Secretaría de Turismo y Desarrollo de Pueblos Mágicos, Dirección de Comunicación y Subdirección de Mercadotecnia Digital, “Haz turismo en Coahuila”, con vigencia del 01 de abril al 31 de diciembre	Difundir y promover de manera permanente los destinos y fortalezas turísticas del Estado.	Artículo 33 Ter, fracción III de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Coahuila de Zaragoza; 2, fracción II, y 3, fracciones IV y V, 13, 14 y 15 de la Ley de Turismo del Estado de Coahuila de Zaragoza, 3, fracción VII, 6, 25, 26, fracciones XIV y XV y 31 y 32, fracciones I, III, IV, VI del Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo y Desarrollo de Pueblos Mágicos.	Procedente. Se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3º de la Constitución. Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural del pueblo, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4º de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus	CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros.</p> <p>En consecuencia, resulta evidente que la promoción de los destinos y fortalezas turísticas del estado de Coahuila y sus pueblos mágicos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres.</p>	
<p>Secretaría de Turismo y Desarrollo de Pueblos Mágicos, Dirección de Comunicación y Dirección de Promoción, "Semana Santa", con vigencia del 01 de abril al 31 de diciembre</p>	<p>Promocionar los atractivos turísticos y fortalezas del estado para que sea visitado por los turistas en la medida que la pandemia que estamos atravesando lo permita, durante el periodo vacacional de semana santa.</p>	<p>Artículo 33 Ter, fracción III de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Coahuila de Zaragoza; 2, fracción II, 3, fracciones IV y V , 13, 14 y 15 de la Ley de Turismo del Estado de Coahuila de Zaragoza, 3, fracción VII, 6, 25, 26, fracciones XIV y XV y 31 y 32, fracciones I, III, IV, VI del Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo y Desarrollo de Pueblos Mágicos.</p>	<p>Procedente. Se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución.</p> <p>Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural del pueblo, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros.</p> <p>En consecuencia, resulta evidente que la promoción de los destinos y fortalezas turísticas del estado de Coahuila y sus pueblos mágicos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica,</p>	<p>CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021</p>

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			importancia histórica, cultural y costumbres.	
Secretaría de Turismo y Desarrollo de Pueblos Mágicos, Dirección de Comunicación y Dirección de Promoción, "Promoción de Convenciones Turísticas", con vigencia del 01 de abril al 31 de diciembre	Difusión de invitaciones para participar en eventos turísticos locales, nacionales e internacionales, además de los resultados de la participación de los programas públicos de carácter turístico en las convenciones turísticas	Artículo 33 Ter, fracción III de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Coahuila de Zaragoza; 2, fracción II, 3, fracciones IV y V, 13, 14 y 15 de la Ley de Turismo del Estado de Coahuila de Zaragoza, 3, fracción VII, 6, 25, 26, fracciones XIV y XV y 31 y 32, fracciones I, III, IV, VI del Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo y Desarrollo de Pueblos Mágicos.	Improcedente. Si bien la campaña está relacionada con el tema turístico, la misma no tiene como finalidad principal promocionar los diversos sitios de interés del estado, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres, si no su objetivo principal es difundir logros y resultados de las acciones de gobierno en materia turística, situación que no permite asociar la campaña con algún concepto de excepción a la difusión de propaganda gubernamental durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral. En ese sentido, su difusión no cumple con el criterio de necesidad pues difundir logros de gobierno es precisamente el objeto de la prohibición constitucional de mérito.	INE/CG65/2017 e INE/CG172/2018
Secretaría de Turismo y Desarrollo de Pueblos Mágicos, Dirección de Comunicación y Dirección de Promoción, "Promoción de Capacitaciones Turísticas", con vigencia del 01 de abril al 31 de diciembre	Capacitar a los integrantes de la cadena de valor turística del estado y a los trabajadores turísticos en temas importantes para esta industria.	Artículo 33 Ter, fracción III de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Coahuila de Zaragoza; 2, fracción II, 3, fracciones IV y V, 13, 14 y 15 de la Ley de Turismo del Estado de Coahuila de Zaragoza, 3, fracción VII, 6, 25, 26, fracciones XIV y XV y 31 y 32, fracciones I, III, IV, VI del Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo y Desarrollo de Pueblos Mágicos.	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que está relacionada con la difusión de convocatorias relacionadas con la capacitación de diversos integrantes del sector turístico, con el fin de capacitarlos para que brinden la prestación de servicios turísticos de calidad, máxime cuando se ha visto tan dañada la industria como resultado de la pandemia por COVID-19.	CG75-2012, CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG245/2019 e INE/CG109/2021
Secretaría de Turismo y Desarrollo de Pueblos Mágicos, Dirección de Comunicación y Dirección de Promoción, "Vinos y	Promover la visita de los turistas al estado a través de la ruta "Vinos y Dinos".	Artículo 33 Ter, fracción III de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Coahuila de Zaragoza; 2, fracción II, 3,	Procedente. Al igual que las campañas anteriores, resulta evidente que promover la riqueza gastronómica y vinícola del estado de Coahuila, en relación a los lugares y destinos productores de estos, se inserta en el concepto de	CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Dinos”, con vigencia del 01 de abril al 31 de diciembre		fracciones IV y V , 13, 14 y 15 de la Ley de Turismo del Estado de Coahuila de Zaragoza, 3, fracción VII, 6, 25, 26, fracciones XIV y XV y 31 y 32, fracciones I, III, IV, VI del Reglamento Interior de la Secretaria de Turismo y Desarrollo de Pueblos Mágicos.	educación, al permitir a la población conocer la ruta vitivinícola y paleontológica denominada “Vinos y Dinos”. Maxime cuando están próximos dos periodos vacacionales.	
Secretaría de Turismo y Desarrollo de Pueblos Mágicos, Dirección de Comunicación y Dirección de Promoción, “#TuristaResponsable”, con vigencia del 01 de abril al 31 de diciembre	Promover el turismo de manera responsable, para que los visitantes y turistas, tomen las medidas de seguridad e higiene que se requieren para viajar en virtud de la contingencia ocasionada por el virus denominado COVID-19.	Artículo 33 Ter, fracción III de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Coahuila de Zaragoza; 2, fracción II, 3, fracciones IV y V , 13, 14 y 15 de la Ley de Turismo del Estado de Coahuila de Zaragoza, 3, fracción VII, 6, 25, 26, fracciones XIV y XV y 31 y 32, fracciones I, III, IV, VI del Reglamento Interior de la Secretaria de Turismo y Desarrollo de Pueblos Mágicos.	Procedente: La campaña de comunicación social tiene como propósito difundir entre la población regional y el turismo la oferta cultural a fin de difundir las expresiones artísticas y culturales del estado de Coahuila. Asimismo, busca difundir las medidas de seguridad e higiene pertinentes para viajar derivado del COVID-19. En ese sentido, esta campaña puede ser considerada dentro de los conceptos de educación y salud como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	
Coordinación General de Comunicación e Imagen del Gobierno de Coahuila de Zaragoza, “Centro Regional de Identificación Humana”, con vigencia del 01 de abril al 31 de diciembre	Difundir el trabajo del Centro Regional con el fin de que se conozcan los avances que se tienen en materia forense y de investigación para lograr la localización de personas que en algún momento han sido reportadas como no localizadas.	Artículo 134, párrafo 8 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 10 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Coahuila y 6, fracciones VII y VIII del Reglamento de Coordinación General de Imagen Institucional del Estado de Coahuila.	Procedente: El artículo 21 de la CPEUM establece es una función del Estado a cargo de la Federación, las entidades federativas y los Municipios, cuyos fines son salvaguardar la vida, las libertades, la integridad y el patrimonio de las personas, así como contribuir a la generación y preservación del orden público y la paz social, estableciendo para ello Instituciones en la materia. Así, derivado de que la presente campaña busca dar a conocer el Centro Regional de Identificación Humana, es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de educación y seguridad.	
Secretaría de Cultura de Coahuila, "Convocatorias AIEC para actividades culturales", con vigencia del 01 de abril al 31 de diciembre	Difusión educativa y cultural de convocatorias con el fin de promover el desarrollo del individuo.	Artículo 32, fracciones II, IV, VIII y IX de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Coahuila, 10, fracciones III, IV y VI del Reglamento Interior de la Secretaría de Cultura del Estado de Coahuila.	Procedente: Esta campaña se encuentra vinculada al concepto de educación al difundir a la población convocatorias que incentiven su desarrollo como individuos en materia cultural y educativa.	
Coordinación General de Comunicación e Imagen del Gobierno de Coahuila de Zaragoza, "Cuida tu chamba", con vigencia del 01 de abril al 31 de diciembre	Concientizar y educar a la población económicamente activa para regresar a los trabajos tomando las precauciones necesarias para evitar los contagios por COVID-19.	Artículo 134, párrafo 8 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 10 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Coahuila y 6, fracciones VII y VIII del Reglamento de Coordinación General de Imagen Institucional del Estado de Coahuila.	Procedente. El artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con el concepto de salud.	INE/CG109/2021
Secretaría de Cultura de Coahuila, "Cultura Contigo", con vigencia del 01 de abril al 31 de diciembre	Difusión educativa y cultural de las actividades culturales en Coahuila para contribuir en el desarrollo del individuo.	Artículo 32, fracciones II, IV, VIII y IX de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Coahuila, 10, fracciones III, IV y VI del Reglamento Interior de la Secretaría de Cultura del Estado de Coahuila.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar la campaña, ya que está relacionada con la difusión de actividades y servicios en materia artística y cultural con el fin de promover en la población dichos eventos.	CG75-2012, CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG245/2019 e INE/CG109/2021
Secretaría de Salud del Estado de Coahuila de Zaragoza,	Promover e incentivar la actividad física mediante el ejercicio como medio de	Artículo 25, fracciones XI y XII de la Ley Orgánica de la	Procedente: Esta campaña se encuentra vinculada al concepto de salud al dirigirse a la población del	INE/CG65/2017 e INE/CG172/2018

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
"Corriendo con salud por tu salud", con vigencia del 15 de marzo al 30 de abril	prevención de enfermedades, a través de la realización de carreras a pie de 5 y 10 km.	Administración Pública del Estado de Coahuila de Zaragoza, 8, fracciones XI y XVI del Reglamento Interior de la Secretaría de Salud de Coahuila.	estado de Coahuila motivándola a llevar una vida saludable y prevenir el mayor número de enfermedades posibles, sensibilizando sobre el tema e invitando a la práctica del ejercicio.	
Coordinación General de Comunicación e imagen del Gobierno de Coahuila de Zaragoza, "Hazlo por ti y hazlo por todos SALUD", con vigencia del 01 de abril al 31 de diciembre	Promoción de la salud mediante las medidas de prevención ante la pandemia.	Artículo 134, párrafo 8 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 10 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Coahuila y 6, fracciones VII y VIII del Reglamento de Coordinación General de Imagen Institucional del Estado de Coahuila.	Procedente: La campaña tiene como finalidad seguir manteniendo las medidas sanitarias derivadas por COVID-19. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.	INE/CG109/2021
Coordinación General de Comunicación e Imagen del Gobierno de Coahuila de Zaragoza, "No vengas a casa, paisano", con vigencia del 01 de abril al 30 de junio	Evitar la movilidad de la población durante el periodo vacacional, en las fechas previas y posteriores de semana santa, como medida sanitaria de prevención de contagios por COVID-19.	Artículo 134, párrafo 8 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 10 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Coahuila y 6, fracciones VII y VIII del Reglamento de Coordinación General de Imagen Institucional del Estado de Coahuila.	Procedente: Al igual que la campaña anterior, tiene como finalidad seguir manteniendo las medidas sanitarias de prevención derivadas por COVID-19. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir	INE/CG109/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.	
Coordinación General de Comunicación e Imagen del Gobierno de Coahuila de Zaragoza, "Prevención de Incendios PROTECCIÓN CIVIL", con vigencia del 01 de abril al 31 de octubre	Difundir las medidas de prevención de incendios y los números telefónicos para reportar en caso de localizar alguno, con el fin de cuidar la naturaleza.	Artículo 134, párrafo 8 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 10 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Coahuila y 6, fracciones VII y VIII del Reglamento de Coordinación General de Imagen Institucional del Estado de Coahuila.	Procedente: La campaña brinda información que permitirá dar a conocer a la población la importancia de prevenir y reportar los incendios forestales, por lo que tiene como propósito crear consciencia en la población y cuidar el medio ambiente. Al respecto este Consejo General considera que, como en años anteriores, este tipo de campañas deberán ser de las consideradas dentro de las exceptuadas a la prohibición constitucional de difundir propaganda gubernamental durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral por su vinculación al concepto de educación.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG235/2020 e INE/CG109/2021
Coordinación General de Comunicación e Imagen del Gobierno de Coahuila de Zaragoza, "Sé práctico", con vigencia del 02 de abril al 31 de diciembre	Fomento a la salud mediante el cuidado y la prevención de contagios, haciendo mayor hincapié sobre el uso correcto del cubrebocas y su manejo final adecuado, como medida anticontaminante.	Artículo 134, párrafo 8 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 10 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Coahuila y 6, fracciones VII y VIII del Reglamento de Coordinación General de Imagen Institucional del Estado de Coahuila.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que está relacionada con la difusión del uso y la forma correcta de desechar el cubrebocas para que no se convierta en un agente contaminante. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de educación.	
Coordinación General de Comunicación e Imagen del Gobierno de Coahuila de Zaragoza, "Tú eres parte", con vigencia del	Prevenir la violencia, discriminación y el maltrato hacia las mujeres. Se presentan las alternativas de apoyo integral que se tienen en el estado, así como la	Artículo 134, párrafo 8 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 10 de la Ley Orgánica de la Administración	Procedente: El objetivo es sensibilizar a la población sobre los problemas de la violencia y discriminación, promover el respeto al derecho a la no discriminación hacia las mujeres e incidir en la	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG235/2020 e INE/CG109/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
01 de abril al 31 de diciembre	educación sobre violencia de género.	Pública del Estado de Coahuila y 6, fracciones VII y VIII del Reglamento de Coordinación General de Imagen Institucional del Estado de Coahuila.	prevención y eliminación de la misma; se pretende generar una cultura de la igualdad incluyente y de respeto. Por tanto, esta campaña encuadra en el concepto de educación.	

74. Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas. La solicitud remitida por el citado Ayuntamiento contiene formatos de campañas que pretenden emitir otros entes públicos del municipio, por lo que se detallará en cada uno de los casos que ente es el solicitante.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Secretaría de Bienestar Social, "Líneas COVID-19", con vigencia del 01 de enero al 30 de septiembre	Orientar a la ciudadanía con información fidedigna acerca del Covid-19, respecto de protocolos sanitarios establecidos, acerca de los cuidados en el hogar del paciente sospechoso o positivo de Covid-19 e informar sobre las medidas de limpieza en superficies y áreas de uso común, así como de las medidas sanitarias pertinentes para la profilaxis contra el contagio por dicha enfermedad.	Artículo 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	Procedente. La campaña tiene como finalidad informar a la población sobre las medidas y protocolos de salud y protección civil que las autoridades estiman se deben aplicar. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.	INE/CG109/2021
Secretaría de Bienestar Social, "Control y erradicación del mosquito y criaderos del vector de dengue, zika y chikungunya",	Promover entornos y comunidades saludables a través de la suma de esfuerzos del gobierno municipal, estatal y la comunidad para fomentar el autocuidado de la salud en la prevención de enfermedades ocasionadas por la picadura del mosquito transmisor del	Artículo 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	Procedente. La campaña tiene como objetivo principal el fomento de la integridad física, la protección de la salud y de la vida humana, en particular durante los próximos meses en que aumenta el riesgo de contagio por las condiciones climáticas de la temporada. Esta campaña está enfocada a que la transmisión no se intensifique y se	INE/CG120/2015 e INE/CG119/2019

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
con vigencia del 01 de enero al 30 de septiembre	dengue, zika y chikungunya.	Procedimientos Electorales, y 7, numeral 8 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral	mantenga el control y la prevención de dichas enfermedades, impidiendo el riesgo de una epidemia. Así, el concepto de servicios de salud debe entenderse como el conjunto de actividades que se llevan a cabo para la satisfacción de dicha necesidad colectiva de interés público, las cuales comprenden todos aquellos actos, medios y recursos que son indispensables para su adecuada prestación. En ese sentido, el concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, ya que necesariamente abarca, entre otros aspectos la lucha contra enfermedades transmisibles y la realización de campañas sanitarias.	
Secretaría de Bienestar Social, "Clínica de control animal y zoonosis", con vigencia del 01 de enero al 30 de septiembre	Concientización hacia el buen trato y la adecuada tenencia de la mascota, brindando consulta veterinaria, disminuyendo el riesgo de enfermedades epidemiológicas y agresiones en la vía pública.	Artículo 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	Procedente. Esta campaña se considera dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales durante los periodos de campaña que se lleven a cabo en los procedimientos electorales, en razón de que se encuentra relacionada con el derecho a la protección de la salud del que todo mexicano goza. En ese sentido, el concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, ya que necesariamente abarca, entre otros aspectos, la vacunación y el entorno donde viven los animales domésticos, que es un tema de salud pública	
Secretaría de Bienestar Social, "Brigadas de Itinerantes de recuperación en Salud", con vigencia del 01 de enero al 30 de septiembre	Otorgar servicios de salud a través de la Dirección de Salud Municipal a la ciudadanía considerada como vulnerable que derivado de la pandemia actual y/o debido a su situación económica no les es posible acudir a los Centros de Salud, lo anterior enfocados principalmente a la prevención, detección y tratamiento de	Artículo 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,	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que otorga servicios de salud con la finalidad de prevenir, detectar y tratar diversas enfermedades de familias vulnerables, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la	INE/CG172/2018

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	diversas enfermedades.	numeral 8 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral	Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹⁵² .	
Secretaría de Bienestar Social, "Medico a tu puerta", con vigencia del 01 de enero al 30 de septiembre	Atención médica de calidad y calidez a la población más vulnerable, que por diversas causas no les es posible acudir a los centros médicos.	Artículo 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	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que lleva atención médica a las puertas de la vivienda de personas en extrema pobreza, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹⁵³ .	INE/CG172/2018
Secretaría de Educación, Cultura y Deporte, "Mi escuela digna, moderna y saludable", con vigencia del 06 de enero al 20 de septiembre	Coadyuvar en la infraestructura y equipamiento de planteles educativos, así como la conservación de los edificios escolares	Artículo 13 de la Ley de Educación en Tamaulipas	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de educación, ya que se trata de la difusión de un programa social que mejora la infraestructura y equipamiento de los planteles educativos, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la	

¹⁵² Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los **programas sociales** durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

¹⁵³ *Ídem.*

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹⁵⁴ .	
Secretaría de Educación, Cultura y Deporte, "Convocatoria mensual para ingresar a la preparatoria abierta", con vigencia del 08 de enero al 17 de septiembre	Abatir el rezago educativo de nivel medio superior, con el fin de mejorar los niveles de bienestar social a través de la educación.		Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas que tienen como finalidad coadyuvar a que los jóvenes conozcan la mecánica de ingreso a la preparatoria abierta, fechas de exámenes, requisitos, etc. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional, ya que incentiva el ingreso a la educación media superior para así evitar el rezago educativo.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
Secretaría de Educación, Cultura y Deporte, "Becas educativas culturales y deportivas", con vigencia del 01 de septiembre al 30 de septiembre	Combatir la deserción escolar propiciando la permanencia y conclusión de los estudios de las y los estudiantes de los diversos niveles, desde primarias hasta posgrado mediante el otorgamiento de becas educativas que permitan asegurar una educación de calidad e incluyente.		Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de educación, ya que se trata de la difusión de un programa de entrega de becas para evitar la deserción escolar, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹⁵⁵ .	INE/CG119/2019 INE/CG109/2021
Dirección de Protección Civil y Bomberos, "Operativo Carrusel", con vigencia del 01 de enero al 30 de septiembre	Informar sobre los albergues municipales y los servicios que ahí se prestan con la finalidad de salvaguardar la vida y seguridad de la ciudadanía ante descensos graves de la temperatura, tormentas climatológicas, etc.	Artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos	Procedente: Protección Civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona protección y asistencia a la ciudadanía ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y el entorno en el que vive. En ese sentido, el artículo 4 de la	INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021

¹⁵⁴ *Ídem.*

¹⁵⁵ *Ídem.*

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud, esto es, el derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana.</p> <p>La acción en materia de seguridad tiene una evidente finalidad de protección civil en caso de fenómenos naturales, por lo cual resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de protección civil y salud, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de emergencias, contribución a la disminución de riesgos y prevención de una situación de peligro, lo que contribuye a salvar vidas humanas</p>	
<p>Secretaría de Educación, Cultura y Deporte, "Día del Maestro" con vigencia del 14 de mayo</p>	<p>Se realizará un sorteo de un vehículo último modelo para las y los trabajadores de planteles públicos y privados de educación inicial, especial, física, preescolar, primaria, secundaria, media superior y superior pertenecientes al municipio</p>		<p>Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de educación, ya que se trata de reconocer la labor del magisterio, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso¹⁵⁶.</p>	
<p>Dirección de Protección Civil</p>	<p>Informar de la ubicación de los puestos de hidratación que se</p>	<p>Artículo 41, párrafo segundo, Base III,</p>	<p>Procedente. Al respecto, la campaña encuadra en los supuestos de</p>	

¹⁵⁶ Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los **programas sociales** durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
y Bomberos, "Puestos de Hidratación", con vigencia del 01 de enero al 30 de septiembre	colocan durante los meses de calor extremo, con la finalidad de salvaguardar la vida y seguridad de la ciudadanía.	Apartado C de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos	<p>excepción a la prohibición impuesta por la Constitución en materia de propaganda gubernamental, pues es evidente su relación con los servicios de protección de la salud al informar sobre los lugares donde la población puede hidratarse y evitar posibles golpes de calor.</p> <p>Dicho en otras palabras, las campañas relativas a prevenir problemas de salud por la temporada de calor están relacionadas directamente con el concepto de salud integral que proporciona la CPEUM, ya que informan de las medidas preventivas que se han de tomar ante las altas temperaturas climáticas y crean una cultura de prevención de riesgos.</p> <p>Es así que, al vincularse con el concepto constitucional de salud, deben quedar exceptuadas de las reglas de propaganda gubernamental, pues en el sentido amplio, se fomenta un interés general de la sociedad por salvaguardar el derecho humano como es la vida y a promover la protección del derecho a gozar de buena salud, entendido como un estado de completo bienestar físico, mental y social.</p>	
Dirección de Protección Civil y Bomberos, "Aplicación de Medidas de Seguridad Sanitarias", con vigencia del 01 de enero al 30 de septiembre	Informar sobre las medidas de seguridad sanitarias aplicables en caso de enfermedades graves, como el COVID-19.	Artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos	<p>Procedente. Los artículos 3, fracción XI, 162 y 163 de la Ley General de Salud, disponen que es materia de salubridad general la educación para la salud, y que el derecho a su protección tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. Asimismo, que la acción en materia de prevención comprende la adopción de diversas medidas entre las que se encuentra el fomento de programas de educación y orientación a la población.</p> <p>Por lo que este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.</p>	INE/CG172/2018
Dirección de Protección Civil	Otorgar información sobre los centros de apoyos a migrantes	Artículo 41, párrafo segundo, Base III,	Procedente: El artículo 8 de la Ley de Migración establece como derecho de	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
y Bomberos, "Operativo Migrante", con vigencia del 01 de enero al 30 de septiembre	y de medidas preventivas.	Apartado C de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos	<p>los migrantes el acceso a servicios educativos y médicos. Así se considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa en coadyuvar con los organismos de migración para mantener informada a la población migrante, de los lugares de asistencia social, así como de verificar su estado de salud, evitando la propagación de enfermedades no originarias del entorno al que lleguen y que podrían poner en riesgo la salud de los residentes.</p> <p>En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud.</p>	
Sistema para el desarrollo integral de la familia de Nuevo Laredo, "Rehabilitación y Educación Especial CRI", con vigencia del 01 de octubre de 2020 al 30 de septiembre	Contribuir al mejoramiento de las condiciones y la calidad de vida de personas con discapacidad por medio de actividades de prevención de discapacidad, rehabilitación física, integración educativa y su inclusión en el mercado laboral en actividades propias a su edad, condición y capacidad.	Decreto N° 156, Artículo segundo y sus derivados publicado en el POE Cd. Victoria Tam., sábado 9 de marzo de 1985. TOMOCX, ANEXO AL NUM 20.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que proporciona ayuda y atención integral a personas con discapacidad, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹⁵⁷ .	
Sistema para el desarrollo integral de la familia de Nuevo Laredo,	Mejorar la atención y prevención de los problemas de salubridad más importantes, con un enfoque de altos estándares de calidad en la	Decreto N° 156, Artículo segundo y sus derivados publicado en el POE Cd. Victoria Tam., sábado 9 de	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que otorga servicios de salud con la finalidad de prevenir,	INE/CG172/2018

¹⁵⁷ Ídem.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
"Consulta Médica y Dental; Salud integral de la Mujer", con vigencia del 01 de octubre de 2020 al 30 de septiembre	prestación de los servicios de salud proporcionados a la población en condiciones de vulnerabilidad o carentes de seguridad social.	marzo de 1985. TOMOCX, ANEXO AL NUM 20.	detectar y tratar diversas enfermedades de mujeres y personas en condiciones de vulnerabilidad o sin seguridad social, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹⁵⁸ .	
Sistema para el desarrollo integral de la familia de Nuevo Laredo, "Campañas Médicas y Brigadas", con vigencia del 01 de octubre de 2020 al 30 de septiembre	Brindar servicios de salud pública a la población en condiciones de vulnerabilidad o carentes de seguridad social.	Decreto N° 156, Artículo segundo y sus derivados publicado en el POE Cd. Victoria Tam., sábado 9 de marzo de 1985. TOMOCX, ANEXO AL NUM 20.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que otorga servicios de salud con la finalidad de prevenir, detectar y tratar diversas enfermedades de familias vulnerables, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹⁵⁹ .	INE/CG172/2018
Sistema para el desarrollo integral de la familia de Nuevo Laredo, "Programa de Atención a niñas, niños y adolescentes en riesgo y trabajo infantil", con vigencia del 01 de octubre	Brindar apoyo a niñas, niños y adolescentes trabajadores con el fin de asegurar su integración y permanencia en esquemas educativos, para mejorar las condiciones de vida en las que se encuentran, bajo un enfoque integral de atención.	Decreto N° 156, Artículo segundo y sus derivados publicado en el POE Cd. Victoria Tam., sábado 9 de marzo de 1985. TOMOCX, ANEXO AL NUM 20.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de educación, ya que se trata de la difusión de un programa para evitar la deserción escolar de niños trabajadores, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que	

¹⁵⁸ Ídem.

¹⁵⁹ Ídem.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
de 2020 al 30 de septiembre			impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹⁶⁰ .	
Sistema para el desarrollo integral de la familia de Nuevo Laredo, "Centro de Atención Infantil Comunitario", con vigencia del 01 de octubre 2020 al 30 de septiembre	Brindar atención integral e integrada a las niñas y niños en condiciones socioeconómicas vulnerables y con esto brindar apoyo a las madres que trabajan, buscan empleo o estudian y a los padres solos con hijas e hijos bajo su cuidado.	Decreto N° 156, Artículo segundo y sus derivados publicado en el POE Cd. Victoria Tam., sábado 9 de marzo de 1985. TOMOCX, ANEXO AL NUM 20.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de educación y salud, ya que se trata de la difusión de un programa de cuidado y educación de niños y niñas hasta los 4 años de edad, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹⁶¹ .	INE/CG172/2018
Sistema para el desarrollo integral de la familia de Nuevo Laredo, "Centro de Autismo", con vigencia del 01 de octubre 2020 al 30 de septiembre	Contribuir a que las personas con discapacidad y/o con Trastorno del Espectro Autista (TEA) alcancen condiciones de bienestar, mediante la prestación de servicios médicos, paramédicos, de rehabilitación y educación.	Decreto N° 156, Artículo segundo y sus derivados publicado en el POE Cd. Victoria Tam., sábado 9 de marzo de 1985. TOMOCX, ANEXO AL NUM 20.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que presta servicios médicos, paramédicos, de rehabilitación y educación a niños con TEA, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹⁶² .	
Sistema para el desarrollo integral de la familia de Nuevo Laredo,	Contribuir al acceso de alimentos básicos de calidad para el mejoramiento de la vida de la población vulnerables mayor de 60 años.	Decreto N° 156, Artículo segundo y sus derivados publicado en el POE Cd. Victoria Tam., sábado 9 de	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que otorgar una dotación familiar integrada por artículos	INE/CG172/2018

¹⁶⁰ Ídem.

¹⁶¹ Ídem.

¹⁶² Ídem.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Nutriendo Tamaulipas”, con vigencia del 01 de octubre 2020 al 30 de septiembre		marzo de 1985. TOMOCX, ANEXO AL NUM 20.	de la canasta básica, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹⁶³ .	
Sistema para el desarrollo integral de la familia de Nuevo Laredo, “Aliméntate Bien”, con vigencia del 01 de octubre 2020 al 30 de septiembre	Brindar orientación y asesoría alimentaria sobre hábitos saludables para el mejoramiento de la salud y calidad de vida.	Decreto N° 156, Artículo segundo y sus derivados publicado en el POE Cd. Victoria Tam., sábado 9 de marzo de 1985. TOMOCX, ANEXO AL NUM 20.	Procedente. Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a la población de la demarcación con el propósito de promover una alimentación correcta, proporcionando herramientas para la toma de decisiones que les permitan realizar cambios de hábitos alimentarios y del cuidado de la salud para mejorar su calidad de vida.	CG75/2012, CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019 e INE/CG109/2021
Sistema para el desarrollo integral de la familia de Nuevo Laredo, “Espacios de Alimentación, Encuentro y Desarrollo”, con vigencia del 01 de octubre al 30 de septiembre	Favorecer el acceso y consumo de alimentos nutritivos e inoocuos de las personas de atención prioritaria, asistiéndolos preferentemente en espacios alimentarios, a través de la entrega de alimentos.	Decreto N° 156, Artículo segundo y sus derivados publicado en el POE Cd. Victoria Tam., sábado 9 de marzo de 1985. TOMOCX, ANEXO AL NUM 20.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que provee de un alimento caliente a personas vulnerables, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ¹⁶⁴ .	
Sistema para el desarrollo integral de la familia de Nuevo Laredo,	Aumentar la sana convivencia en cada uno de los integrantes de la dinámica familiar, brindando herramientas emocionales a niñas, niños,	Decreto N° 156, Artículo segundo y sus derivados publicado en el POE Cd. Victoria Tam., sábado 9 de	Procedente. La prestación de los servicios de salud conlleva la ejecución de diversos actos y actividades, como son los relativos a la atención de servicios médicos y de asistencia social	

¹⁶³ Ídem.

¹⁶⁴ Ídem.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Psicología”, con vigencia del 01 de octubre al 30 de septiembre	adolescentes y padres de familia, a través de programas de terapia psicológica grupal y/o individual; lo anterior a raíz de la pandemia.	marzo de 1985. TOMOCX, ANEXO AL NUM 20.	y todo aquello que conlleva a salvaguardar la salud en un contexto amplio que abarca no solo la salud física del ser humano, sino también la mental y psicológica. En este contexto, esta campaña puede ser considerada dentro del concepto de salud y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	
Sistema para el desarrollo integral de la familia de Nuevo Laredo, “Atención ciudadana”, con vigencia del 01 de octubre al 30 de septiembre	Informar a la población sobre los programas, apoyos y servicios, generando un esquema que facilite acceder de manera más ágil a los mismos, para así situarse fuera de un escenario de vulnerabilidad o desventaja, contribuyendo a la reconstrucción del tejido social.	Decreto N° 156, Artículo segundo y sus derivados publicado en el POE Cd. Victoria Tam., sábado 9 de marzo de 1985. TOMOCX, ANEXO AL NUM 20.	Improcedente. Si bien se trata de una campaña relacionada con el concepto de salud al brindar una gama de servicios que coadyuven a situarse fuera de un escenario de vulnerabilidad, lo cierto es que no cumple con los criterios de generalidad ni necesidad, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población como lo son, las personas en estado de vulnerabilidad; ni se explica por qué es necesaria su difusión durante la campaña, reflexión o Jornada Electoral.	

75. Ayuntamiento de Guasave, Sinaloa.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Vacunación de COVID-19 en el municipio de Guasave”, con vigencia del 04 de abril al 06 de junio	Informar a la población sobre el programa de vacunación para evitar aglomeraciones innecesarias.	Artículo 4 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.	Procedente: La campaña tiene como finalidad informar a la población sobre el programa de vacunación por COVID-19, cuestión que determina las medidas y protocolos de salud y protección civil que las autoridades estiman se deben aplicar. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar	INE/CG109/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>situaciones que deterioren su salud.</p> <p>Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.</p>	
<p>“Acuerdos del Comité Municipal de Salud y del Consejo Ciudadano para mitigar los efectos del CoVID-19 en el municipio de Guasave”, con vigencia del 04 de abril al 06 de junio</p>	<p>Mantener informada a la población acerca de los acuerdos tomados y las medidas emergentes que deben seguir principalmente en materia de salud.</p>	<p>Artículo 4 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.</p>	<p>Procedente: La campaña tiene como finalidad informar a la población sobre los acuerdos tomados y las medidas emergentes que se deben seguir derivadas del COVID-19, cuestión que determina las medidas y protocolos de salud y protección civil que las autoridades estiman se deben aplicar.</p> <p>En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud.</p> <p>Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.</p>	<p>INE/CG109/2021</p>
<p>“Integración del Comité Municipal de Protección Civil del Municipio de Guasave, referente a la prevención de desastres naturales”, con vigencia del 04 de abril al 06 de junio</p>	<p>Comunicar de la integración del Comité Municipal de Protección Civil y mantener informada a la población sobre sucesos y desastres naturales que pudieran suceder.</p>	<p>Ley de Protección Civil para el Estado de Sinaloa.</p>	<p>Procedente: Protección civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona la protección y la asistencia a los ciudadanos ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y el entorno en el que vive.</p> <p>En ese sentido, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar</p>	<p>INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021</p>

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>situaciones que deterioren su salud, esto es, el derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana.</p> <p>La acción en materia de prevención de accidentes comprende el fomento de programas de orientación a la población. Lo anterior tiene una evidente finalidad de protección civil en caso de sucesos y desastres naturales, por lo cual resulta evidente que esta campaña esté amparada en la excepción correspondiente al concepto de protección civil y salud, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de emergencias, contribución a la disminución de riesgos y prevención de una situación de peligro, lo que contribuye a salvar vidas humanas.</p>	

76. Alcaldía Coyoacán, Ciudad de México.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Programa de Activación Física en Casa para Escolares”, con vigencia del 23 de noviembre 2020 al 09 de julio	Fomento al deporte y la recreación a través de orientación pedagógica de cómo ejercitarse y mejorar el desarrollo físico de infantes.	Artículo 3 de la Ley Orgánica de Alcaldías de la Ciudad de México.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión sino solo mediante YouTube.	
“Cuidate del COVID-19”, con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Concientizar sobre la corresponsabilidad entre el gobierno y la ciudadanía en la preservación de la salud de cada uno, fomentando a seguir y respetar las recomendaciones de salud.	Artículo 3 de la Ley Orgánica de Alcaldías de la Ciudad de México.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
“Dotación gratuita de oxígeno”, con vigencia del 22 de marzo al 04 de julio	Dar a conocer a la población sobre el canje de oxígeno medicinal con el fin de coadyuvar en la recuperación de quien, en su caso lo requiera.	Artículo 3 de la Ley Orgánica de Alcaldías de la Ciudad de México.	Improcedente. Según lo que se afirma en el formulario, la campaña tiene la finalidad de realizar publicaciones a través de redes sociales y con lonas, por tanto, la difusión no implica radio y televisión.	
“Festival de actividades físicas y	Fomento al deporte.	Artículo 3 de la Ley Orgánica de Alcaldías de la Ciudad de	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales	

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
deportivas”, con vigencia del 08 de marzo al 30 de abril		México.	y mediante promocionales en forma virtual.	
“Conferencias virtuales”, con vigencia del 04 de abril al 24 de junio	Brindar información relacionada con problemáticas de los jóvenes que habitan la Alcaldía, llevando a cabo un análisis sobre la repercusión psicológica y los efectos de socialización durante el confinamiento, generando el desarrollo de habilidades lúdicas.	Artículo 3 de la Ley Orgánica de Alcaldías de la Ciudad de México.	Improcedente. De acuerdo con lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino mediante plataformas virtuales como YouTube y zoom.	
“Di no. Únete día naranja”, con vigencia del 25 de noviembre de 2019 y sin fecha de término	Prevención de la violencia contra las mujeres y niñas de la población coyoacanense.	Artículo 3 de la Ley Orgánica de Alcaldías de la Ciudad de México.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
“Leer es poder, el COVID nos encerró, pero los cuentos van a mi casa”, con vigencia del 01 de abril al 10 de junio	Fomentar el hábito de la lectura.	Artículo 3 de la Ley Orgánica de Alcaldías de la Ciudad de México.	Improcedente. De acuerdo con lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino publicaciones en forma virtual y el uso de la red social Facebook.	
“Efermídes”, con vigencia del 01 de abril al 10 de junio	Fomentar la cultura y educación.	Artículo 3 de la Ley Orgánica de Alcaldías de la Ciudad de México.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
“Pláticas semanales en materia de Derechos Humanos”, con vigencia del 06 de abril al 29 de junio	Promover los Derechos Humanos y su importancia.	Artículo 3 de la Ley Orgánica de Alcaldías de la Ciudad de México.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
“Todas y todos podemos ser ciudadanos responsables”, con vigencia del 01 de abril al 30 de junio	Fomentar la participación activa de las personas en la preservación del orden público, por medio del conocimiento, ejercicio, respeto y cumplimiento de sus derechos y obligaciones.	Artículo 3 de la Ley Orgánica de Alcaldías de la Ciudad de México.	Improcedente. Esta campaña consiste en la difusión a través de redes sociales, por lo que no implica radio y televisión.	
“Difusión de	Promover la cultura y	Artículo 3 de la Ley	Improcedente. Según lo dispuesto en	

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Talleres en línea”, con vigencia del 01 de abril al 10 de junio	educación.	Orgánica de Alcaldías de la Ciudad de México.	el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	

77. Ayuntamiento de Santiago Tulantepec de Lugo Guerrero, Hidalgo.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Información contra COVID-19”, con vigencia del 15 de diciembre de 2020 al 31 de diciembre de 2021	Informar a la ciudadanía de los cuidados y protocolos que se deben seguir para prevenir o tratar la enfermedad COVID-19, así como promover la vacunación contra la misma. Mensajes de difusión para la prevención de contagio y esparcimiento de la enfermedad COVID-19 entre los habitantes y visitantes del municipio, así como la información para la vacunación contra la misma.	Artículo 54 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; 54 de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Hidalgo y Bando de Policía y Gobierno de Santiago Tulantepec	Procedente. El artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID 19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.	INE/CG109/2021
“Cazadores de Tormentas”, con vigencia del 15 de diciembre de 2020 al 31 de diciembre de 2021	Informar sobre las acciones que salvaguardan la seguridad y salud ante el virus SARS-CoV-2. Mensajes de las acciones permitidas o sancionadas para la erradicación y prevención de contagios COVID-19 en el municipio y la región.	Artículo 54 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; 54 de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Hidalgo y Bando de Policía y Gobierno de Santiago Tulantepec	Procedente. El artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID 19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.	INE/CG109/2021
“Prevención del delito”, con vigencia del 15 de marzo al 31	Preservar la seguridad ciudadana, informando los protocolos de acción para prevenir el delito en su entorno.	Artículo 54 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la	Procedente. Esta autoridad considera que la campaña señalada está encaminada a brindar seguridad pública a la población, pues busca informar y	INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017,

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
de diciembre		Información Pública; 54 de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Hidalgo y Bando de Policía y Gobierno de Santiago Tulantepec	prevenir la comisión de algún delito, por lo que, puede ser considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones, que en materia de propaganda gubernamental establece la CPEUM al coadyuvar con el combate a la delincuencia.	INE/CG172/2018 e INE/CG119/2019
“Descubre Santiago”, con vigencia del 15 de marzo al 31 de diciembre	Enseñar a la ciudadanía sobre la historia y tradiciones de Santiago Tulantepec.	Artículo 54 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; 54 de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Hidalgo y Bando de Policía y Gobierno de Santiago Tulantepec	Procedente. Se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural del pueblo, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros. En consecuencia, resulta evidente que la promoción de la historia y tradiciones de Santiago Tulantepec se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres.	CG75-2012, CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG245/2019 e INE/CG109/2021
“Prevención y combate de incendios”, con vigencia del 01 de marzo al 31 de diciembre	Exponer a la ciudadanía sobre la manera correcta y eficiente de actuar en caso de incendios en casa o en exteriores, así como su prevención.	Artículo 54 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; 54 de la Ley de	Procedente. La campaña tiene el objetivo de dar a conocer a la población sobre la importancia de prevenir y combatir oportunamente incendios en casa o en exteriores, esto es, la propaganda tiene como propósito	CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG235/2020 e

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
		Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Hidalgo y Bando de Policía y Gobierno de Santiago Tulantepec	involucrar a la sociedad en los trabajos de prevención de incendios, por lo que se encuentra vinculada al concepto de educación. En relación con lo anterior, dado que la Constitución concibe a la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, dichas actividades de prevención y combate de incendios corresponden a la educación informal y contribuyen a generar o modificar hábitos y patrones de conducta en beneficio de la ciudadanía.	INE/CG109/2021

78. Gobierno de la Ciudad de México. La solicitud remitida por el Gobierno de la Ciudad contiene formatos de campañas que pretenden emitir otros entes públicos de la misma, por lo que se detallará en cada uno de los casos que ente es el solicitante.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Sistema de Transporte Colectivo, "Atención al usuario y avisos sobre el servicio del sistema de transporte colectivo", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Informar a las personas usuarias sobre cambios que se presenten en el servicio del Sistema de Transporte Colectivo relacionados con horarios, apertura y cierre de estaciones, obras y adecuaciones, o cualquier otra orientación útil para previsiones en la planeación de sus trayectos.		Procedente. La campaña pretende orientar a la población sobre cambios en el servicio de transporte relacionados con horarios, obras, cierre de estaciones, etc. En ese sentido, se considera que es información útil y necesaria para hacer uso del servicio, por tanto, al tener fines meramente informativos se encuentra dentro de las excepciones previstas a la transmisión de propaganda gubernamental durante los periodos de campaña de los Procesos Electorales. Ahora bien, resulta importante subrayar que la campaña deberá cumplir con lo establecido por la Sala Superior del TEPJF en la tesis XII/2017 ¹⁶⁵ .	
Sistema de Transporte Colectivo, "Prevención	Orientar a las personas usuarias del Sistema de Transporte Colectivo sobre el uso permanente y correcto del		Procedente. La campaña tiene como finalidad informar a la población sobre las medidas y protocolos de salud y protección civil que las autoridades	INE/CG109/2021

¹⁶⁵ De rubro **INFORMACIÓN PÚBLICA DE CARÁCTER INSTITUCIONAL. LA CONTENIDA EN PORTALES DE INTERNET Y REDES SOCIALES, PUEDE SER DIFUNDIDA DURANTE CAMPAÑAS Y VEDA ELECTORAL.** Gaceta de Jurisprudencia y Tesis en materia electoral, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Año 10, Número 20, 2017, páginas 28 y 29.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
COVID-19", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	cubre bocas, así como sobre las recomendaciones de salud para prevenir contagios.		estiman se deben aplicar a raíz de la emergencia sanitaria generada por el COVID-19. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.	
Sistema de Transporte Colectivo, "Seguridad de las personas usuarias", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Fortalecer la seguridad de las personas usuarias al interior de las instalaciones y trenes del Sistema de Transporte Colectivo, a través de acciones para la prevención y atención del delito y/o faltas administrativas en lo general. Asimismo, en las situaciones relacionadas con la equidad de género y la igualdad sustantiva.		Procedente. La campaña pretende orientar a la población sobre operativos y medidas de seguridad implementadas para evitar que se cometan delitos dentro de las instalaciones del metro, además de aquellas acciones tomadas para evitar violencia de género. En ese sentido, se considera que la campaña tiene fines de protección civil, pues alerta a la población la existencia de una emergencia o de un delito, lo que coadyuva con las labores de prevención y persecución de estos. Así, puede ser considerado dentro del concepto de protección civil y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional, ya que fortalece la cultura de la prevención entre la sociedad y el trabajo conjunto para erradicar la violencia e inseguridad.	INE/CG120/2015 INE/CG65/2017 INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
Coordinación General de Comunicación Ciudadana, "Actividades culturales en la Ciudad de	Difundir las actividades culturales que se realizan por la conmemoración del Día Internacional de los Museos.	Artículo 102 del Reglamento Interior del Poder Ejecutivo y de la Administración Pública de la Ciudad de México	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar la campaña "Actividades	CG75-2012, CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
México”, con vigencia del 01 de abril al 30 de junio			culturales en la Ciudad de México” ya que está relacionada con la difusión de actividades y servicios relacionados con la exaltación de nuestra cultura y la oportunidad de conocer otras, ya que enseña a la población capitalina las costumbres y tradiciones de otros países, lo que permite formar a una sociedad que no discrimine ni haga distinción por el origen de otras personas.	INE/CG245/2019 e INE/CG109/2021
Coordinación General de Comunicación Ciudadana, “Contra la violencia de género y discriminación por género”, con vigencia del 01 de abril al 30 de junio	Concientizar, evitar y erradicar la violencia de género, el acoso sexual hacia las niñas y mujeres, así como la discriminación hacia ellas que habitan en la Ciudad de México.	Artículo 102 del Reglamento Interior del Poder Ejecutivo y de la Administración Pública de la Ciudad de México	Procedente. La campaña tiene como objetivo permitir a las mujeres conocer que cuentan con una vía de comunicación directa y especializada con las autoridades encargadas de brindarles apoyo, protección y orientación en el caso de ser víctimas de violencia de género. Sobre lo señalado, este Órgano estima oportuno recordar que en años anteriores y a lo largo del presente instrumento se han exceptuado campañas similares por vincularse con un tema de educación precisamente por la prevención y erradicación de la violencia contra la mujer, por lo que se estima procedente exceptuar la campaña “Contra la violencia de género y discriminación por género”.	INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018
Coordinación General de Comunicación Ciudadana, “Derechos de los ciclistas”, con vigencia del 13 de mayo al 16 de junio	Sensibilizar a la población, principalmente a los automovilistas, sobre los derechos que tienen los ciclistas de la Ciudad de México, consolidando una cultura de respeto hacia ese sector. Además de fomentar el uso de la bicicleta como un modo de contribuir a la salud, el desarrollo físico y el cuidado del medio ambiente.	Artículo 102 del Reglamento Interior del Poder Ejecutivo y de la Administración Pública de la Ciudad de México	Procedente. Este Consejo General considera que las campañas reúnen los parámetros suficientes para ser consideradas como aquellas que pueden transmitirse en periodos de campañas electorales y hasta la conclusión de la respectiva Jornada Electoral, ya que se estima es de vital importancia que la sociedad tenga conocimiento de los derechos y obligaciones que las normas otorgan a los ciclista y a los conductores de un automóvil, con la finalidad de que exista sana convivencia y se genere una cultura de respeto y cumplimiento a las normas. Además de fomentar el uso de la bicicleta como un modo de contribuir a la salud, el desarrollo físico y al cuidado del medio ambiente. Así, dicha campaña tiene una	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
<p>Coordinación General de Comunicación Ciudadana, "COVID-19: Diversas atenciones por COVID-19", con vigencia del 01 de abril al 30 de junio</p>	<p>Fortalecer el llamado a seguir las medidas sanitarias para controlar la propagación de la Covid-19 mientras se lleva a cabo el Programa Nacional de Vacunación, lo cual evita una saturación en la red hospitalaria en la Ciudad de México.</p>	<p>Artículo 102 del Reglamento Interior del Poder Ejecutivo y de la Administración Pública de la Ciudad de México</p>	<p>naturaleza educativa y de salud, a partir del concepto integral que en torno a la educación y salud que proporcionan los artículos 3° y 4° de la CPEUM</p> <p>Procedente. La campaña tiene como finalidad informar a la población de las modificaciones al semáforo epidemiológico por COVID-19, cuestión que determina las medidas y protocolos de salud y protección civil que las autoridades estiman se deben aplicar. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.</p>	<p>INE/CG109/2021</p>
<p>Coordinación General de Comunicación Ciudadana, "Nuevo ingreso a educación media superior y superior 2021-2022", con vigencia del 16 de mayo al 16 de junio</p>	<p>Garantizar el derecho a la educación de las y los jóvenes que habitan en la Ciudad de México, al apoyarlos con una orientación vocacional para que puedan elegir el centro educativo que se adecúe a sus intereses profesionales. Con ello, se abate el rezago educativo que hay en las zonas donde el acceso a la educación es limitado.</p>	<p>Artículo 102 del Reglamento Interior del Poder Ejecutivo y de la Administración Pública de la Ciudad de México</p>	<p>Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas que tienen como finalidad coadyuvar a que los jóvenes tomen la mejor decisión sobre qué estudiar y qué sistema elegir, conozcan la mecánica de ingreso a la preparatoria o universidad a la que les gustaría asistir, fechas de exámenes, requisitos, etc. Así, dado que la educación es un concepto global que abarca no solo la educación impartida como ejercicio de la actividad docente, sino también medios, prevenciones, programas y propósitos, como lo son las campañas de inscripción escolar, que buscan incentivar la educación formal en la Ciudad de México</p>	<p>CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021</p>

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
<p>Coordinación General de Comunicación Ciudadana, "Macro simulacro", con vigencia del 01 de mayo al 31 de mayo</p>	<p>Fortalecer los protocolos en materia de protección civil, así como hacer conciencia en la población de la importancia que tiene el conocer las medidas de seguridad que se deben seguir durante un sismo.</p>	<p>Artículo 102 del Reglamento Interior del Poder Ejecutivo y de la Administración Pública de la Ciudad de México</p>	<p>Procedente. Protección civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona la protección y la asistencia a los ciudadanos ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y el entorno en el que vive.</p> <p>En ese sentido, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud, esto es, el derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana.</p> <p>La acción en materia de prevención de sismos comprende el fomento de programas de orientación a la población. Lo anterior tiene una evidente finalidad de protección civil en caso de presentarse alguna situación de emergencia, por lo cual resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de protección civil y salud, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de sismos.</p>	<p>INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021</p>
<p>Coordinación General de Comunicación Ciudadana, "El reto es (seguridad hídrica)", con vigencia del 01 de abril al 30 de junio</p>	<p>Impulsar una cultura del cuidado del agua, a fin de que se haga uso eficiente de este líquido, así como reforzar en la población que el agua es un recurso vital, escaso, finito y vulnerable.</p>	<p>Artículo 102 del Reglamento Interior del Poder Ejecutivo y de la Administración Pública de la Ciudad de México</p>	<p>Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas al cuidado y buen uso del agua, ya que estas actividades corresponden a la educación informal y contribuyen a generar y/o modificar hábitos y patrones de conducta en beneficio de la ciudadanía. Además, esta autoridad considera que dicha campaña, cuyo propósito es fomentar una cultura del cuidado del agua, coadyuva a la educación.</p> <p>En efecto, la campaña "El reto es (seguridad hídrica)", debe de exceptuarse de la prohibición</p>	<p>CG75-2012, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017 e INE/CG172/2018</p>

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			establecida constitucionalmente de transmitir propaganda gubernamental, pues se trata de mensajes meramente informativos con fines educativos tendientes a fortalecer la cultura del buen uso del agua.	

79. Ayuntamiento de Hueyotlipan, Tlaxcala.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Gobierno Municipal de Hueyotlipan, "Incendios", con vigencia del 05 de marzo al 05 de mayo	Concientizar al municipio y sus comunidades en materia de incendios		Procedente. La campaña brinda información que permitirá dar a conocer a la población en general la importancia de prevenir y reportar los incendios forestales, por lo que tiene como propósito crear consciencia sobre las causas más comunes por las que se generan incendios forestales causados accidentalmente por la acción humana. Al respecto este Consejo General del INE considera que, como en años anteriores, este tipo de campañas deberán ser de las consideradas dentro de las exceptuadas a la prohibición constitucional de difundir propaganda gubernamental durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral por su vinculación al concepto de educación.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG235/2020 e INE/CG109/2021
Gobierno Municipal de Hueyotlipan, "Medidas COVID (vacunación, sanitización y entrega de concentradores)", con vigencia del 05 de marzo al 05 de junio	Se dará a conocer diferentes fechas para la vacunación, fechas de sanitización y entrega de concentradores.		Procedente. Por lo que se refiere a la parte de la campaña relacionada con las fechas para la vacunación contra el COVID-19, este Consejo General considera que, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con el concepto de salud.</p> <p>Improcedente. Por lo que se refiere a la parte de la campaña relacionada con las fechas para realizar las sanitizaciones y entrega de concentradores, si bien las acciones guardan relación con el concepto de salud, no cumple con el criterio de generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso¹⁶⁶.</p> <p>En ese sentido, el Ayuntamiento de Hueyotlipan solo deberá publicitar las fechas para la vacunación contra COVID-19.</p>	
<p>Gobierno Municipal de Hueyotlipan, "Concientización Animal" con vigencia del 05 de marzo al 05 de junio</p>	<p>Concientizar al municipio y sus comunidades sobre el buen trato a los animales.</p>		<p>Procedente: El artículo 79, fracción VIII de la Ley General de Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente establece el fomento del trato digno y respetuoso a las especies animales, con el propósito de evitar la crueldad en contra de estas.</p> <p>En ese sentido esta campaña se considera dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales durante los periodos de campaña que se lleven a cabo en los procedimientos electorales, en razón de que se encuentra relacionada con el concepto de educación ya que enseña a las personas sobre el derecho a la protección animal.</p>	

¹⁶⁶ Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los **programas sociales** durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Gobierno Municipal de Hueyotlipan, "Cursos y Talleres" con vigencia del 05 de marzo al 05 de mayo	Se transmitirán cursos y talleres educativos a través de la plataforma para fomento educativo.		Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino una determinada plataforma que no se especifica como tal.	

80. Gobierno del estado de Baja California.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Secretaría de Educación de Baja California/ Coordinación de Comunicación Social y Relaciones Públicas, "Creación de la Universidad Intercultural en San Quintín", con vigencia de abril de 2021 a junio 2021	Difusión a la comunidad educativa y comunidad en general de la oferta educativa, procesos de inscripción, fechas y requisitos para el ingreso a la Universidad Intercultural.	Artículos 6, 114 y 115 de la Ley General de Educación de Baja California; 8, 9 y 21 de la Ley Orgánica de la Administración Pública de Baja California y 31 del Reglamento del Instituto de Servicios Educativos y Pedagógicos de Baja California.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a informar e incentivar la difusión educativa en todos sus aspectos. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional ya que, incentiva a la comunidad para que se siga preparando.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
Secretaría de Educación de Baja California/ Coordinación de Comunicación Social y Relaciones Públicas, "Difusión de actividades educativas en Baja California", con vigencia de abril de 2021 a junio 2021	Difundir a la comunidad educativa (docentes, alumnos, personal administrativo y padres de familia) y sociedad en general del qué hacer educativo: convocatorias, licitaciones, talleres, actividades, que se realizaran durante todo el ciclo escolar 2020-2021	Artículos 6, 114 y 115 de la Ley General de Educación de Baja California; 8, 9 y 21 de la Ley Orgánica de la Administración Pública de Baja California y 31 del Reglamento del Instituto de Servicios Educativos y Pedagógicos de Baja California.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a informar de manera general sobre el qué hacer educativo. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
Secretaría de Educación de Baja California/ Coordinación de Comunicación Social y Relaciones	Difusión de la creación del Modelo Educativo para Baja California (misión, visión, objetivos y metas) a la comunidad educativa y sociedad en general.	Artículos 6, 114 y 115 de la Ley General de Educación de Baja California; 8, 9 y 21 de la Ley Orgánica de la Administración Pública de Baja California y 31	Improcedente. En atención a que el objetivo de esta campaña no se relaciona directamente con servicios educativos, y puede tener implicaciones en los temas que sean abordados en la contienda electoral, además de que su difusión no resulta	INE/CG172/2018,

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Públicas, del Modelo Educativo para Baja California”, con vigencia de abril de 2021 a junio 2021		del Reglamento del Instituto de Servicios Educativos y Pedagógicos de Baja California.	indispensable durante los periodos de campaña, reflexión y Jornada Electoral.	
Secretaría de Educación de Baja California/ Coordinación de Comunicación Social y Relaciones Públicas, “Proceso de ingreso a Educación Media Superior 2021”, con vigencia de abril de 2021 a junio 2021	Dar a conocer las fechas, requisitos e información general relacionada con el proceso de ingreso a Educación Media Superior.	Artículos 6, 114 y 115 de la Ley General de Educación de Baja California; 8, 9 y 21 de la Ley Orgánica de la Administración Pública de Baja California y 31 del Reglamento del Instituto de Servicios Educativos y Pedagógicos de Baja California.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas que tienen como finalidad brindar información pertinente para que los jóvenes puedan ingresar al nivel medio superior.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
Secretaría de Educación de Baja California/ Coordinación de Comunicación Social y Relaciones Públicas, “Regreso a clases en todos los niveles educativos: Protocolos, recomendaciones y estrategias”, con vigencia de abril de 2021 a junio 2021	Difundir a la comunidad educativa y a la comunidad en general los protocolos, recomendaciones y estrategias emitidas por las instancias competentes por el regreso a clases en todos los niveles educativos.	Artículos 6, 114 y 115 de la Ley General de Educación de Baja California; 8, 9 y 21 de la Ley Orgánica de la Administración Pública de Baja California y 31 del Reglamento del Instituto de Servicios Educativos y Pedagógicos de Baja California.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a informar de manera general con un enfoque educativo. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021

81. Gobierno del estado de Puebla.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Coordinación General de Comunicación y	Orientar a la ciudadanía sobre las vías para denunciar la violencia contra las mujeres y	Artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C de la	Procedente: La campaña tiene como objetivo la difusión de las acciones para combatir la violencia de género e	INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016,

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
<p>Agenda Digital del Gobierno de Puebla, "Seguridad para las mujeres", con vigencia del 19 de abril al 31 de mayo</p>	<p>promover la cultura de la denuncia, toda vez que la integridad de su salud física y psicológica puede atenderse a través de la aplicación Mujer Segura y con patrullas especializadas en violencia de género que resguardan su integridad ante alguna situación de riesgo o emergencia.</p>	<p>Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 209, numeral 1 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales; 21 de la Ley General de Comunicación Social, y 7, numeral 8 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral.</p>	<p>informar sobre las herramientas para proteger a las víctimas de este tipo de violencia, ya que permite a las mujeres conocer que cuentan con una vía de comunicación directa y especializada con las autoridades encargadas de brindarles apoyo, protección y orientación en el caso de sufrir violencia de género. Así, esta campaña puede ser considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.</p>	<p>INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021</p>
<p>Coordinación General de Comunicación y Agenda Digital del Gobierno de Puebla, "Acciones de prevención contra el COVID-19", con vigencia del 01 de abril al 31 de mayo</p>	<p>Reafirmar las medidas para prevenir y contener el número de contagios del virus SARS-CoV-2 (COVID-19) en la entidad.</p>	<p>Artículo 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; 21 de la Ley General de Comunicación Social, y 7, numeral 8 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral.</p>	<p>Procedente: La campaña tiene como finalidad mantener las medidas de prevención por COVID-19, como parte fundamental para garantizar la salud y la vida de la población. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.</p>	<p>INE/CG109/2021</p>
<p>Coordinación General de Comunicación y Agenda Digital del Gobierno de Puebla, "Puebla, el patrimonio de México", con vigencia del 01 de abril al 31 de mayo</p>	<p>Fomento a la cultura, a través del patrimonio histórico y cultural del estado de Puebla, brindando información a la población sobre los lugares y servicios con que cuenta en materia cultural e histórica la entidad.</p>	<p>Artículo 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; 21 de la Ley General de</p>	<p>Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que está relacionada con la difusión de lugares y servicios en materia cultural e histórica con el fin de promover la diversidad turística mexicana.</p>	<p>CG75-2012, CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG245/2019 e INE/CG109/2021</p>

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
		Comunicación Social, y 7, numeral 8 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral.		
Coordinación General de Comunicación y Agenda Digital del Gobierno de Puebla, "Prevención y atención de incendios forestales", con vigencia del 07 de abril al 26 de mayo	Prevenir y combatir incendios forestales y evitar tragedias naturales por causa de negligencia o de acciones dolosas.	Artículo 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; 21 de la Ley General de Comunicación Social, y 7, numeral 8 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral.	Procedente: La campaña brinda información que permitirá dar a conocer a la población en general la importancia de prevenir y reportar los incendios forestales, por lo que tiene como propósito crear consciencia sobre las causas más comunes por las que se generan incendios forestales causados accidentalmente por la acción humana. Al respecto este Consejo General del INE considera que, como en años anteriores, este tipo de campañas deberán ser de las consideradas dentro de las exceptuadas a la prohibición constitucional de difundir propaganda gubernamental durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral por su vinculación al concepto de educación y protección civil.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG235/2020 e INE/CG109/2021

82. Ayuntamiento de Tampico, Tamaulipas.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
"Tampico una ciudad saludable"; 10 de marzo al 10 de junio de 2021.	Generar un entorno de participación ciudadana orientada al fortalecimiento de las medidas de protección sanitaria, con el fin de evitar contagios por COVID-19.		Procedente. La campaña tiene como finalidad informar a la población la situación actualizada que se vive por la pandemia por COVID-19, cuestión que determina las medidas y protocolos de salud y protección civil que las autoridades estiman se deben aplicar. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial	INE/CG109/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.	
“Educación compromiso de todos”; vigencia del 10 de marzo al 10 de junio de 2021.	Fortalecer la integración familiar en el contexto educativo bajo las condiciones de la nueva normalidad.		Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a concientizar a todos los miembros de una familia a que deben trabajar juntos para lograr que los niños logren el máximo aprovechamiento de las clases a distancia, ya que estas actividades corresponden a la educación informal y contribuyen a combatir el rezago educativo y a fortalecer la integración familiar, máxime cuando las relaciones familiares se han puesto a prueba como resultado de la pandemia por COVID-19.	

Alcaldía Iztapalapa, Ciudad de México

83. La campaña se denomina “Proceso de consulta pública respecto al panteón Culhuacán”, tiene como objetivo que las personas participen en el proceso de consulta respecto al destino y administración del panteón y va dirigido a las personas integrantes del pueblo originario de los Culhuacanes. Lo anterior, en cumplimiento a la sentencia de amparo dictada ante el juzgado sexto en materia administrativa de la ciudad de México.

Al respecto, de conformidad con el artículo 13 de la Ley de Derechos de los Pueblos y Barrios Originarios y Comunidades Indígenas residentes en la Ciudad de México las Alcaldías promoverán la participación de los pueblos, barrios y comunidades en los asuntos públicos de la demarcación territorial; Lo anterior está vinculada con el concepto de educación para el ejercicio de los derechos y obligaciones de participación ciudadana, por lo que la solicitud resulta **procedente** y se considera pertinente de exceptuar la presente campaña. Lo anterior, en virtud de que resulta necesaria su difusión para lograr la participación del pueblo originario de Culhuacán. Aunado a que la

sentencia de amparo referida en el formulario establece que las autoridades de Iztapalapa debieron informar a todos los integrantes del pueblo originario de Culhuacán, antes de y durante la consulta, sobre la naturaleza y consecuencias del proyecto, así como de los posibles riesgos, incluidos los riesgos legales, ambientales y de salubridad.

Ahora bien, con independencia de lo anterior, la difusión se debe ceñir al periodo de difusión que disponga la autoridad competente de conformidad con la fecha en la que se realice la consulta.

- 84.** La propaganda gubernamental no podrá 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.

- 85.** Aún sin mediar la solicitud prevista en el Acuerdo INE/CG03/2017, la difusión de propaganda gubernamental de los poderes federales, estatales o municipales y cualquier otro ente público estará permitida siempre y cuando se ajuste a los criterios jurisdiccionales, administrativos o en su caso las normas reglamentarias emitidas por este Consejo General.

En ese sentido, respecto a las solicitudes del Ayuntamiento de Tenango del Valle y el Ayuntamiento de Morelos, ambos del Estado de México, este Consejo General estima que no puede dar autorización a la solicitud hecha de manera genérica por toda su propaganda gubernamental relativa a las acciones, apoyos y programas para fortalecer, mejorar y contribuir a dignificar las condiciones de vida de la población, sin detallar alguna campaña en específico, sin embargo, se les informa que como se dijo en el párrafo anterior la difusión de propaganda gubernamental estará permitida siempre y cuando se ajuste a los criterios jurisdiccionales, administrativos o en su caso las normas reglamentarias emitidas por este Consejo General.

86. Cualquier contravención a lo señalado en el presente instrumento se procederá conforme al Libro Octavo de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.
87. Ahora bien, en el Acuerdo INE/CG03/2017 se detallaron los conceptos jurisdiccionales y criterios administrativos, así como el procedimiento para la recepción de solicitudes, plazos y el formulario que deberá acompañar a las mismas. En ese sentido, la fecha límite para la recepción de solicitudes fue el pasado cinco de marzo, por lo que cualquier solicitud extemporánea será desechada por la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos bajo dicha causal, no obstante, a efecto de claridad y certeza, se mencionan aquellas solicitudes que se recibieron posterior a la fecha límite y que por tanto no se realizará el análisis a la luz de los criterios de necesidad, importancia, temporalidad, generalidad y de fundamentación y motivación que complementan las interpretaciones realizadas por la Sala Superior y de este Instituto.

Lo anterior; sin embargo, de conformidad con el artículo 21, fracción IV de la Ley General de Comunicación Social, no implica que solo las campañas autorizadas por este Consejo General mediante el presente Acuerdo son las únicas que podrán difundirse.

Las campañas que comprenden las solicitudes recibidas de manera extemporánea son las siguientes:

Dependencia	Campañas	Fecha en que se recibieron
Alcaldía Iztapalapa, Ciudad de México	"Iztapalapa la más cultural y educativa"	08 de marzo de 2021
	"Reto cero contagios Iztapalapa"	
	"Semana Santa en Iztapalapa 2021"	
	"Unidos contra los incendios en áreas verdes"	
	"Programa emergente de abasto de agua potable"	
	"Aguas con las lluvias"	
	"Con drenaje limpio nos preparamos para las lluvias"	
	"Iztapalapa la más preventiva"	
	"Iztapalapa la más deportiva y recreativa"	
	"Cero contagios en fiestas patronales, carnavales y Semana Santa"	
Ayuntamiento de Santa Catarina Ayometla, Tlaxcala	"Pago de Agua Potable"	08 de marzo de 2021
	"Pago de Adultos Mayores"	

Dependencia	Campañas	Fecha en que se recibieron
	"Coronavirus COVT-19"	
Dirección de Comunicación Social del H. Ayuntamiento de Puerto Vallarta, Jalisco	Recomendaciones Preventivas de Protección Civil y Seguridad por Temporada de Lluvias La Contingencia no ha terminado, fuera de casa usa cubre bocas ¡Aguas! El Dengue está en Casa Cultura del Agua Temporada de Huracanes	09 de marzo de 2021
Unidad de Ambientes de Paz del Ayuntamiento de Toluca, Estado de México	"Cuidado de la Salud Mental y Emocional"	09 de marzo de 2021
Dirección General de Seguridad Pública de Toluca, Estado de México	"Impartir pláticas que fomenten la participación ciudadana y la prevención social del delito." "Impartir pláticas que favorezcan el buen uso del número Nacional 911." "Implementar medidas de prevención." "Instrumentar el programa Mujer Activa." "Coordinar el programa semana de la prevención." "Realizar eventos con jóvenes del programa Vive la Vida Toluca" "Coordinar la Prevención Comunitaria en el Municipio" "Informar medidas de prevención en empresas y comercios." "Informar en redes sociales los acontecimientos más importantes de la Dirección General de Seguridad Pública" "Diseñar gráficos de convocatorias, campañas, flyers, y material de apoyo visual en general, para difundir los programas de la Dirección General de Seguridad Pública" "Impartir pláticas de cultura y educación vial en escuelas" "Impartir el taller Maneja bien y cuida a tu familia" "Impartir pláticas para la prevención en las comunidades sobre cultura y educación vial" "Impartir el programa Héroes de las Avenidas"	10 de marzo de 2021
Ayuntamiento de Tlalixcoyan, Veracruz	"Fumigación contra la proliferación del mosco transmisor del dengue, zika y Chikungunya" "Salud Visual" "Fumigación contra la proliferación del mosco transmisor del dengue, zika y Chikungunya, en las escuelas" "Retorno a la escuela de forma segura, generadas por la pandemia de COVID-19" "Dar a conocer hechos históricos que forman	10 de marzo de 2021

Dependencia	Campañas	Fecha en que se recibieron
	parte de nuestra historia” “Medidas preventivas y concientización sobre el COVID” “Incendios Forestales y Sequia” “Temporada de lluvias y ciclones tropicales” “Uso del casco” “Uso del cinturón de seguridad”	
Alcaldía Milpa Alta, Ciudad de México	“Aldea Digital” “Covid-19” “Porque yo amo a mi animal de compañía. Esterilizaciones masivas caninas y felinas” “Incendios Forestales” “Qué hacer en caso de sismo” “Recomendaciones ante la caída de ceniza” “Temporada de sequía y cuidado de los bosques” “un respiro para tu familia” “Violencia cero contra las mujeres”	17 de marzo de 2021
Secretaría del Trabajo y Previsión Social del Gobierno del estado de Hidalgo	“Alcances y Capacitación de la Reforma Laboral en Hidalgo”	23 de marzo de 2021
Coordinación Ejecutiva de Comunicación Social del Gobierno del estado de Sonora	“En los centros turísticos de Sonora vívela seguro”	23 de marzo de 2021
Consejero Jurídico del Poder Ejecutivo del estado de Colima	Consulta pública de los programas de mejora regulatoria de los trámites y servicios del Gobierno del Estado 2020-2021”	24 de marzo de 2021
Comisión Nacional para la Mejora Continua de la Educación.	“Consulta sobre la evaluación diagnóstica, formativa e integral al personal que ejerce funciones de docencia, dirección, supervisión y asesoría técnico-pedagógica”	29 de marzo de 2021
Ayuntamiento de Manzanillo, Colima	“Solicitud de agentes auxiliares de vialidad y seguridad temporales”	29 de marzo de 2021

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, párrafos primero y segundo, y 134, párrafos séptimo y octavo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 21 de la Ley General de Comunicación Social 1, numerales 1 y 2; 2, numeral 1, incisos b) y c); 29, numeral 1; 30, numeral 1, inciso i); 34, numeral 1, inciso a); 35, numeral 1; 44, numeral 1, incisos n), aa) y jj); 160, numerales 1 y 2; 162; 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 y 7, numerales 3, 8 y 11 del Reglamento de Radio y Televisión en

Materia Electoral, resulta procedente que este Consejo General del Instituto Nacional Electoral emita el presente:

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 y Federal 2020-2021, 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 General de Instituciones y Procedimientos Electorales; 21 de la Ley General de Comunicación Social, y 7, numeral 8 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral 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 impresos, tanto de los gobiernos de los estados, como de los municipios, 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 veintinueve de marzo en el caso de Campeche y del cuatro de abril para el resto de las entidades y hasta el seis de junio de dos mil veintiuno, 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 el Antecedente II 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.	Lotería Nacional	1. Si juegas, gana México, versiones 1) Imagen de Fusión, 2) Sorteos Tradicionales y 3) Sorteos Electrónicos; 2. "Acciones de ayuda por Lotería Nacional, versión Institucional"; 3. "Sorteos de Apoyos Especiales, versiones adecuadas al motivo de cada sorteo especial"; 4. "Ayuda desde los puntos de venta, versión impulso a nuestros puntos de venta físicos, electrónicos y nuevas máquinas de sorteos"; 5. "Juegos y Sorteos de Marcas Deportivas, versiones 1) Pronosports, 2) Progol y 3) Protouch", e 6. "Historias de Suerte y Esperanza, versión Historias de la Lotería Nacional apoyando a vendedores, compradores y causas benéficas".
2.	Comisión Nacional del Agua	"Protección a centros de población, versión Prevención Lluvias y Ciclones Tropicales 2021"
3.	Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado	"Prevención de Obesidad. Versión programa PPRESyO"
4.	Instituto Mexicano del Seguro Social	1. "Consejos PREVENIMSS", y 2. "IMSS Digital, versiones CHKT en línea y reporte especial".
5.	Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación	"Discriminas cuando...versión estereotipos y prejuicios".
6.	Secretaría de Energía	Campaña: "Horario de Verano" Versión: Inicio Fronterizo norte, vigencia: 08 de marzo al 14 de marzo Versión: Inicio resto de la República"
7.	Secretaría de Cultura	"Actividades y Servicios Culturales"
8.	Instituto Nacional de Antropología e Historia	"Difusión de la Cultura y del Patrimonio Antropológico e Histórico"
9.	Centro Nacional de la Transfusión Sanguínea	"Comparte vida, dona sangre";
10.	Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura	"Difusión de la Cultura y Patrimonio Artístico y Literario"
11.	Comisión Nacional Forestal	"Y tú, ¿qué puedes hacer?"
12.	Secretaría de Salud	1. "Alimentación saludable por amor a la vida", 2. "Vacunación contra COVID-19, versiones varias", y 3. "Salud Materna y COVID-19"
13.	Centro Cultural y Turístico de Tijuana	"Promoción de Bienes y Servicios Culturales"
14.	Senado de la República	1. "Legislación para la Seguridad. Versión 1: Salud", y 2. "Legislación para la Seguridad. Versión 2: Teletrabajo en Pandemia".
15.	Instituto Politécnico Nacional	1. "Carrera IPN ONCEK", y 2. "85 Aniversario IPN",

No.	Ente público	Propaganda
16.	Dirección de Ferias, Espectáculos y Paseos Turísticos de Durango	"Agenda de actividades de la Feria Nacional Durango"
17.	Secretaría de Hacienda y Crédito Público	"Declaración Anual e Informativa"
18.	Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA)	1. "Campo sano, bienestar para todos", y 2. "Viajero responsable, campo seguro"
19.	Consejo Nacional de Población	"Derechos sexuales y reproductivos entorno rural, versión ¡Yo decido! y ¡Yo exijo respeto!"
20.	Secretaría de Educación	"Prepa en línea Segunda Convocatoria"
21.	Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte (CONADE)	"Nacionales CONADE 2021"
22.	Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores	"Infonavit, el crédito es tuyo"
23.	Ayuntamiento de Texcoco, Estado de México	"Programa permanente de atención a emergencias sanitarias, catástrofes, siniestros y desastres naturales 2021"
24.	Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI)	"Campaña institucional 2021. Versiones: spot 1 y spot 2"
25.	Ayuntamiento de Coacalco, Estado de México	"Información sobre la prevención y mitigación del virus Covid-19"
26.	Fiscalía General de la República (FGR)	"¿Has visto a...?"
27.	Fondo de Vivienda del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (FOVISSSTE)	"Educando para tu casa"
28.	Ayuntamiento de Zapopan, Jalisco	1. "Contra incendios", y 2. "Resistiremos una vez más"
29.	Comunicación Social del Gobierno del estado de Morelos	"Morelos cerca de ti 80% de descuento en ciertos hoteles"
30.	Ayuntamiento de Tlaxcala, Tlaxcala	"Negocio Seguro"
31.	Unidad de Comunicación Social y Atención Ciudadana del Poder del estado de Querétaro	1. "Cultura de la discapacidad"; 2. "Semana de la gente" 3. "Incendios Forestales" 4. "Difusión de opciones universitarias y actividades"; 5. "Programación de eventos culturales y educativos"; 6. "Inscripciones"; 7. "Aprende en casa"; 8. "Erradicación de la violencia familiar"; 9. "Viaja centro México. Viaja en corto"; 10. "Querétaro es de otro mundo"; 11. "Caminos de Querétaro Gastrofest"; 12. "Querétaro te pone de buenas"; 13. "Un Querétaro Sano. Haz ejercicio y aliméntate sanamente"; 14. "Medidas sanitarias en transporte público"; 15. "Servicios preventivos permanentes"; 16. "Protección de la mujer ante hechos de violencia de género"; 17. "Medidas sanitarias dentro del aeropuerto por Covid"; 18. "Promoción de la denuncia"; 19. "Auxilio y seguridad vial"; 20. "Prevención del delito"; 21. "Plataforma www.apoyo-psicologico.mx ";

No.	Ente público	Propaganda
		22. "Agenda cultural"; 23. "Cultura del agua"; 24. "Temporada de calor"; 25. "Prevención y control de enfermedades"; 26. "Estilos de vida saludables"; 27. "Donación de órganos y tejidos, sangre"; 28. "Dengue", y 29. "COVID-19".
32.	Ayuntamiento de Ajalpan, Puebla	1. "Programa de Prevención contra incendios forestales"; 2. "Campaña de vacunación felina y canina", y 3. "Unidos contra COVID-19".
33.	Instituto Municipal de Cultura, Turismo y Arte de Mazatlán	1. "Distribución de información sobre la oferta educativa del Centro Municipal de Artes de Mazatlán", y 2. Distribución de información sobre eventos culturales".
34.	Secretaría de Seguridad Pública, Tránsito Municipal y Protección Civil de Mazatlán	"Distribución de información relevante de hechos diarios"
35.	Ayuntamiento de Banderilla, Veracruz	1. "Medidas mitigación contra Covid-19", y 2. "Campaña permanente de acciones y medidas de mitigación y vacunación contra el dengue, zika y chikungunya".
36.	Alcaldía de Tlalpan	1. "Lotería de la Adicciones"; 2. "Tlalpan se protege"; 3. "Salud y Bienestar"; 4. "Juntos por la salud mental"; 5. "Mujeres unidas"; 6. "La prevención comienza en casa", y 7. "Disfrutemos Tlalpan".
37.	Ayuntamiento de Xalapa, Veracruz. Subdirección de Salud Municipal de Xalapa, Veracruz	1. "Prevención y contención de la enfermedad Covid-19 en el municipio de Xalapa"; 2. "Campaña de apoyo a la vacunación contra la Covid-19", y 3. "Campaña permanente contra el Dengue".
38.	Ayuntamiento de Xalapa, Veracruz. Dirección Municipal de Protección Civil de Xalapa, Veracruz	1. "Campaña de Información y Prevención de Incendios Forestales (pastizales)", y 2. "Temporada de Lluvias: campaña de información y prevención de inundaciones y encharcamientos".
39.	Dirección de Protección Civil y Zonas de Alto Riesgo de la Alcaldía Álvaro Obregón de la Ciudad de México	1. "Programa de Lluvias en la Alcaldía Álvaro Obregón"; 2. "Programa pandemia en la Alcaldía Álvaro Obregón"; 3. "Programa de Estiaje Alcaldía Álvaro Obregón", y 4. "Programa de sismos en la Alcaldía Álvaro Obregón".
40.	Ayuntamiento de San Pedro Tlaquepaque, Jalisco.	1. "Campaña de estiaje prevención de incendios"; 2. "Medidas preventivas COVID-19"; 3. "Temporadas de lluvias (prevención)", y 4. "Combate al dengue".
41.	Coordinación Municipal de Protección Civil y Bomberos del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Temporada de Huracanes y Ciclones Tropicales 2021"
42.	Secretaría de Seguridad Pública, Tránsito y Vialidad Municipal del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Vialidad y Seguridad"
43.	Secretaría de Desarrollo Social del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Mi doctor"
44.	Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Oaxaca	"Campaña de promoción turística del Estado de Oaxaca".

No.	Ente público	Propaganda
45.	Dirección de Prevención y Promoción de la Salud del Gobierno del estado de Oaxaca	1. "Saneamiento básico"; 2. "Dengue, Zika y Chikungunya", y 3. "Alimentación infantil y cuidado de la salud".
46.	Secretaría de Justicia y Derechos Humanos del Gobierno del Estado de México	"Caravanas por la Justicia cotidiana través de redes sociales"
47.	Secretaría de Cultura y Turismo del Estado de México y el Centro Cultural Mexiquense Bicentenario, Texcoco	1. "Festival de Arte Urbano"; 2. "La risa se viste de gala"; 3. "Centro Cultural Mexiquense Bicentenario"; 4. "Exposición Temporal "Pluralidad", y 5. "Taller con temática cinematográfica".
48.	Secretaría de Cultura y Turismo del Estado de México y el Consejo Editorial de la Administración Pública Estatal (CEAPE)	1. "Publicación de presentaciones de libros del Fondo Editorial del Estado de México, Novedades Editoriales y acervo del CEAPE, Libros a fondo"; 2. "Publicación de la Convocatoria: Certamen Internacional de Literatura Laura Méndez de Cuenca", y 3. "Publicación de la Convocatoria: Certamen Internacional de Literatura Infantil y Juvenil FOEM".
49.	Secretaría de Cultura y Turismo del Estado de México y la Cineteca Mexiquense	1. "Campaña permanente de difusión de cartelera"; 2. "Cápsulas de recomendación (una por semana)"; 3. "Cine musicalizado en vivo", y 4. "Conversatorio con un cineasta mexicano".
50.	Secretaría de Cultura y Turismo y el Conservatorio de Música, ambos del Estado de México	"Conversatorios de la serie #COMEMtando entre música y artes de #CulturaYDeporteEnUnClick 3.0, que se publican los días lunes 3, 10, 17, 24 y 31 de mayo"
51.	Secretaría de Cultura y Turismo del Estado de México y la Dirección General de Cultura Física y Deporte	1. "Copas EDOMÉX edición 2020"; 2. "Rodada ciclista Edomex", y 3. "Semana nacional de la cultura física y el deporte".
52.	Secretaría de Cultura y Turismo y la Dirección General de la Orquesta Sinfónica, ambas del Estado de México	1. "Temporada 1. Coro de la OSEM"; 2. "Temporada 7. Orquesta filarmónica mexiquense", y 3. "Temporada 144. Orquesta filarmónica del estado de México".
53.	Secretaría de Cultura y Turismo del Estado de México y la Dirección General de Patrimonio y Servicios Culturales	1. "Convocatoria Castálida literatura expresión visual"; 2. "Día internacional de los museos 2021"; 3. "Conferencia- Escuela del Rebozo Tenancingo"; 4. "Humo Copal- Exposición en el Museo Arqueológico del Estado de México Román Piña Chan"; 5. "Exposición Lola Benton - Valle de Bravo"; 6. "Otrredades, última versión"; 7. "La quietud de lo efímero- a cargo de la artista Larissa Barrera", y 8. "Exposición sutilezas del lenguaje".
54.	Secretaría de Cultura y Turismo y el Instituto de Investigación y Fomento de las Artesanías, ambos del Estado de México	"Cursos y capacitaciones"
55.	Secretaría de Cultura y Turismo del Estado de México y la Coordinación de Estudios y Proyectos Especiales	"Cultura, Deporte y Turismo en un click 3.0"
56.	Secretaría de Desarrollo Económico. Instituto Mexiquense del Emprendedor	1. "#Lunesemprendedor"; 2. "Jornadas de digitalización para MIPYMES"; 3. "Emprendimiento Familiar";
57.	Secretaría de Desarrollo Económico Dirección General de Comercio del Estado de México	1. "Asesoría comercial y desarrollo del producto"; 2. "Curso de apoyo al comercio tradicional", y 3. "#YoConsumoLocal".
58.	Secretaría del Trabajo del Estado de México	"Inscripciones abiertas en la EDAYO. Trimestre mayo-julio";

No.	Ente público	Propaganda
59.	Secretaría de Salud del Estado de México	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Donación de leche materna"; 2. "Efemérides Salud"; 3. "Elige Salud no Tabaco"; 4. "Estrategia de vacunación COVID-19"; 5. "Monitoreo preventivo de contagios por COVID-19"; 6. "Salud Mental y Alimentación"; 7. "Temporada de calor", y 8. "Temporada de lluvias".
60.	Secretaría de las Mujeres del Estado de México	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Campaña de difusión del Atlas de Género del Estado de México"; 2. "Campaña sobre salud sexual y derechos reproductivos de niñas y mujeres mexiquenses"; 3. "Castigo Corporal, Sin violencia se educa mejor"; 4. "Centros de desarrollo en masculinidades"; 5. "Centros naranjas de atención a mujeres víctimas de violencia"; 6. "Conoce tus derechos"; 7. "Derechos humanos de las niñas y mujeres mexiquenses"; 8. "Difusión de los 25 Centros para el Desarrollo de las Mujeres (CDM) en el Estado de México"; 9. "Encuentros y debates sobre buenas prácticas en la atención a mujeres con discapacidad"; 10. "Espacio Naranja, espacio seguro"; 11. "Estrategia de capacitación en escuelas"; 12. "Guía como lograr una contingencia exitosa en familia"; 13. "Línea contra la trata"; 14. "Línea Hombre a Hombre 1"; 15. "Prevención del abuso sexual infantil"; 16. "Red de refugios para Víctimas de Violencia"; 17. "Trabajo Infantil, es Interés de Todos"; 18. "Unidad para la atención del acoso y hostigamiento laboral"; 19. "Video del mes de abril, dirigido a niñas, niños y adolescentes conmemorando el Día de la Niñez"; 20. "Video del mes de junio dirigido a la población mexiquense conmemorando el mes de la diversidad sexual", y 21. "Video del mes de junio dirigido a mujeres conmemorando el día de la madre de la secretaria de la mujer".
61.	Secretaría de Educación del Estado de México	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Campaña de difusión UPA 2021"; 2. "Campañas de concientización TESCO Libre de plástico de un solo uso/ TESCO libre de humo de Tabaco/Ahorro y uso eficiente de la Energía"; 3. "Convocatoria de nuevo ingreso al TESCO semestre 2021-2"; 4. "Convocatoria de nuevo ingreso y selección en las IES de SEIEM, ciclo escolar 2021 2022"; 5. "Convocatoria para ingreso a posgrados"; 6. "Difusión de la segunda convocatoria de ingreso UMB 2021"; 7. "Difusión de oferta educativa 2021- 2022 en video", y 8. "Ingreso al ciclo escolar 2021-2022".
62.	Secretaría de Finanzas e Instituto de Seguridad Social del Estado de México	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Prevención de enfermedades y promoción de la salud", y 2. Trámites y Servicios".
63.	Secretaría de Finanzas e Instituto Hacendario del Estado de México,	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Difusión y Promoción de la maestría en Hacienda Pública", y 2. "Difusión de Diplomados 2021 y 7 Cursos".
64.	Secretaría de Desarrollo Social del Estado de México	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Conferencias del Instituto Mexiquense de la Juventud, y 2. "Conferencias virtuales de prevención de la violencia".
65.	Secretaría General de Gobierno del Estado	"Incendios forestales, temporada de lluvias, actividad Popocatépetl, vientos

No.	Ente público	Propaganda
	de México	fuertes, sismos, mochila de emergencia, simulacros, temporada invernal”
66.	Secretaría de la Contraloría del Estado de México	“Declaración de Modificación Patrimonial, actualización de Declaración de Intereses y Constancia de presentación de Declaración Fiscal”
67.	Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del Estado de México (DIFEM)	1. “Campaña, Únete Día Naranja”, y 2. “Publicaciones Efemérides”.
68.	Secretaría del Campo del Estado de México	“Campaña de incendios forestales 2021”
69.	Secretaría de Movilidad del Estado de México	1. “Prevención con sanitización en el transporte público para evitar la propagación del COVID-19”, y 2. “Trámites en línea para Transporte público y vehicular”.
70.	Dirección General de Comunicación Social del estado de Nayarit	1. Inscripciones UPEN”; 2. “Inscripciones UT NAY”; 3. “Inscripciones UT de Mazatán”; 4. “911- Número de emergencias”; 5. “Prevención de incendios forestales”; 6. “Prevención de accidentes (viales)”; 7. “Prevención inicio temporada de lluvias”; 8. “No bajas la guardia”, y 9. “Sin criaderos no hay mosquitos”.
71.	Protección Civil del Gobierno del estado de Tamaulipas	“Ángeles Azules”
72.	Secretaría de Educación del Gobierno del estado de Tamaulipas	1. “Creciendo juntos”.
73.	Secretaría de Salud del Gobierno del estado de Tamaulipas	1. “Protocolo de playas ante pandemia por coronavirus”; 2. “Línea de apoyo ante COVID-19”; 3. “Salud integral niños y adolescentes”, y 4. “Salud mental”.
74.	Secretaría de Seguridad del Gobierno del estado de Tamaulipas	“Línea de emergencia 911”.
75.	Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Tamaulipas	1. Semana Santa 2021”; 2. “Verano 2021”; 3. “Conoce TAM”; 4. “Campaña SaniTamPro”; 5. “Cierre de playas”; 6. “Aplicación Compra Tam”, y 7. “Reserva de playas”.
76.	Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia de Matamoros, Tamaulipas	“Inscripciones al servicio de guardería y preescolar en centro asistencial de desarrollo infantil”
77.	Secretaría de Salud Pública Municipal de Matamoros, Tamaulipas	“Juntos luchemos contra el dengue”
78.	DIF municipal de Playas de Rosarito, Baja California	“Talleres psicoeducativos para niños y adolescentes”
79.	Secretaría de Educación del estado de Zacatecas	1. “Proceso de admisión 2021-2022 al bachillerato General Militarizado”; 2. “Participación en el Concurso Nacional de Expresión Literaria sobre los símbolos patrios”; 3. “Sigamos aprendiendo en el hospital”; 4. “Dejando huella en la educación”; 5. “Participación en procesos de formación, capacitación y actualización de las diferentes figuras educativas”; 6. “Día del estudiante”; 7. “Concurso “Ruta de la Independencia”; 8. “Olimpiada del Conocimiento”;

No.	Ente público	Propaganda
		<ol style="list-style-type: none"> 9. "Concurso "La niña, el niño y la mar"; 10. "Concurso "Ruta de la independencia. Fase regional"; 11. "Concurso Nacional de Expresión Literaria "La juventud y la mar", y 12. "Olimpiada del Conocimiento. Fase regional".
80.	Secretaría de Seguridad Pública del estado de Zacatecas	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Bachillerato General Policial". 2. "Espacio Virtual", y 3. "Jornada de prevención de delitos como: extorsión, secuestro y delitos que puedan afectar directamente a madres de familia".
81.	Fiscalía General de Justicia del estado de Zacatecas	"Aprende y diviértete con seguridad".
82.	Universidad Tecnológica de Zacatecas	"Inscripciones a la Universidad Tecnológica de Zacatecas".
83.	Colegio de Bachilleres del Estado de Zacatecas	"Cierre de inscripciones para el Colegio de Bachilleres del Estado de Zacatecas".
84.	Dirección de Policía de Seguridad Vial del estado de Zacatecas	<ol style="list-style-type: none"> 1. "El alcoholímetro salva vidas"; 2. "Todos somos peatones", y 3. Centro cívico de sanciones administrativas".
85.	Instituto Zacatecano de Cultura Ramón López Velarde	<ol style="list-style-type: none"> 1. "35 Festival Cultural zacatecas 2021"; 2. "17 Jornadas Candelario Huizar 2021 y entrega de la Medalla al Mérito Musical"; 3. "15 Aniversario de la Fototeca de Zacatecas Pedro Valtierra"; 4. "Programa ¡Vive la Ciudad"; 5. "16 Festival Cultural de la Diversidad Sexual 2021"; 6. "21 Feria nacional del Libro 2021"; 7. "24 Jornadas Lopezvelardeanas y Premio Iberoamericano "Ramón López Velarde"; 8. "8 Festival del Corrido a Don Antonio Aguilar"; 9. "24 Festival Zacatecas del Folclor Internacional", y 10. "Centenario de la muerte de Ramón López Velarde".
86.	Secretaria de Salud del estado de Zacatecas	<ol style="list-style-type: none"> 1. "La pandemia sigue"; 2. "Estilos de vida saludable"; 3. "Prevención de embarazos"; 4. "Juntos sin adicciones"; 5. "Programa de Violencia Familiar y de Género"; 6. "Prevención de la obesidad, diabetes e hipertensión", y 7. "Covid 19/Vacunación Covid-19".
87.	Consejo Zacatecano de Ciencia, Tecnología e Innovación	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Exposición temporal en el Zigzag"; 2. "Taller para interesados en obtener una beca CONACYT al extranjero"; 3. "InnovaHack at Home 2021"; 4. "Curso habilidades STEAM II"; 5. "Desafío Rubik"; 6. "Curso capacitación para Icbaticz"; 7. "Día internacional del museo"; 8. "Presentación de resultados de proyectos LABSOL enero-mayo 2021"; 9. "Coloquio Recreación en cadena", y 10. "Semana de nuevos talentos (SENUET)".
88.	Coordinación Estatal de Protección Civil del estado de Zacatecas	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Incendios Forestales"; 2. "Recomendaciones por temporada de lluvias", y 3. "Recomendaciones en balnearios, presas y bordos".
89.	Secretaría de Turismo del estado de Zacatecas	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Capital Americana de la Cultura"; 2. "Sello Safe Travels"; 3. "Museo Turismo de Reuniones", y 4. "Pacto Centro Occidente".

No.	Ente público	Propaganda
90.	Secretaría de Salud y Secretaría de las Mujeres del estado de Zacatecas	"Sin adicciones es mejor".
91.	Junta Intermunicipal de Agua Potable y Alcantarillado de Zacatecas	"Descarga MI JIAPAZ".
92.	Secretaría de la Función Pública del estado de Zacatecas	1. "Declaración de Situación Patrimonial", y 2. "Si lo ves, denúncialo".
93.	Subsecretaría de Prevención del Delito del estado de Zacatecas	1. "Por mi futuro"; 2. "Antes de dar vida", y 3. "Yo llevo vs la violencia de género".
94.	Secretaría General de Gobierno del estado de Zacatecas	1. "Efecto positivo vs las adicciones", y 2. "Cuelga vs la extorsión".
95.	Dirección de Servicios Médicos Municipales de Lagos de Moreno, Jalisco	"Fuerza laguense contra el COVID-19"
96.	Dirección de Educación de Lagos de Moreno, Jalisco	"Fomento a la educación local"
97.	Dirección de Protección Civil y Bomberos de Lagos de Moreno, Jalisco	"Acciones preventivas por impacto de agentes perturbadores o atención de servicios de emergencia"
98.	Ayuntamiento de Córdoba, Veracruz	1. "Acciones preventivas y ejecutivas de emergencia sanitaria 2021"; 2. "Actividades del mes de la mujer"; 3. "Actividades preventivas y ejecutivas ante el COVID-19"; 4. "Actividades preventivas y ejecutivas ante el dengue"; 5. "Adopta desde casa" 6. "Córdoba de historia e historias"; 7. "Difusión de derechos y obligaciones en Protección Civil"; 8. "Prevención e información sobre estiaje/huracanes"; 9. "Fundación de Córdoba"; 10. "Ingresar para brillar"; 11. "Inscripción a becas"; 12. "Jornadas de descacharrización"; 13. "Mapa de riesgos"; 14. "Plan familiar de protección civil"; 15. "Plataforma de atención ciudadana"; 16. "Prevención ante embarazo de niñas y adolescentes"; 17. "Salud y derechos de la mujer", y 18. "Vacunación contra el COVID-19".
99.	Dirección de Protección Civil y Bomberos de Puerto Vallarta, Jalisco	1. "Limpieza y desazolve de ríos, arroyos y canales"; 2. "Temporada de Estiaje (incendios forestales)", y 3. "Temporada de Lluvias y Ciclones Tropicales".
100.	Ayuntamiento de Tuxpan, Veracruz	1. "Concurso de oratoria nivel primaria alta y secundaria"; 2. "Concurso cuentacuentos nivel preescolar y primaria baja", y 3. "Concurso de dibujo nivel preescolar y primaria baja".
101.	Dirección de Cultura del Ayuntamiento de Tuxpan, Veracruz	1. "Presentación de libros"; 2. "Proyección de películas", y 3. "Círculos literarios".
102.	Dirección Municipal de Protección Civil y Bomberos del Ayuntamiento de Tuxpan, Veracruz	"Promoción de la educación, capacitación y comunicación social en temas de protección civil".
103.	Dirección de Comunicación de Naucalpan de Juárez, Estado de México	1. "Atención COVID Módulo Triage"; 2. "Consejos de nutrición y ejercicio en pandemia"; 3. "Cuidado de Adultos Mayores COVID-19"; 4. "Difusión del programa de vacunación COVID-19, en coordinación con el Gobierno de México";

No.	Ente público	Propaganda
		<ol style="list-style-type: none"> 5. "Elaboración de líquido desinfectante."; 6. "Fomento al uso de cubrebocas" 7. "Operativos de prevención COVID-19 en mercados"; 8. "Prevención en época de lluvias y avisos de contingencias"; 9. "Pruebas rápidas COVID-19"; 10. "Restricción de visitas a panteones por el día de las madres", y 11. "Restricciones semáforo epidemiológico".
104.	Ayuntamiento de Nezahualcóyotl y Coordinación General de Programas Sociales, Estado de México	"Mi vacuna Neza"
105.	Coordinación de Comunicación Social del Ayuntamiento de Nicolás Romero, Estado de México	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Botón de emergencias SISC NR y Red de alarmas vecinales"; 2. "Botón violeta mujer protegida"; 3. "Puerta violeta"; y 4. "Evita incendios forestales".
106.	Coordinación General de Comunicación en conjunto con Secretaría General de Gobierno y Protección Civil y Bomberos del estado de Jalisco	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Sin incendios, Jalisco respira", y 2. "¡Aguas Jalisco!".
107.	Coordinación General de Comunicación en conjunto con Secretaría de Seguridad y la Fiscalía del estado de Jalisco	Prevención de delitos, extorsiones y fraudes";
108.	Coordinación General de Comunicación en conjunto con la Secretaría de Salud de Jalisco	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Ante la pandemia, Jalisco se defiende", y 2. "¡Aguas! El dengue está en casa".
109.	Escudo urbano C5 del estado de Jalisco	"Uso responsable de la línea de Emergencias 911"
110.	Ayuntamiento de Toluca, Estado de México	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Jornadas nacionales de salud pública"; 2. "Campañas de salud de acuerdo a calendario de salud de la Organización Mundial de la Salud"; 3. "DIFundiendo valores", y 4. "Difusión de apertura de servicio de alfabetización y educación para los adultos DIF-INEA".
111.	Ayuntamiento de Centro Villahermosa, Tabasco	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Albergue para la atención de niñas, niños y adolescentes migrantes acompañados y no acompañados "Celia González"; 2. "Academias"; 3. "Clases virtuales CENDIS"; 4. "Programa de eventos culturales del municipio Centro, Tabasco"; 5. "Infografía para difusión de efemérides ambientales"; 6. "Regulación y control sanitario"; 7. "Unidad médica móvil para la mujer de Centro", y 8. "Fomento de programas de actividades deportivas y culturales en espacios educativos".
112.	Secretaría de Trabajo, Previsión Social y Productividad del estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Cursos ICATVER"; 2. "Subprograma capacitación para la empleabilidad"; 3. "VALPAR"; 4. "Vinculación Laboral: Talleres para buscadores de empleo"; 5. "Jornadas de conciliación permanentes"; 6. "El nuevo modelo del sistema de justicia laboral"; 7. "Cursos de capacitación en términos de previsión social y productividad"; 8. "Semana de la seguridad social", y 9. "Campaña permanente contra el trabajo infantil".
113.	Jefatura de Biblioteca del Municipio de	"Fomento a la lectura con niños y adultos"

No.	Ente público	Propaganda
	Tulancingo de Bravo, Hidalgo	
114.	Dirección de Cultura del Municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	1. "Talleres (canto, folklor, batería, guitarra, maquillaje)" 2. "Conciertos 2";
115.	Dirección de Educación del Municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Pláticas y/o conferencias de educación para la salud"
116.	Secretaría del Campo del Municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	1. "Sanidad vegetal"; 2. "Vacunación"; 3. Inocuidad en los productos cárnicos y lácteos"; 4. "Campaña para fomentar la eliminación de productos agroquímicos de alta residualidad"; 5. "Talleres de capacitación en manejo integral del hato ganadero", y 6. "Inocuidad en la producción hortícola".
117.	Dirección de Bomberos y Protección Civil de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Difusión de medidas preventivas en materia de protección civil por fenómenos afectables a la ciudadanía"
118.	Seguridad Pública de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Operativo cazadores de tormentas"
119.	Dirección de Movilidad y Transporte del Municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Campaña naranja"
120.	Dirección de Sanidad del Municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Adopción canina y felina"
121.	Secretaría de Desarrollo Humano y Social, y Dirección de Sanidad del Municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	1. "Medidas preventivas COVID-19"; 2. "Prevención para la mujer"; 3. "Prevención de enfermedades crónico-degenerativas"; 4. "Consejería en planificación familiar", y 5. "Prevención de enfermedades diarreicas".
122.	Unidad Básica de Rehabilitación de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	1. "Cursos taller de formación continua", y 2. "Servicio de atención psicológica y psicopedagógica para proteger la salud mental y mejorar las habilidades cognitivas de los estudiantes ante el regreso de clases presenciales".
123.	Secretaría de Turismo y Desarrollo de Pueblos Mágicos, Dirección de Comunicación y Subdirección de Mercadotecnia Digital del Gobierno de Coahuila de Zaragoza	"Haz Turismo en Coahuila"
124.	Secretaría de Turismo y Desarrollo de Pueblos Mágicos, Dirección de Comunicación y Dirección de Promoción del Gobierno de Coahuila de Zaragoza	1. "Campaña de semana santa"; 2. "Promoción de capacitación turística"; 3. "Vinos y dinos", y 4. "#TuristaResponsable".
125.	Coordinación General de Comunicación e Imagen del Gobierno de Coahuila de Zaragoza	1. "Centro regional de identificación humana"; 2. "Cuida tu chamba"; 3. "Hazlo por ti y hazlo por todos SALUD"; 4. "No vengas a casa, paisano"; 5. "Prevención de incendios PROTECCIÓN CIVIL"; 6. "Sé práctico", y 7. "Tú eres parte".
126.	Secretaría de Cultura del Gobierno de Coahuila de Zaragoza	1. "Convocatorias AIEC para actividades culturales", y 2. "Cultura contigo".
127.	Secretaría de Salud del Gobierno de Coahuila de Zaragoza	"Corriendo con salud por tu salud"
128.	Secretaría de Bienestar Social del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	1. "Líneas COVID-19"; 2. "Control y erradicación del mosquito y criaderos del vector de dengue, zika y chikungunya", y

No.	Ente público	Propaganda
		3. "Clínica de control animal y zoonosis".
129.	Secretaría de Educación, Cultura y Deporte del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Convocatoria mensual para ingresar a la preparatoria abierta";
130.	Dirección de Protección Civil y Bomberos del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	1. "Operativo carrusel"; 2. "Puestos de hidratación"; 3. "Aplicación de medidas de seguridad sanitaria"; 4. "Operativo migrante";
131.	Sistema para el desarrollo integral de la familia del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	1. "Aliméntate bien"; 2. "Psicología"
132.	Ayuntamiento de Guasave, Sinaloa	1. "Campaña de vacunación del COVID-19 en el Municipio de Guasave"; 2. "Acuerdos del Comité Municipal de Salud y del Consejo Ciudadano para mitigar los efectos del COVID-19 en el Municipio de Guasave", y 3. "Integración del Comité Municipal de Protección Civil del Municipio de Guasave, referente a la prevención de desastres naturales".
133.	Ayuntamiento de Santiago Tulantepec de Lugo Guerrero, Hidalgo	1. "Información contra COVID-19"; 2. "Cazadores de tormentas"; 3. "Prevención del delito"; 4. "Campaña descubre Santiago", y 5. "Campaña prevención y combate de incendios".
134.	Sistema de Transporte Colectivo de la Ciudad de México	1. "Atención al usuario y avisos sobre el servicio del sistema de transporte colectivo"; 2. "Prevención COVID-19", y 3. "Seguridad de las personas usuarias".
135.	Coordinación General de Comunicación Ciudadana de la Ciudad de México	1. "Actividades culturales en la Ciudad de México"; 2. "Contra la violencia de género y discriminación por género"; 3. "Derechos de los ciclistas"; 4. "COVID-19: Diversas atenciones por COVID-19"; 5. "Nuevo ingreso a educación media superior y superior 2021-2022"; 6. "Macro simulacro", y 7. "El reto es (seguridad hídrica)".
136.	Ayuntamiento de Hueyotlipan, Tlaxcala	1. Incendios"; 2. "Medidas COVID (vacunación, sanitización, entrega de concentradores)", solo por lo que hace a la vacunación, y 3. "Campaña de concientización animal".
137.	Gobierno del estado de Baja California	1. "Creación de la Universidad Intercultural en San Quintín"; 2. "Difusión de actividades educativas en Baja California"; 3. "Proceso de ingreso a Educación Media Superior 2021", y 4. "Regreso a clases en todos los niveles educativos: protocolos, recomendaciones y estrategias".
138.	Coordinación General de Comunicación y Agenda Digital del Gobierno de Puebla	1. "Acciones de Prevención contra el COVID-19"; 2. "Seguridad para las mujeres"; 3. "Prevención y Atención de Incendios Forestales", y 4. "Puebla el Patrimonio de México".
139.	Ayuntamiento de Tampico, Tamaulipas	1. "Tampico una ciudad saludable", y 2. Educación compromiso de todos".
140.	Alcaldía Iztapalapa, Ciudad de México	1. "Proceso de consulta pública respecto al panteón Culhuacán"

QUINTO.- La propaganda referida en el punto anterior deberá observar las reglas siguientes:

- a) Deberá 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.
- b) No podrá 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.
- c) 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.
- d) 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.

SEXTO.- Aún sin mediar la solicitud prevista en el Acuerdo INE/CG03/2017, la difusión de propaganda gubernamental de los poderes federales, estatales o municipales y cualquier otro ente público estará permitida siempre y cuando se ajuste a los criterios jurisdiccionales, administrativos o en su caso las normas reglamentarias emitidas por este Consejo General.

SÉPTIMO.- Cualquier contravención a lo señalado en presente instrumento, se procederá conforme al Libro Octavo de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.

OCTAVO.- 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.

NOVENO.- 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.

DÉCIMO.- El presente Acuerdo entrará en vigor a partir del cuatro de abril y concluirá su vigencia al día siguiente de la Jornada Electoral.

DÉCIMO PRIMERO.- 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 estatales, municipios y cualquier otro ente público.

DÉCIMO SEGUNDO.- Se instruye al Secretario Ejecutivo a que notifique, por conducto de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, el presente Acuerdo a los concesionarios de radio y televisión; a la Secretaría de Gobernación y, con auxilio de las Juntas Locales respectivas, a los gobiernos estatales de materia del presente Acuerdo, por su conducto a los gobiernos municipales y a los solicitantes.

DÉCIMO TERCERO.- Se faculta a la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos para que en caso de presentarse solicitudes extemporáneas adicionales a las señaladas en el presente Acuerdo, comunique su desechamiento por dicho supuesto a los poderes federales y estatales, así como a los municipios y cualquier otro ente público que hayan presentado dicha solicitud.

DÉCIMO CUARTO.- Se instruye al Secretario Ejecutivo para que, una vez finalizada la Jornada Electoral del Proceso Electoral Federal y los concurrentes locales 2020-2021, rinda un informe sobre el número de solicitudes desechadas por extemporaneidad, adicionales las señaladas en el presente Acuerdo.

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

El presente Acuerdo fue aprobado en lo general en sesión extraordinaria del Consejo General celebrada el 3 de abril de 2021, por votación unánime de los Consejeros Electorales, Maestra Norma Irene De La Cruz Magaña, Doctor Uuc-kib Espadas Ancona, Doctora Adriana Margarita Favela Herrera, Maestro José Martín Fernando Faz Mora, Carla Astrid Humphrey Jordán, Doctor Ciro Murayama Rendón, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas, Maestro Jaime Rivera Velázquez, Doctor José Roberto Ruiz Saldaña, Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez y del Consejero Presidente, Doctor Lorenzo Córdova Vianello.

Se aprobó en lo particular por lo que hace a las campañas solicitadas por la Dirección de Ferias, Espectáculos y Paseos Turísticos de Durango, titulada como agenda de actividades de la Feria Nacional Durango; del estado de Tamaulipas a través de la Secretaría de Turismo, denominada semana santa 2021; del estado de Zacatecas a través de la Dirección de Policía de Seguridad Vial que hace promoción para la realización de obra pública, así como la promoción de la Secretaría de Turismo del dicho estado que busca difundir la apertura del Museo Turismo de Reuniones; del Ayuntamiento de Córdoba Veracruz denominada, conexión educativa que busca dar a conocer a las y los estudiantes que pueden tener acceso a internet, así como equipos informáticos en bibliotecas y kioscos digitales municipales; por lo que hace a las campañas relacionadas con el tema del Covid-19; de las campañas de la alcaldía Álvaro Obregón de la Ciudad de México , la Secretaría de Salud del Gobierno del Estado de Tamaulipas, la Secretaría de Salud Pública Municipal de Ayuntamiento de Matamoros Tamaulipas, el sistema estatal para el desarrollo de la familia de Zacatecas, la del Ayuntamiento de Córdoba Veracruz, las del Ayuntamiento de Tuxpan, Veracruz, las solicitadas por la Coordinación de Comunicación Social del Ayuntamiento en Nicolás Romero del Estado de México y las del Ayuntamiento de Nuevo Laredo Tamaulipas, vinculadas con cuestiones de la pandemia y que buscan atenuar las consecuencias negativas de esta misma; en los términos del Proyecto de Acuerdo originalmente circulado, por ocho votos a favor de los Consejeros Electorales, Doctor Uuc-kib Espadas Ancona, Doctora Adriana Margarita Favela Herrera, Maestro José Martín Fernando Faz Mora, Carla Astrid Humphrey Jordán, Doctor Ciro Murayama Rendón, Maestro Jaime Rivera Velázquez, Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez y del Consejero Presidente, Doctor Lorenzo Córdoba Vianello, y tres votos en contra de los Consejeros Electorales, Maestra Norma Irene De La Cruz Magaña, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas y Doctor José Roberto Ruiz Saldaña.

Se aprobó en lo particular por lo que hace a las campañas de INFONAVIT, la referente al “El crédito es tuyo”; del FOVISSSTE lo relativo a “Educando para tu casa”; del turismo del estado de Morelos, que en la campaña “Morelos cerca de ti 80% de descuento en hoteles” y del estado de Querétaro de Turismo que se denomina “Viaja centro México. Viaja en corto”, en los términos del Proyecto de Acuerdo originalmente circulado, por nueve votos a favor de los Consejeros

Electores, Doctor Uuc-kib Espadas Ancona, Doctora Adriana Margarita Favela Herrera, Maestro José Martín Fernando Faz Mora, Carla Astrid Humphrey Jordán, Doctor Ciro Murayama Rendón, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas, Maestro Jaime Rivera Velázquez, Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez y del Consejero Presidente, Doctor Lorenzo Córdova Vianello, y dos votos en contra de los Consejeros Electorales, Maestra Norma Irene De La Cruz Magaña y Doctor José Roberto Ruiz Saldaña.

Se aprobó en lo particular por lo que hace a la referencia sobre la campaña de concientización de maltrato animal, en los términos del Proyecto de Acuerdo originalmente circulado, por siete votos a favor de los Consejeros Electorales, Doctor Uuc-kib Espadas Ancona, Maestro José Martín Fernando Faz Mora, Carla Astrid Humphrey Jordán, Doctor Ciro Murayama Rendón, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas, Doctor José Roberto Ruiz Saldaña y del Consejero Presidente, Doctor Lorenzo Córdova Vianello, y cuatro votos en contra de los Consejeros Electorales, Maestra Norma Irene De La Cruz Magaña, Doctora Adriana Margarita Favela Herrera, Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez y Maestro Jaime Rivera Velázquez.

**EL CONSEJERO PRESIDENTE DEL
CONSEJO GENERAL**

**EL SECRETARIO DEL
CONSEJO GENERAL**

**DR. LORENZO CÓRDOVA
VIANELLO**

**LIC. EDMUNDO JACOBO
MOLINA**