

INE/CG43/2022

ACUERDO DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL, MEDIANTE EL CUAL SE RESPONDE A LAS CONSULTAS PRESENTADAS AL AMPARO DEL DIVERSO INE/CG1717/2021 RELACIONADAS CON LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL DURANTE EL PROCESO DE REVOCACIÓN DE MANDATO

G L O S A R I O

CECUTT	Centro Cultural y Turístico de Tijuana
CENSIA	Centro Nacional para la Salud de la Infancia y la Adolescencia
CNTS	Centro Nacional de la Transfusión Sanguínea
Consejo General	Consejo General del Instituto Nacional Electoral
CFE	Comisión Federal de Electricidad
CONAFOR	Comisión Nacional Forestal
CPEUM/Constitución	Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
DEPPP	Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos
DOF	Diario Oficial de la Federación
Infonavit	Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores
INBAL	Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura
INE/Instituto	Instituto Nacional Electoral
INAH	Instituto Nacional de Antropología e Historia
INALI	Instituto Nacional de Lenguas Indígenas
IMSS	Instituto Mexicano del Seguro Social

IPN	Instituto Politécnico Nacional
ISSSTE	Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado
JGE	Junta General Ejecutiva del Instituto Nacional Electoral
LFRM	Ley Federal de Revocación de Mandato
LGCS	Ley General de Comunicación Social
LGIPE	Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales
LGPP	Ley General de Partidos Políticos
Lineamientos	Lineamientos para la organización de la Revocación de Mandato
OPL	Organismos Públicos Locales Electorales
PPN	Partidos Políticos Nacionales
Reglamento	Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral
Revocación de Mandato o RM	Revocación de Mandato del Presidente de la República electo para el periodo constitucional 2018-2024
Sala Superior	Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.
SCJN	Suprema Corte de Justicia de la Nación
SHCP	Secretaría de Hacienda y Crédito Público
SEGOB	Secretaría de Gobernación
SEMARNAT	Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales
SENER	Secretaría de Energía

ANTECEDENTES

- I. **Acuerdos sobre normas reglamentarias relativas a propaganda gubernamental.** El Consejo General ha emitido diversos acuerdos relacionados con la atención a solicitudes para exceptuar la prohibición a la difusión de propaganda gubernamental, desde el inicio de las campañas hasta el fin de la Jornada Electoral, identificados con las claves CG40/2009; CG601/2009; CG155/2010; CG135/2011; CG180/2011; CG220/2011; CG75/2012; CG94/2013; CG131/2013; CG83/2014; INE/CG61/2015; INE/CG120/2015; INE/CG133/2015; INE/CG199/2015; INE/CG1081/2015; INE/CG78/2016; INE/CG173/2016; INE/CG280/2016; INE/CG396/2016; INE/CG65/2017; INE/CG 172/2018; INE/CG119/2019; INE/CG245/2019 INE/CG235/2020; INE/CG310/2020; INE/CG311/2020; INE/CG109/2021; INE/CG334/2021; INE/CG377/2021; INE/CG431/2021; INE/CG626/2021 e INE/CG1644/2021, que sirven de base para el análisis de las solicitudes para exceptuar la suspensión de propaganda gubernamental en el periodo establecido para la difusión de la Revocación de Mandato.
- II. **Criterios, plazo de presentación de solicitudes y formulario.** El trece de enero de dos mil diecisiete, en sesión extraordinaria, el Consejo General 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.
- III. **Promulgación de la Ley General de Comunicación Social.** El once de mayo de dos mil dieciocho se publicó en el DOF la LGCS.
- IV. **Decreto por el que se declaran reformadas y adicionadas diversas disposiciones de la Constitución, en materia de Revocación de Mandato.** El veinte de diciembre de dos mil diecinueve se publicó en el DOF el Decreto mediante el cual se adiciona una fracción IX al artículo 35; un inciso c), al Apartado B de la Base V del artículo 41; un párrafo séptimo

al artículo 84; un tercer párrafo a la fracción III del Apartado A del artículo 122 de la Constitución; dichas disposiciones para regular la figura de Revocación de Mandato. Asimismo, en los artículos transitorios se previó lo siguiente:

Transitorios

Primero. El presente Decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Segundo. Dentro de los 180 días siguientes a la publicación de este Decreto, el Congreso de la Unión deberá expedir la ley a que se refiere el Apartado 8o. de la fracción IX del artículo 35.

Tercero. Para efectos de la revocación de mandato a que hace referencia esta Constitución tanto a nivel federal como local, deberá entenderse como el instrumento de participación solicitado por la ciudadanía para determinar la conclusión anticipada en el desempeño del cargo a partir de la pérdida de la confianza.

Cuarto. En el caso de solicitarse el proceso de revocación de mandato del Presidente de la República electo para el periodo constitucional 2018-2024, la solicitud de firmas comenzará durante el mes de noviembre y hasta el 15 de diciembre del año 2021. La petición correspondiente deberá presentarse dentro de los primeros quince días del mes de diciembre de 2021. En el supuesto de que la solicitud sea procedente, el Instituto Nacional Electoral emitirá la convocatoria dentro de los veinte días siguientes al vencimiento del plazo para la presentación de la solicitud. La jornada de votación será a los sesenta días de expedida la convocatoria.

Quinto. El ejercicio de las atribuciones que esta Constitución le confiere al Instituto Nacional Electoral en materia de consultas populares y revocación de mandato, se cubrirán con base en la disponibilidad presupuestaria para el presente ejercicio y los subsecuentes.

[...]

En dicho Decreto se destaca la atribución que se le otorga al INE de tener a su cargo, de manera directa, la organización, difusión, desarrollo y cómputo del proceso de Revocación de Mandato. Resalta el hecho de que sea el INE y, en su caso, los OPL, las únicas autoridades facultadas para

difundir la Revocación de Mandato, en el ámbito de sus respectivas competencias.

- V. Aprobación del Acuerdo INE/CG1444/2021.** El veintisiete de agosto de dos mil veintiuno, mediante Acuerdo identificado con la clave INE/CG1444/2021, se aprobaron los Lineamientos para la organización de la Revocación de Mandato, así como sus anexos. En los que en el Punto de Acuerdo segundo se previó lo siguiente:

***SEGUNDO.** Una vez que se promulgue la Ley Reglamentaria de la fracción IX del artículo 35 de la Constitución, todas las disposiciones de estos Lineamientos que se opongan a ésta quedarán sin efectos, y la Comisión que corresponda deberá presentar a consideración del Consejo General a la brevedad, la propuesta de reforma a los Lineamientos para que se modifiquen con la finalidad de hacerlos armónicos con el contenido de la ley, en función del análisis que se realice sobre el impacto que deba sufrir el cuerpo normativo y los plazos para el procesamiento al seno de los órganos del Instituto.*

- VI. Expedición de la LFRM.** El catorce de septiembre de dos mil veintiuno se publicó en el DOF el Decreto mediante el cual se expide la LFRM.

La LFRM, en el capítulo III, establece las atribuciones de este Instituto en materia de RM, tanto para la etapa de verificación del apoyo de la ciudadanía para la solicitud de revocación, como para la organización del proceso, difusión, actos previos a la jornada, la jornada, y los resultados obtenidos.

Esto es, corresponde al Instituto garantizar el ejercicio del derecho político de la ciudadanía a solicitar, participar, ser consultados y votar respecto de la RM de la persona que resultó electa popularmente como titular de la Presidencia de la República, mediante sufragio universal, libre, secreto, directo, personal e intransferible.

- VII. Modificación de los Lineamientos para la organización de la RM.** En sesión extraordinaria celebrada el treinta de septiembre de dos mil veintiuno, el Consejo General modificó los Lineamientos para la

organización de la Revocación de Mandato y sus anexos, con motivo de la expedición de la LFRM, instrumento identificado con la clave INE/CG1566/2021.

VIII. Plan y Calendario del Proceso de Revocación de Mandato. El veinte de octubre de dos mil veintiuno, mediante Acuerdo INE/CG1614/2021, el Consejo General aprobó el Plan Integral y Calendario del Proceso de Revocación de Mandato del Presidente de la República 2021-2022.

IX. Resolución de los expedientes SUP-RAP-415/2021 y sus acumulados. El uno de noviembre de dos mil veintiuno, la Sala Superior dictó sentencia en el recurso de apelación y juicios para la protección de los derechos político-electorales del ciudadano SUP-RAP-415/2021, SUP-JDC-1328/2021 y SUP-JDC1336/2021 acumulados, en los que determinó revocar el Acuerdo identificado con la clave INE/CG1566/2021 y ordenó al INE emitir otro en el que:

a) Determine que, para recabar las firmas de apoyo al proceso de revocación de mandato, deben facilitarse en todo el país, no solo en lugares de alta marginación, tanto formatos físicos como en dispositivos electrónicos, para que ambos tipos de formatos queden a disposición de las personas interesadas en recabar firmas de apoyo y, en su caso, las y los ciudadanos interesados en apoyar el proceso de revocación de mandato, elijan el medio —formato en papel o en dispositivo electrónico—, a través del cual otorgarán tal apoyo.

b) El INE deberá llevar a cabo los estudios técnicos y financieros necesarios para garantizar la votación de las personas mexicanas residentes en el extranjero en futuros procesos de Revocación de Mandato o la implementación de un programa piloto.

c) La autoridad responsable deberá efectuar, con libertad de atribuciones, las modificaciones necesarias a los Lineamientos del Instituto Nacional Electoral para la Revocación de Mandato y sus anexos técnicos y a los plazos previstos en los mismos para realizar todas las

acciones necesarias para cumplir con lo determinado en la presente ejecutoria.

- X. Modificación de los Lineamientos y Anexo Técnico en acatamiento a la sentencia de la Sala Superior.** En sesión extraordinaria celebrada el diez de noviembre de dos mil veintiuno, el Consejo General modificó los Lineamientos, así como su Anexo Técnico en acatamiento a las sentencias recaídas a los expedientes identificados como SUP-RAP-415/2021 y sus acumulados, a través del Acuerdo identificado con la clave INE/CG1646/2021.
- XI. Acuerdo de asignación de tiempos y procedimiento que regula la suspensión de propaganda gubernamental en la Revocación de Mandato.** El diecisiete de noviembre de dos mil veintiuno, en sesión ordinaria, el Consejo General aprobó el *“Acuerdo [...] por el cual, en su caso, se asignan los tiempos en radio y televisión para la difusión del proceso de Revocación de Mandato, se aprueban los criterios de distribución de tiempos para autoridades electorales, así como el procedimiento que regule la suspensión de propaganda gubernamental”* identificado como INE/CG1717/2021.
- XII. Oficio informativo a SEGOB.** El diecinueve de noviembre del dos mil veintiuno, mediante oficio INE/DEPPP/DE/DAGTJ/13600/2021, la DEPPP informó a la Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación de la SEGOB la fecha límite de presentación de solicitudes relacionadas con la propaganda gubernamental.
- XIII. Oficio de solicitud de colaboración a las Juntas Locales Ejecutivas.** El diecinueve de noviembre del dos mil veintiuno, mediante oficio INE/DEPPP/DE/DAGTJ/13600/2021, la DEPPP 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 con relación al proceso de Revocación de Mandato.

- XIV. Catálogo Nacional de Emisoras 2022.** El veinticinco de noviembre de dos mil veintiuno, en la décima primera sesión ordinaria, el Comité 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 de los Procesos Electorales Locales 2021-2022 y el periodo ordinario durante 2022, 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/47/2021. Publicación ordenada en el DOF, mediante el diverso INE/CG1733/2021.
- XV. Aprobación del Acuerdo INE/CG1796/20211.** El diecisiete de diciembre de dos mil veintiuno, el Consejo General aprobó el *Acuerdo [...] por el que, atendiendo al principio de certeza y ante la insuficiencia presupuestal derivada de la reducción aprobada en el anexo 32 del presupuesto de egresos de la federación para el ejercicio fiscal 2022, se determina posponer temporalmente la realización del proceso de revocación de mandato 2021-2022.*
- XVI. Controversias constitucionales a fin de controvertir el acuerdo INE/CG1796/2021.** La Cámara de Diputados del Congreso de la Unión y la Consejera Jurídica del Ejecutivo Federal, en representación del Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, impugnaron vía controversia constitucional ante la SCJN el citado acuerdo, solicitando la suspensión de su ejecución. Dichas controversias constitucionales fueron radicadas en la SCJN con los números de expediente 224/2021 y 226/2021, respectivamente.
- XVII. Medios de impugnación promovidos ante Sala Superior en contra del acuerdo INE/CG1796/2021.** La Consejería Jurídica del Ejecutivo Federal, María Esther Cruz Hernández, Gabriela Georgina Jiménez Godoy, Atilio Alberto Peralta Merino y otros, organización Pilares del Bienestar, Morena

y Partido del Trabajo y organización “Que siga el presidente, A.C.”, presentaron diversos medios de impugnación ante la Sala Superior, a fin de controvertir el Acuerdo identificado con la clave INE/CG1796/2021.

Dichos medios de impugnación fueron registrados con las claves de expedientes SUP-JE-282/2021, SUP-JDC-1456/2021, SUP-JDC-1461/2021, SUP-JDC1466/2021, SUP-JDC-1468/2021, SUP-RAP-491/2021 y SUP-RAP494/2021.

- XVIII. Acuerdo en el incidente de suspensión de la controversia constitucional 224/2021.** El veintidós de diciembre de dos mil veintiuno, la Comisión de Receso de la SCJN emitió un acuerdo en el incidente de suspensión de la controversia constitucional 224/2021, concediendo la suspensión solicitada por la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión.
- XIX. Acuerdo en el incidente de suspensión de la controversia constitucional 226/2021.** El veintitrés de diciembre de dos mil veintiuno, la Comisión de Receso de la SCJN emitió un acuerdo en el incidente de suspensión de la controversia constitucional 226/2021, en los mismos términos que en la diversa 224/2021.
- XX. Sentencia SUP-JE-282/2021 y sus acumulados.** El treinta de diciembre de dos mil veintiuno, la Sala Superior notificó a este Instituto la sentencia dictada en el juicio electoral SUP-JE-282/2021 y acumulados, en el sentido de revocar el acuerdo INE/CG1796/2021.
- XXI. Acuerdo que ordena continuar con la organización del proceso de Revocación de Mandato.** El treinta de diciembre de dos mil veintiuno, en sesión extraordinaria, el Consejo General aprobó el *“Acuerdo [...] por el que, en cumplimiento a los acuerdos emitidos por la comisión de receso de la Suprema Corte de Justicia de la Nación en los incidentes de suspensión de las controversias constitucionales 224/2021 y 226/2021, y de la sentencia SUP-JE-282/2021 y sus acumulados de la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, se determina*

continuar con la organización del proceso de Revocación de Mandato” identificado como INE/CG1798/2021.

XXII. Solicitud del Infonavit. El veintinueve de diciembre del dos mil veintiuno, mediante oficio SGCom/052/2021, el Subdirector General de Comunicación del Infonavit solicitó 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) “Para lo que suena difícil, Infonavit Fácil”, e
- 2) “Infonavit, de los trabajadores para los trabajadores”.

XXIII. Solicitudes del Gobierno del estado de Veracruz. El tres de enero del dos mil veintidós, mediante oficio SECTUR/DS/0569/2021, la Secretaria de Turismo y Cultura del estado de Veracruz solicitó 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) “Cumbre Tajín 2022”, y
- 2) “Salsa Fest 2022”.

Además, el cuatro de enero de dos mil veintidós, mediante oficio UTSEGOB/0009/01/2022, el Jefe de la Unidad de Transparencia y Coordinador del Sistema de Control Interno del estado de Veracruz solicitó que la campaña “Orgullo Veracruzano” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

Así también, el mismo cuatro de enero, mediante oficio CGCS/002/2022, el Coordinador General de Comunicación Social del estado de Veracruz solicitó que cuarenta y uno (41) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Combate frontal contra la arbovirosis en el Estado de Veracruz 2022”;

- 2) “Acciones para la prevención de COVID-19”;
- 3) “Acciones de difusión para la prevención de enfermedades diarreicas agudas (EDAS) y hepatitis A”;
- 4) “Campaña de difusión para la venta y el consumo de productos de la pesca”;
- 5) “Salud del migrante”;
- 6) “Campaña de acciones preventivas para el agua de calidad y rescate de ríos y arroyos en el estado de Veracruz”;
- 7) “Emojinómetro abril consciente”;
- 8) “Hazlo en casa con Agenda Veracruz 2030”;
- 9) “Mujeres rodando”;
- 10) “Pago anual anticipado 2022”;
- 11) “Salsa Fest 2022”;¹
- 12) “Cumbre Tajín 2022”;²
- 13) “Veracruz se antoja”;
- 14) “Mesa de diálogo: aportes y retos de las mujeres en la administración pública”;
- 15) “Mesa de diálogo #AmorAVeracruz”;
- 16) “DECLARAVER”;
- 17) “Tienda Hecho en Veracruz”;
- 18) “Convocatoria pública para otorgamiento de la marca de certificación “Hecho en Veracruz””;
- 19) “Mercados de artesanías tradicionales y productos culinarios”;
- 20) “Incendios forestales”;
- 21) “Temporada de frentes fríos”;
- 22) “Temporada de suradas”;
- 23) “Accidentes de tránsito”;
- 24) “Prevención de ahogamientos”;
- 25) “Trabajo infantil y trabajo de adolescentes permitido”;
- 26) “Expoventa de artesanías y productos del campo de los pueblos indígenas”;
- 27) “Cultura de la ciberseguridad”;

¹ Se trata de la misma campaña remitida para su análisis por la Secretaría de Turismo y Cultura del estado de Veracruz.

² *Ídem.*

- 28) “Convocatoria de reclutamiento para policía estatal”;
- 29) “Prevención de la extorsión telefónica”;
- 30) “No te la juegues con las drogas”;
- 31) “Jornadas de consumo solidario”;
- 32) “Convocatoria: Café Veracruz “Recuperando nuestro orgullo cafetalero””;
- 33) “Recicla tu navidad”;
- 34) “Cortometraje ambiental”;
- 35) “Campaña de acopio de residuos de manejo especial”;
- 36) “Verificación vehicular obligatoria”;
- 37) “Programa vehicular 2022 con beneficios para el contribuyente”;
- 38) “Campaña de sensibilización a la violencia familiar”;
- 39) “Prevención contra la violencia de género”;
- 40) “Tolerancia Cero contra la discriminación a la niñez indígena de Veracruz”, y
- 41) “Prevención de trata de personas en el estado de Veracruz”.

Finalmente, el trece de enero, mediante oficio STPSP/DSNEVER/004/2022, la encargada de la Dirección del Servicio Nacional de Empleo de Veracruz solicitó que cinco (5) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Programa Complementario Capacitación para la Empleabilidad”;
- 2) “Cursos ICATVER”;
- 3) “Estrategia de Movilidad Laboral / Movilidad Laboral Interna de Jornaleros Agrícolas, Programa de Trabajadores Agrícolas Temporales México-Canadá / Mecanismo de Movilidad Laboral Sector Agrícola”;
- 4) “VALPAR”, y
- 5) “Vinculación Laboral: “Talleres par buscadores de empleo”.

XXIV. Solicitud del Gobierno del estado de Coahuila de Zaragoza. El tres de enero del dos mil veintidós, mediante oficio CJ/0002/2022, el Consejero Jurídico del estado de Coahuila solicitó que seis (6) campañas de la

Coordinación General de Comunicación e Imagen del Gobierno del Estado fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Preinscripciones”;
- 2) “A los cumplidos, Coahuila sí los premia”;
- 3) “Tú eres parte”;
- 4) “Salud, hazlo por tí”;
- 5) “Regreso a clases seguros”, y
- 6) “Haz turismo responsable”.

XXV. Solicitudes de la SEGOB y diversas dependencias de la Administración Pública Federal. El tres de enero de dos mil veintidós, mediante oficio SC/UNMC/001/2022, el Titular de la Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación de la SEGOB remitió diecisiete (17) 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 durante el periodo de difusión del proceso de Revocación de Mandato.

Adicionalmente, el diecinueve de enero del presente año, mediante oficio SC/UNMC/007/2022, el Titular de la Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación de la Secretaría de Gobernación remitió una solicitud de la Secretaría de Infraestructura, Comunicaciones y Transportes, con una (1) campaña adicional.

Las mencionadas solicitudes son las siguientes:

- 1) **Solicitud de SENER.** El trece de diciembre de dos mil veintiuno, mediante oficio DGCS/112.591/2021, la Directora General de Comunicación Social de la SENER solicitó a través de la SEGOB, que la campaña “Horario de Verano, versiones Inicio Franja Fronteriza Norte e Inicio resto de la República”, fuera vinculada con

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

- 2) **Solicitud INBAL.** El trece de diciembre de dos mil veintiuno, mediante oficio DDRP/238/2021, la Directora de Difusión y Relaciones Públicas del INBAL, a través de la Secretaría de Cultura, solicitó 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.
- 3) **Solicitud de Secretaría de Cultura.** El quince de diciembre de dos mil veintiuno, mediante oficio DGCS/PACS/137/2021, el Director General de Comunicación Social solicitó, a través de la SEGOB, que la campaña “Actividades y Servicios Culturales” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- 4) **Solicitud CECUTT.** El quince de diciembre de dos mil veintiuno, mediante oficio GC/038/2021, el Subdirector de Comunicación, Memoria y Documentación de las Artes de la Compañía Operadora del CECUTT, 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.
- 5) **Solicitud INAH.** El quince de diciembre de dos mil veintiuno, mediante oficio 401.9C.3-2021/321, el Director de Medios de Comunicación del INAH, 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.
- 6) **Solicitud INALI.** El quince de diciembre de dos mil veintiuno, mediante oficio INALI.C.C.5.1/032/2021, el Director de Comunicación Social y Enlace del INALI, solicitó, a través de la Secretaría de

Cultura, que la campaña “Diversidad Lingüística. Versión Decenio Internacional de las Lenguas Indígenas” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

- 7) **Solicitud de la SHCP.** El quince de diciembre de dos mil veintiuno, mediante oficio 395-482, el Titular de la Unidad de Comunicación Social y Vocero de la mencionada Secretaría, solicitó, a través de la SEGOB, 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.
- 8) **Solicitud del IPN.** El dieciséis de diciembre de dos mil veintiuno, mediante oficio CII/384/2021, el Coordinador de Imagen Institucional del IPN, solicitó, a través de la Secretaría de Educación Pública, 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:
 - a) “35 Aniversario radio IPN”, y
 - b) Expoprofesiográfica 2022 Nivel Superior”.
- 9) **Solicitud CONAFOR.** El dieciséis de diciembre de dos mil veintiuno, mediante oficio CAPE-GCP-57/2021, el Gerente de Comunicación y Producción de la CONAFOR, solicitó, a través de la SEMARNAT, que su campaña “Prevención y reporte de incendios forestales. Versiones 2022 A y B” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- 10) **Solicitud CFE.** El dieciséis de diciembre de dos mil veintiuno, mediante oficio CCC/LBN/283/2021, el Coordinador de Comunicación Corporativa de la CFE, solicitó, a través de la SENER, que su campaña “Reforma Eléctrica. Versiones 4, 5, 6, 7 y 8” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

- 11) **Solicitud ISSSTE.** El dieciséis de diciembre de dos mil veintiuno, mediante oficio UCS/0163/2021, el Titular de la Unidad de Comunicación Social del ISSSTE, solicitó, a través de la SEGOB, que la campaña “Prevención de Obesidad. Versión 3x1” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- 12) **Solicitud IMSS.** El dieciséis de diciembre de dos mil veintiuno, mediante el oficio 09 9001/GB0000/GB00/2021/0270, el Titular de la Unidad de Comunicación Social del IMSS, solicitó, a través de la SEBOB, que su campaña “PREVENIMSS, versiones varias” sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- 13) **Solicitud de la Secretaría de Salud.** El dieciséis de diciembre de dos mil veintiuno, mediante oficio DGCS-2207-2021, la Directora General de Comunicación Social de la Secretaría de Salud, solicitó, a través de la SEGOB, que su campaña “Promoción de la salud, versiones varias” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- 14) **Solicitud del CENSIA.** El dieciséis de diciembre de dos mil veintiuno, mediante oficio CENSIA-323-2021, el Director de Atención a la Salud de la Infancia y Adolescencia del CENSIA, solicitó, a través de la Secretaría de Salud, que su campaña “Promoción de la vacunación” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- 15) **Solicitud CNTS.** El dieciséis de diciembre de dos mil veintiuno, mediante oficio CNTS-DG-2842-2021, el Director General del Centro Nacional de la Transfusión Sanguínea, solicitó, a través de la Secretaría de Salud, que la campaña “Donación Voluntaria y Altruista de Sangre” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

16) **Solicitud de la Lotería Nacional.** El dieciséis de diciembre de dos mil veintiuno, mediante oficio SPPM/1042/2021, el Gerente de Relaciones Públicas y encargado del despacho de la Subdirección de Promoción y Publicidad en Medios de la Lotería Nacional, a través de la SHCP, remitió cuatro (4) de sus campañas con distintas versiones para que sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- a) “Si juegas, gana México, versiones:
 - i. Historias
 - ii. Asistencia social”
- b) “¡Alegría Lotería!, versiones:
 - i. Familia Lotería Nacional Fusionada
 - ii. Marcas de Lotería Nacional
 - iii. Premios
 - iv. Venta en Línea”;
- c) “Marcas Deportivas, versiones:
 - i. Deportivas Lotería
 - ii. Embajadores”
- d) “Sorteos Especiales, versiones:
 - i. Gran Sorteo Especial
 - ii. Sorteos Tradicionales
 - iii. Pueblos Mágicos”.

17) **Solicitud de la Secretaría de Infraestructura, Comunicaciones y Transportes.** El dieciséis de diciembre de dos mil veintiuno, mediante oficio 1.1.-190/2021, la Directora General de Comunicación Social de la mencionada Secretaría, solicitó, a través de la Secretaría de Gobernación, que la campaña “Carretera Segura, versiones: Automóviles, Autotransporte y Accidentes Autos” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

18) **Segunda solicitud de la Secretaría de Infraestructura, Comunicaciones y Transportes.** Adicionalmente, el diecisiete de enero de dos mil veintidós, mediante oficio UNMC/DGNC/0009/2022, el Director General de Normatividad de Comunicación de la mencionada Secretaría, solicitó, a través de la Secretaría de Gobernación, que la campaña “Camino al AIFA” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

XXVI. Solicitud del Gobierno del estado de Tamaulipas. El cuatro de enero del dos mil veintidós, mediante oficio SGG/SLSG/2772/2021, el Subsecretario de Legalidad y Servicios Gubernamentales de la Secretaría General de Gobierno del estado de Tamaulipas solicitó que nueve (9) campañas de diversas dependencias estatales fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Clases en tu Hogar”;
- 2) “Conoce Tam”;
- 3) “Aplicación Compra Tam”;
- 4) “Página de internet www.visittam.com”;
- 5) “Línea de apoyo ante COVID-19”;
- 6) “Protocolo de Playas ante pandemia por coronavirus”;
- 7) “Ángeles Azules”;
- 8) “Terapia pulmonar post COVID-19”, y
- 9) “Línea de emergencia 911”.

XXVII. Solicitud del Gobierno del estado de Oaxaca. El cuatro de enero del dos mil veintidós, mediante oficio ST/DPT/002/2022, la Directora de Promoción Turística de la Secretaría de Turismo del Poder Ejecutivo del estado de Oaxaca solicitó que la “Campaña de promoción turística del estado de Oaxaca” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

Adicionalmente, el cinco de enero del dos mil veintidós, mediante oficio CG/DES/006/2022, el Coordinador General de Educación Media Superior y Superior, Ciencia y Tecnología del estado de Oaxaca solicitó que la campaña “3ª. EXPORIENTA Educativa Virtual 2022” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

Así también, en la misma fecha, mediante oficio CGCSV/004/2022, el Coordinador General de Comunicación Social del estado de Oaxaca solicitó que cuatro (4) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Campaña de promoción turística del estado de Oaxaca”;³
- 2) “Vacunación COVID”;
- 3) “Protección civil 2022”, y
- 4) “Promoción cultural de Oaxaca”.

Finalmente, el mismo cinco de enero, mediante oficio IEEA/DJ/004/2022, la Jefa del Departamento Jurídico del Instituto Estatal de Educación para Adultos del estado de Oaxaca solicitó que la campaña “Difusión de productos comunicacionales para erradicar el analfabetismo” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

XXVIII. Solicitud del Ayuntamiento de Puebla, Puebla. El cinco de enero del dos mil veintidós, mediante oficio CGCS/006/2022, el encargado de despacho de la Coordinación General de Comunicación Social del mencionado ayuntamiento solicitó que cinco (5) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Medidas de Prevención Popocatepetl”;

³ Misma campaña solicitada en el oficio ST/DPT/002/2022.

- 2) “Medidas Preventivas COVID”;
- 3) “Plan General de Protección Civil”;
- 4) “Turismo en Semana Santa”, y
- 5) “Predial 2022”.

XXIX. Solicitud del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas. El cinco de enero del dos mil veintidós, mediante oficio 0008-0104-22, el Director General del Sistema DIF del mencionado ayuntamiento solicitó que tres (3) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Consulta Médica y Dental; Salud Integral de la Mujer”;
- 2) “Aliméntate Bien”, y
- 3) “Atención Psicológica DIF”.

Además, el cinco de enero del dos mil veintidós, mediante oficio DDE-0307/2022, el Secretario de Educación Cultural y Deporte del mencionado ayuntamiento solicitó que cuatro (4) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Beca Educativa “Nueva Era””;
- 2) “Protege T”;
- 3) “Convocatoria mensual para ingresar a la preparatoria abierta”, y
- 4) “Eliminación del rezago educativo, un camino rumbo a la excelencia”.

Asimismo, el cinco de enero del dos mil veintidós, mediante oficio DPCB-0342/1/2022, el Director de Protección Civil y Bomberos del mencionado ayuntamiento solicitó que doce (12) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Difusión del estado climatológico”;
- 2) “Operativo carrusel”;

- 3) “Operativo apoyo migrante”;
- 4) “Prevención de incendios”;
- 5) “Operativo Semana Santa”;
- 6) “Puesto de Hidratación”;
- 7) “Operativo del día del niño”;
- 8) “Temporada de casería”;
- 9) “Capacitación respuesta a emergencias (primeros auxilios, uso y manejo de extintores)”;
- 10) “Prevención de Accidentes en el Hogar”;
- 11) “Activación del Plan de Contingencia en caso de ser necesario”, y
- 12) “Inscripción y Actividades de la Academia de Protección Civil y Bomberos”.

Adicionalmente, el cinco de enero del dos mil veintidós, mediante oficio GG/001/2022, el Coordinador Jurídico de la Comisión Municipal de Agua Potable y Alcantarillado del mencionado ayuntamiento solicitó 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) “De corazón, cuido el agua”, y
- 2) “Atención a reportes de agua, drenaje y trabajos de mantenimiento o reparación”.

Finalmente, el cinco de enero del dos mil veintidós, mediante oficio SBS-00258/I/2022, la Secretaria de Bienestar Social del mencionado ayuntamiento solicitó que ocho (8) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Brigadas de apoyo COVID-19”;
- 2) “Vacunación contra el papiloma humano”;
- 3) “Salud en tu hogar”;
- 4) “Brigada médico asistencial”;
- 5) “Brigada de Salud Animal”;

- 6) “Farmacias municipales UNE”;
- 7) “Clínicas de Salud UNE”, y
- 8) “Atención médica jubilados y pensionados y empleados municipales”.

XXX. **Solicitud del Ayuntamiento de Alvarado, Veracruz.** El cinco de enero del dos mil veintidós, el Director de Comunicación Social del mencionado ayuntamiento, solicitó que dos (2) campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Pago del Impuesto Predial”, y
- 2) “Matrimonios Colectivos”.

XXXI. **Solicitud del Ayuntamiento de Izúcar de Matamoros, Puebla.** El cinco de enero del dos mil veintidós, mediante oficio DCS/05/2021, la Directora de Comunicación Social del mencionado ayuntamiento solicitó 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) “Prevención de incendios de pastizales”, y
- 2) “Medidas preventivas COVID 19”.

XXXII. **Solicitud del Ayuntamiento de Coatzacoalcos, Veracruz.** El cinco de enero del dos mil veintidós, mediante correo electrónico, la Directora de Comunicación Social del mencionado ayuntamiento solicitó que tres (3) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Esterilización de mascotas”;
- 2) “Jornada de vacunación y promoción de medidas sanitarias COVID-19”, y
- 3) “Todos contra la diabetes y la Obesidad”.

XXXIII. Solicitud del Gobierno del estado de Colima. El cinco de enero del dos mil veintidós, mediante oficio CGCS/CA/002/2022, el Coordinador General de Comunicación Social del estado de Colima solicitó que doce (12) campañas de diversas dependencias del estado fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Difusión de los números de emergencia 089, 911 y denuncia anónima a través de campañas preventivas”;
- 2) “Cultura para sembrar la Paz y el Desarrollo”;
- 3) “Proceso de inscripción al ciclo escolar 2022-2023”;
- 4) “Salud por tí”;
- 5) “En el Instituto Colimense de las Mujeres (ICM) ¡Estamos a tú servicio!”;
- 6) “Protección civil cerca de tí”;
- 7) “Conmemoración 08 de Marzo, Día Internacional de las Mujeres”;
- 8) “Deporte es Salud”;
- 9) “No arriesgues tu vida y la de los demás”;
- 10) “Campaña de Promoción Turística Colima cerca de tí”;
- 11) “Trámites en línea”, y
- 12) “Convocatoria para el reclutamiento de aspirantes a policías estatales”.

Adicionalmente, el once de enero del dos mil veintidós, mediante oficio SUB-SEMOV/DS/020/2022, la Subsecretaria de Movilidad del Gobierno del estado de Colima solicitó que cuatro (4) de sus campañas fueran vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Programa de Regularización de Motos y Actualización de Licencia”;
- 2) “Curso de Capacitación para personas operadoras de transporte público en los municipios de Colima, Tecomán, Manzanillo y Villa de Álvarez”;
- 3) “Uso de transporte no motorizado en los municipios de Colima, Tecomán, Manzanillo y Villa de Álvarez”, y

- 4) “Operativos de supervisión en festividades en los municipios de Colima, Tecomán, Manzanillo y Villa de Álvarez”.

XXXIV. Solicitud del Gobierno del estado de Chihuahua. El cinco de enero del dos mil veintidós, mediante oficio CGC-DG-001/2022, el Director General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Chihuahua solicitó que su campaña “Trámites vehiculares replaqueo 2022” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

XXXV. Solicitud del Ayuntamiento de Manzanillo, Colima. El cinco de enero del dos mil veintidós, mediante correo electrónico, la Directora de Comunicación Social del ayuntamiento solicitó que su campaña “Carnaval Cultural Nuestras Raíces” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

XXXVI. Solicitud del Ayuntamiento de Tlaxiaco, Veracruz. El cinco de enero del dos mil veintidós, mediante correos electrónicos, personal del mencionado ayuntamiento, solicitó que tres (3) de sus campañas fueran vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Jueves de salud”;
- 2) “Recolección de basura y descacharrización”, y
- 3) “Seguridad Pública; Uso de cinturón; Uso de casco; Denuncia vía WhatsApp; Acompañamiento policial”.

Adicionalmente, el seis de enero del dos mil veintidós, mediante correo electrónico, personal del mencionado ayuntamiento solicitó que su campaña “Jueves de salud; Prevención de dengue; Prevención de COVID-19; Zumba” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

XXXVII. Solicitud del Ayuntamiento de Veracruz, Veracruz. El cinco de enero del dos mil veintidós, mediante correo electrónico, la Presidenta Municipal

del mencionado ayuntamiento solicitó que su campaña “Carnaval de Veracruz 2022, el más alegre del mundo” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

Adicionalmente, en la misma fecha, mediante correo electrónico, el Coordinador de Comunicación Social e Imagen del mismo ayuntamiento solicitó que tres (3) campañas de diversas dependencias del ayuntamiento fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Veracruz en prevención”;
- 2) “Reconéctate con Veracruz”, y
- 3) “Por la salud de todos”.

XXXVIII. Solicitud del Ayuntamiento de Boca del Río, Veracruz. El cinco de enero del dos mil veintidós, mediante correos electrónicos, el Secretario Particular del mencionado ayuntamiento solicitó que dos (2) campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Boca Prevenido”, y
- 2) “Redescubre Boca del Río”.

Adicionalmente, el seis de enero del dos mil veintidós, mediante correo electrónico, el Secretario Particular del mencionado ayuntamiento solicitó que su campaña “Por la salud de los boqueños” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

XXXIX. Solicitud del Ayuntamiento de Papantla, Veracruz. El cinco de enero del dos mil veintidós, mediante oficio OFI-PRES-015-2022, el Presidente Municipal del mencionado ayuntamiento solicitó que quince (15)

campañas de diversas dependencias del ayuntamiento fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Conferencias de apoyo en el aspecto socioemocional a padres de familia”;
- 2) “Capacitación a docentes en el diseño de estrategias para el desarrollo integral del alumno”;
- 3) “Una escuela sin violencia”;
- 4) “Una escuela completamente tuya”;
- 5) “Programa de enfermedades transmitidas por vector”;
- 6) “Acciones de prevención de cáncer cervicouterino y mamario”;
- 7) “Promoción y difusión de acciones de prevención ante la nueva oleada de COVID”;
- 8) “Jornada nacional de salud pública”;
- 9) “Prevención de zoonosis”;
- 10) “Programa de prevención de muerte materna y muerte perinatal”;
- 11) “Un día con un bombero”;
- 12) “Mochila de emergencia”;
- 13) “Conformación de las brigadas de protección civil”;
- 14) “Plan Familiar”, y
- 15) “Feria Infantil”.

XL. Solicitud de la Alcaldía Miguel Hidalgo, Ciudad de México. El cinco de enero del dos mil veintidós, mediante oficio AMH/JOA/CGG/001/2022, el Jefe de la Oficina del Alcalde solicitó que seis (6) campañas de diversas dependencias de la Alcaldía fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Brigadas comunitarias de protección civil”;
- 2) “Prevención COVID-19”;
- 3) “Prevención de Incendios de Pastizales”;
- 4) “Protégete de las lluvias”;
- 5) “Escuela de Teatro, Miguel Hidalgo”, y

- 6) “Campaña de fomento al turismo en Semana Santa en Miguel Hidalgo”.

XLII. Solicitud del Ayuntamiento de Zongolica, Veracruz. El cinco de enero del dos mil veintidós, mediante oficio 03/2021, el Presidente Municipal del mencionado ayuntamiento solicitó que siete (7) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Balnearios y Ríos Seguros”;
- 2) “Operativo Vacacional de Semana Santa”;
- 3) “Concientización sobre el distanciamiento social y medidas sanitarias por COVID”;
- 4) “Prevención de Incendios Forestales y Registro de Quemadas Agrícolas”;
- 5) “Concientización y prevención de accidentes de tránsito terrestre”;
- 6) “Pago de Predial”, y
- 7) “Programa de desayunos escolares fríos y calientes / 1000 días de vida que abarca a madres embarazadas y lactantes hasta los 2 años”.

XLIII. Solicitud del Ayuntamiento de Ensenada, Baja California. El cinco de enero del dos mil veintidós, la Directora de Comunicación Social del mencionado ayuntamiento remitió a la Junta Distrital Ejecutiva del INE en Baja California, formularios con tres (3) de sus campañas para que fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Presidente en Línea”;
- 2) “Ponte el cubrebocas”, y
- 3) “Paga Primero, Ahorra Dinero”.

XLIV. Solicitud del Gobierno del estado de Aguascalientes. El cinco de enero del dos mil veintidós, mediante oficio SGG/020/2022, el Secretario General de Gobierno del mencionado estado solicitó que treinta (30) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas

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

- 1) “Contigo podemos, versión: ayuda económica temporal en apoyo a la economía familiar”;
- 2) “De la mano contigo, versión: certificado de asistencia funeraria”;
- 3) “Contigo vamos”;
- 4) “De la mano contigo, versión: comedores contigo”;
- 5) “Educación contigo, versión: becas contigo”;
- 6) “En acción contigo”;
- 7) “Gobernador contigo, versión: intervenciones gobernador contigo”;
- 8) “Contigo podemos, versión: huertos contigo”;
- 9) “Gobernador contigo, versión: gestión social”;
- 10) “Contigo podemos, versión: emprendo contigo”;
- 11) “Reglas de operación del programa para unidades de negocios tradicionales del estado de Aguascalientes”;
- 12) “Reglas de operación de los programas de crédito del sistema de financiamiento de Aguascalientes”;
- 13) “Consejo Estatal para la Juventud y Comité Consultivo para la Juventud de Aguascalientes”;
- 14) “Emprende joven al 100”;
- 15) “Estrechando Lazos”;
- 16) “Joven es prevención”;
- 17) “Jóvenes al servicio de Aguascalientes”;
- 18) “Distrito Artístico”;
- 19) “Semana Cooltural”;
- 20) “Programa de Apoyo a la Gestión Escolar”;
- 21) “Universitario al 100”;
- 22) “Tutor al 100”;
- 23) “Creciendo Juntos”;
- 24) “Que nadie se vaya de la educación”;
- 25) “Movilidad académica en el extranjero”;
- 26) “Programa uniformes escolares del Instituto de Educación de Aguascalientes”;
- 27) “Campaña Inscripciones a Educación Básica”;

- 28) “Apoyo a la permanencia”;
- 29) “Programa transporta”, y
- 30) “Entrega de apoyos directos a la población vulnerable”.

XLIV. Solicitud del Gobierno del estado de Baja California Sur. El cinco de enero del dos mil veintidós, mediante oficio UCS/01/2022, el Jefe de la Unidad de Comunicación Social del mencionado gobierno del estado solicitó que tres (3) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Semana Santa”;
- 2) “Preinscripciones”, y
- 3) “COVID”.

XLV. Solicitud del Ayuntamiento de Tlaxcala, Tlaxcala. El cinco de enero del dos mil veintidós, mediante oficio MTLX.SHA.016/016/01/2022, la Secretaria del mencionado ayuntamiento solicitó que cuatro (4) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Acercamiento con Instituciones Educativas”;
- 2) “Grupos de MUCPAZ”;
- 3) “Trabajo Coordinado con Presidentes de Comunidad”, y
- 4) “Conformación de Comités de Vecino Vigilante”.

XLVI. Solicitud del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes. El cinco de enero del dos mil veintidós, mediante oficio STP/039/2022, la Secretaria Técnica de la Presidencia del mencionado ayuntamiento solicitó que cincuenta y cuatro (54) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Aviso a la ciudadanía por falla de pozos”;

- 2) “Cultura del Agua”;
- 3) “Cursos y Talleres de Desarrollo Comunitario”;
- 4) “Concurso de Oratoria”;
- 5) “Concurso de Poesía”;
- 6) “Consejo de Participación Social en la Educación”;
- 7) “Demostración de brinca tu cuerda”;
- 8) “Demostración de Ciencia y Tecnología”;
- 9) “Demostración de Escolta de Bandera”;
- 10) “Modelo de ecosistemas de bienestar Congregación Mariana Trinitaria”;
- 11) “Subsidio para la adquisición de calentadores solares”;
- 12) “Asistencia social alimentaria”;
- 13) “Talleres”;
- 14) “Prevención de incendios por temporada”;
- 15) “Semana Santa”;
- 16) “Demostración de Rondas Infantiles”;
- 17) “Temporada de invierno”;⁴
- 18) “Campaña Cohete”;
- 19) “Servicio Nacional Militar”;
- 20) “Festival del Florklor Jesús María 2021”;
- 21) “Promoción de talleres de iniciación artística (guitarra acústica y eléctrica, danza, cartonería y música tradicional)”;
- 22) “Expo-Universidades 2022”;
- 23) “Asesoría Psicológica”;
- 24) “Gestiones de servicio social, prácticas profesionales y estadías”;
- 25) “Programa Psicoeducativo”;
- 26) “Programa integral de recuperación de espacios públicos”;
- 27) “Curso, actividades y talleres de computación (mujeres retos y oportunidades en la red, yo emprendo, mujer por mí por ellas)”;
- 28) “Programas educativos, cursos, talleres y conferencias. Temas: violencia en el noviazgo, autoestima, auto cuidado y tipos de violencia”;
- 29) “Campaña de difusión: mujer no estás sola”;

⁴ Se repite dos veces este formulario.

- 30) “Asesoría jurídica, así como atención, prevención y erradicación de la violencia contra las mujeres”;
- 31) “Campaña de esterilización y vacunación canina y felina 2022”;
- 32) “Prevención, cuidados y vacunación ante COVID-19 y otras enfermedades”;
- 33) “Inscripciones de academias deportivas”;
- 34) “Torneo de fútbol 7 de bardas, categoría libre, femenino, juvenil e infantil, toros bravos unidad deportiva “Luis Donaldo Colosio””;
- 35) “Capacitación e instructores deportivos”;
- 36) “Eliminatorias Municipales Copa Gobernador”;
- 37) “Deporte Urbano en tu Comunidad, Activación Física y Juegos Tradicionales”;
- 38) “Eliminatorias municipales OlimpiAgs”;
- 39) “Ligas Deportivas Escolares Municipales”;
- 40) “Visorias Selectivos Municipales”;
- 41) “Torneo de voleibol para servidores público, toros bravos”;
- 42) “Torneo de basquetbol categoría tercera fuerza y primera fuerza, toros bravos y xonacatique”;
- 43) “Torneo de voleibol categoría femenino y mixto, toros bravos”;
- 44) “Torneo de beisbol categoría femenino y varonil, toros bravos”;
- 45) “Torneo de fútbol 7 de bardas, categoría libre, femenino, juvenil e infantil, acurama toros bravos”;
- 46) “Cursos, talleres y conferencias de educación ambiental”;
- 47) “Entrega de despensas”;
- 48) “Programa de lunes con tu alcalde”;
- 49) “Programa de miércoles ciudadano”;
- 50) “Concurso de escoltas municipal”;
- 51) “Concurso “Pinta tu bandera””;
- 52) “Presidente en tu escuela”;
- 53) “Entrega de apoyos económicos”, y
- 54) “Campaña de prevención del delito”.

XLVII. Solicitud del Ayuntamiento de Xicotepec, Puebla. El cinco de enero del dos mil veintidós, mediante oficio SG/MFG/007/2022, la Secretaria de Gobernación del mencionado ayuntamiento solicitó 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) “Desafío en las nubes de ultra trail”, y
- 2) “Cafetzin: festival del café”.

XLVIII. Solicitud del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas. El cinco de enero del dos mil veintidós, mediante oficio SAY/00014/2022, el Secretario del mencionado ayuntamiento solicitó que treinta y ocho (38) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Brigadas de salud para el adulto mayor”;
- 2) “Grupos vulnerables”;
- 3) “Programa municipal de desarrollo social en becas escolares 2022”;
- 4) “Feria del autotransporte de carga”;
- 5) “Reunión de vinculación”;
- 6) “Condonación de recargos, derechos e impuestos a contribuyentes”;
- 7) “15% de descuento en impuestos predial 2022”;
- 8) “8% de descuento en impuesto predial 2022”;
- 9) “Miss XV”;
- 10) “Mujeres poderosas (Taller de ventas)”;
- 11) “Eventos culturales Reynosa 2022”;
- 12) “Trato justo”;
- 13) “Audiencias públicas”;
- 14) “Entrega de apoyo alimenticio para los comités municipales de bienestar social”;
- 15) “Mercado campesino”;
- 16) “Hecho con amor”;
- 17) “Torneo de futbol”;

- 18) "Ponte en marcha";
- 19) "Reforzando lazos familiares (convivencia familiar)";
- 20) "Club de abuelitos de Sedesol";
- 21) "Apoyos pedagógicos, talleres de aprendizaje, costura, belleza y cocina";
- 22) "Bazar primaveral";
- 23) "Brigadas Rurales 2022";
- 24) "Tradicional Abrazo entre alcaldes";
- 25) "Cabalgata 2022";
- 26) "Señorita fiestas de aniversario 2022";
- 27) "Cabildo infantil";
- 28) "Medalla al mérito ciudadano, Ing. Marte R. Gómez 2022";
- 29) "Mi bandera y yo (mejor dibujo y pensamiento)";
- 30) "Giveaway cena y rosas";
- 31) "Cumpleaños del mes";
- 32) "Lenguaje de señas";
- 33) "Abanderamiento de instituciones educativas";
- 34) "Festejo del aniversario de la Fundación de Reynosa, Tamaulipas";
- 35) "Semana Verde";
- 36) "Concurso de bandas de guerra";
- 37) "Exhibición de escoltas", y
- 38) "Cuidando nuestro planeta (día internacional de la tierra)".

Además, el mismo día, mediante oficio IMD/2022/0005, el Director General del Instituto Municipal del Deporte del mencionado ayuntamiento solicitó que su campaña "Ponte en marcha"⁵ fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

XLIX. Solicitud del Ayuntamiento de Guadalupe, Zacatecas. El cinco de enero del dos mil veintidós, mediante oficio 426/01/2022, el Secretario de Gobierno del mencionado ayuntamiento solicitó que seis (6) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas

⁵ La campaña también se incluyó en la solicitud del Secretario del Ayuntamiento detallada anteriormente.

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

- 1) “Registro de preinscripciones de febrero”;
- 2) “Respirando vida”;
- 3) “Aula segura”;
- 4) “Convenios”;
- 5) “Guadalupe solidario”, y
- 6) “Entre todos nos movemos”.

L. Solicitud del Ayuntamiento de Calera de Víctor Rosales, Zacatecas.

El cinco de enero del dos mil veintidós, mediante oficio C/05/2022, el Jefe de Departamento de Comunicación Social del mencionado ayuntamiento solicitó que dieciocho (18) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Talleres de Autoempleo”;
- 2) “Contigo y tu predial ganamos todos”;
- 3) “Aprende un segundo idioma”;
- 4) “Taller de terapia ocupacional”;
- 5) “Apertura de Programa concurrencia”;
- 6) “Cultivando el hábito de denuncia. Te escuchamos y te atendemos”;
- 7) “Aniversario del municipio”;
- 8) “Ceremonia de matrimonios colectivos”;
- 9) “Desfile día de la bandera”;
- 10) “Expo militar Gran fuerza Aérea de México”;
- 11) “Convocatoria a concurso de mejor elaboración de pasteles”;
- 12) “1er. expo artesanal calera 2022”;
- 13) “Concurso de bandas de guerra y escoltas”;
- 14) “Semana de actividades culturales”;
- 15) “Convocatoria a concurso de fotografía”;
- 16) “Convocatoria para transporte estudiantil”;
- 17) “Campaña de reforestación municipal”, y
- 18) “Esterilización de mascotas”.

- LI. Solicitud del Gobierno del estado de Zacatecas.** El cinco de enero del dos mil veintidós, mediante oficio CCS001/2022, el Coordinador de Comunicación Social del Gobierno del mencionado estado solicitó que su campaña “Servicios Educativos/Servicios de Salud/Necesarias para la Protección Civil en Casos de Emergencia” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- LII. Solicitud del Ayuntamiento de Asientos, Aguascalientes.** El cinco de enero del dos mil veintidós, mediante oficio 2022/002-ofc, el Presidente Municipal del mencionado ayuntamiento informó que en el municipio operan cinco (5) programas sociales.⁶
- LIII. Correo electrónico de la Alcaldía Cuauhtémoc, Ciudad de México.** El cinco de enero de dos mil veintidós, mediante correo electrónico, la Directora de Comunicación Social de la Alcaldía Cuauhtémoc informó que no tienen programado realizar difusión de propaganda gubernamental relacionadas con la revocación de mandato o algún otro tema relacionado.
- LIV. Oficio del Ayuntamiento de San José de Gracia, Aguascalientes.** El cinco de enero de dos mil veintidós, mediante oficio 113/01/2022, el Presidente Municipal del citado ayuntamiento informó que no tienen programado realizar difusión de propaganda gubernamental.
- LV. Oficio del Ayuntamiento de San Francisco de los Romo, Aguascalientes.** El cinco de enero de dos mil veintidós, mediante oficio 007, la Presidenta Municipal del citado ayuntamiento informó que no tienen programado realizar difusión de propaganda gubernamental en radio y televisión.

⁶ Resulta importante resaltar que no remiten formulario ni mencionan en el oficio alguna campaña o intención de difusión de los programas sociales.

- LVI. Oficio del Ayuntamiento de Tlacotalpan, Veracruz.** El cinco de enero de dos mil veintidós, mediante oficio sin número, la Sindica Única del citado ayuntamiento informó que no tienen conocimiento del llenado del formulario, ya que en las prioridades de la entrega-recepción no hicieron mención alguna del tema.
- LVII. Oficio del Ayuntamiento de Cuauhtémoc, Colima.** El cinco de enero de dos mil veintidós, mediante oficio PMC-001/01/2022, la Presidenta Municipal del citado ayuntamiento informó que no tienen programado realizar difusión de propaganda gubernamental.
- LVIII. Solicitud de la Alcaldía Iztapalapa, Ciudad de México.** El seis de enero del dos mil veintidós, mediante correo electrónico, la Directora de Comunicación Social de la mencionada alcaldía remitió formularios con cinco (5) campañas para que fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:
- 1) “Programa emergente de abasto de agua potable”;
 - 2) “Iztapalapa la más deportiva y recreativa”;
 - 3) “Iztapalapa: la más cultural y educativa”;
 - 4) “Iztapalapa con derechos plenos”, y
 - 5) “Salud, protección civil y seguridad ciudadana”.
- LIX. Solicitud del Ayuntamiento de Jesús Carranza, Veracruz.** El seis de enero del dos mil veintidós, mediante oficio 015/2022, el Presidente y Secretario Municipales del mencionado ayuntamiento solicitaron que su campaña “Difusión de asuntos relacionados con Protección Civil, educación, seguridad y salud” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- LX. Solicitud del Ayuntamiento de Villa de Álvarez, Colima.** El siete de enero del dos mil veintidós, mediante oficio DAJ-016/2022, la Directora de Asuntos Jurídicos del mencionado ayuntamiento solicitó que siete (7) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las

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

- 1) “Campaña de vacaciones seguras”;
- 2) “Campaña de Regularización del Estado Civil de las Personas (matrimonios colectivos”;
- 3) “Campaña de recaudación del impuesto predial, derechos de panteón y licencias comerciales”;
- 4) “Campaña de cursos de verano”;
- 5) “Campaña de festejos charrotaurinos seguros”;
- 6) “Campaña día internacional de la mujer”, y
- 7) “La cultura de las fiestas villalvareense”.

LXI. Solicitud del Ayuntamiento de Yauhquemehcan, Tlaxcala. El siete de enero del dos mil veintidós, el Secretario de Gobierno del estado de Tlaxcala remitió el oficio MYT/P/008/01/2022 de la Presidenta Municipal del mencionado ayuntamiento, mediante el cual solicitó que tres (3) 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 COVID-19”;
- 2) “Esterilización de perros y gatos”, y
- 3) “Medico en casa”.

LXII. Solicitud de la Alcaldía Tlalpan, Ciudad de México. El once de enero del dos mil veintidós, mediante correo electrónico, la Directora de Comunicación Social de la mencionada alcaldía remitió formularios con siete (7) campañas para que fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Primero tu salud: Más salud, menos COVID”;
- 2) “Primero tu salud: Campaña para la prevención del cáncer de mama en mujeres”;

- 3) “Tlalpan, Grande como sus mujeres”;
- 4) “Primero tu prevención: Incendios y estiaje”;
- 5) “Primero tu salud: Jornadas de Salud”;
- 6) “Primero tus animales de compañía”, y
- 7) “Disfrutemos Tlalpan”.

LXIII. Fecha límite para recepción de solicitudes. Conforme al Acuerdo referido en el antecedente XI, la fecha límite para la recepción de solicitudes de propaganda gubernamental que se pretenda difundir desde la emisión de la convocatoria (cuatro de febrero de 2022) y hasta la jornada de votación del proceso de Revocación de Mandato (diez de abril de 2022) fue el pasado cinco de enero, por lo que cualquier solicitud extemporánea para dichas entidades será desechada en el presente Acuerdo y posterior a la aprobación de éste, el desechamiento lo realizará la DEPPP.

CONSIDERACIONES

Competencia del Instituto Nacional Electoral

1. De conformidad con los artículos 41, Base V, Apartado A, párrafo primero de la CPEUM y 29, párrafo 1 de la LGIPE, la organización de las elecciones federales es una función estatal que se realiza a través de un organismo público autónomo denominado INE, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio. En el ejercicio de esa función estatal, la certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, máxima publicidad y objetividad y paridad son principios rectores y sus actividades se realizarán con perspectiva de género.

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 candidaturas 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 párrafo 1, inciso i); 160, párrafo 1 de la LGIPE y 7, numeral 3 del RRTME.

3. Como lo señalan los artículos 1, párrafos 1 y 2; 2, párrafo 1, incisos b) y c); 160, párrafo 2 de la LGIPE, en relación con el 49 de la 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 CPEUM.
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 DEPPP, 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, párrafo 1, inciso a); 35, párrafo 1; 44, párrafo 1, incisos n), aa) y jj); 162, párrafo 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 LGCS, 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, en este caso, desde la convocatoria y hasta la conclusión de la jornada electiva de Revocación de Mandato, así como lo hace durante los procesos electorales, sin que ello implique que sólo las campañas aprobadas para tal efecto son las únicas que podrían difundirse.

Disposiciones constitucionales y legales sobre la Revocación de Mandato en materia de radio y televisión

8. El artículo 35, fracción IX, párrafos 1° al 6° de la CPEUM establece que la Revocación de Mandato del Presidente de la República, será convocada por el INE a petición de la ciudadanía, en un número equivalente, al menos, al tres por ciento de los inscritos en la lista nominal de electores, siempre y cuando en la solicitud correspondan a por lo menos diecisiete entidades federativas y que representen, como mínimo, el tres por ciento de la lista nominal de electores de cada una de ellas; que el Instituto, dentro de los siguientes treinta días a que se reciba la solicitud, verificará el requisito establecido en el párrafo anterior y emitirá inmediatamente la convocatoria al proceso para la Revocación de Mandato; que se podrá solicitar en una sola ocasión y durante los tres meses posteriores a la conclusión del tercer año del periodo constitucional; que los ciudadanos y ciudadanas podrán recabar firmas para la solicitud de revocación de mandato durante el mes previo a la fecha prevista en el párrafo anterior. El Instituto emitirá, a partir de esta fecha, los formatos y

medios para la recopilación de firmas, así como los Lineamientos para las actividades relacionadas.

Además, el artículo mencionado dispone que el proceso de Revocación de Mandato se realizará mediante votación libre, directa y secreta de la ciudadanía inscrita en la lista nominal, el domingo siguiente a los noventa días posteriores a la convocatoria y en fecha no coincidente con las jornadas electorales, federal o locales. Que para que el proceso de Revocación de Mandato sea válido deberá haber una participación de, por lo menos, el cuarenta por ciento de las personas inscritas en la lista nominal de electores. La revocación de mandato sólo procederá por mayoría absoluta.

Asimismo, la disposición constitucional señala que el INE tendrá a su cargo, en forma directa, la organización, desarrollo y cómputo de la votación. Emitirá los resultados de los procesos de revocación de mandato del titular del Poder Ejecutivo Federal, los cuales podrán ser impugnados ante la Sala Superior, en los términos de lo dispuesto en la fracción VI del artículo 41, así como en la fracción III del artículo 99 de la CPEUM.

9. El mismo artículo 35, fracción IX, párrafo 7° de la Constitución establece que queda prohibido el uso de recursos públicos con fines de promoción y propaganda relacionados con los procesos de revocación de mandato. Que el Instituto y los OPL, según corresponda, promoverán la participación ciudadana y serán la única instancia a cargo de la difusión de los mismos. La promoción será objetiva, imparcial y con fines informativos. Además, ninguna persona física o moral, sea a título propio o por cuenta de terceros, podrá contratar propaganda en radio y televisión dirigida a influir en la opinión de la ciudadanía en dicho proceso.
10. Aunado a lo anterior, de conformidad con el artículo 21, fracción IV de la LGCS, en relación con el artículo 35, fracción IX, párrafo 7° de la CPEUM, durante el tiempo que comprende el proceso de revocación de mandato, desde la convocatoria y hasta la conclusión de la jornada, deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación de toda propaganda gubernamental de cualquier orden de gobierno en los medios de comunicación; se exceptúan

de lo anterior: las campañas de información de las autoridades electorales; las relativas a servicios educativos y de salud; las necesarias para la protección civil en casos de emergencia y cualquier otra que autorice el Consejo General, de manera específica durante los procesos electivos, sin que ello implique que sólo las campañas aprobadas por la referida autoridad administrativa son las que podrían difundirse.

11. De conformidad con el artículo 32 de los Lineamientos, la DEPPP llevará a cabo la verificación de la transmisión de promocionales de radio y televisión destinados a la promoción y difusión de la RM.
12. El artículo 33 de los referidos Lineamientos establecen que la DEPPP realizará informes semanales y un informe final de verificación que hará del conocimiento del Comité de Radio y Televisión. Además, la DEPPP elaborará y notificará los requerimientos de información y dará las vistas que deriven, en su caso, de los incumplimientos de los concesionarios. Los plazos que deberán observarse para la notificación de requerimientos y su desahogo serán los que correspondan al periodo en el que se encuentre la entidad en la que estén domiciliadas las emisoras, ya sea ordinario o electoral.

Suspensión de la difusión de propaganda gubernamental

13. Los artículos 35, fracción IX, párrafo 7º de la CPEUM y 33, párrafos 5 y 6 de la LFRM señala que durante el tiempo que comprende el proceso de Revocación de Mandato, desde la emisión de la Convocatoria y hasta la conclusión de la jornada de votación, esto es, **desde el cuatro de febrero al diez de abril de dos mil veintidós**, deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación de toda propaganda gubernamental de cualquier orden de gobierno.

Que los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, sólo podrán difundir las campañas de información relativas a los servicios educativos y de salud o las necesarias para la protección civil.

14. En esos términos, este Consejo General debe analizar y, en su caso, autorizar aquellas campañas de todas las solicitudes recibidas y que estén vinculadas a los conceptos de educación, salud o protección civil en casos de emergencia.

Derivado de lo anterior, al ser la emisión de la convocatoria para el proceso de Revocación de Mandato un hecho futuro pero cierto⁷, también lo es que no podrá difundirse propaganda gubernamental en el periodo citado en los medios de comunicación social incluyendo las emisoras de radio y televisión que estén previstas en el Catálogo Nacional. Las únicas excepciones serán las campañas de información de las autoridades electorales, las relativas a servicios educativos y de salud, y las necesarias para la protección civil en casos de emergencia.

15. Este Consejo General sostiene que la propaganda gubernamental desempeña un papel importante en el desarrollo de los procesos electorales y, en el caso del proceso de Revocación de Mandato, la difusión de esa publicidad tiene un impacto en la apreciación de los consultados; pues lo trascendente para la función que se tiene encomendada, es impedir que se pueda incidir de manera positiva o negativa en el resultado de la jornada de votación. Lo anterior es así, porque de fondo se pretende que los poderes federales, estatales o municipales y cualquier otro ente público se conduzcan con total imparcialidad, a fin de que dicha propaganda no se convierta en un instrumento que pueda provocar un desequilibrio inequitativo.

Criterios aplicables para determinar si se autorizan las campañas vinculadas a los conceptos de educación, salud o protección civil en casos de emergencia

16. 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

⁷ En virtud de que de acuerdo con el informe preliminar presentado por la Dirección Ejecutiva del Registro Federal de Electores a este órgano colegiado se ha alcanzado el porcentaje de firmas de la ciudadanía necesarias para la solicitud de dicho ejercicio.

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 tanto, no está permitida la exaltación, promoción o justificación de algún programa o logro obtenido en los gobiernos local o federal o de alguna administración específica.

17. La Sala Superior aprobó diversos criterios en los que, medularmente se analizan aspectos a considerar en materia de propaganda gubernamental aplicables al caso *mutatis mutandis*, 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

18. 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.
19. Como se mencionó, la máxima autoridad jurisdiccional de la materia analizó en diversas sentencias los conceptos de educación y salud. A fin de 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 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 CPEUM, 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.⁸

En ese sentido, en la sentencia identificada como SUP-RAP-54/2012 y acumulados, en concordancia con el artículo 23 de la Ley General de Salud, la Sala Superior señaló que los servicios de salud son el conjunto de actividades que se llevan a cabo para la satisfacción de dicha necesidad

⁸ Artículos 1 Bis, en relación con el 2, fracciones III, IV, V, VI y VII de la Ley General de Salud

colectiva de interés público, las cuales comprenden todos aquellos actos, medios y recursos que son indispensables para su adecuada prestación.

En resumen, la Sala Superior ha considerado que debe estimarse 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.

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

Protección civil en casos de emergencia

21. Si bien sobre el particular no ha habido pronunciamiento interpretativo de este concepto por parte de la Sala Superior, la Ley General de Protección Civil establece en el artículo 2, fracción XLIII que la Protección Civil es la acción solidaria y participativa, que en consideración tanto de los riesgos de origen natural o antrópico como de los efectos adversos de los agentes perturbadores, prevé la coordinación y concertación de los sectores público, privado y social en el marco del Sistema Nacional, con el fin de crear un conjunto de disposiciones, planes, programas, estrategias, mecanismos y recursos para que de manera corresponsable, y privilegiando la Gestión Integral de Riesgos y la Continuidad de Operaciones, se apliquen las medidas y acciones que sean necesarias para salvaguardar la vida, integridad y salud de la población, así como sus bienes; la infraestructura, la planta productiva y el medio ambiente.

Criterios del Consejo General del INE

22. Como se desprende de los Acuerdos señalados en los Antecedentes I, este Consejo General ha adoptado criterios que complementan las interpretaciones realizadas por la Sala Superior y que como autoridad le competen. Estos criterios se han empleado en el análisis a las solicitudes que los entes de gobierno le formulan respecto de las excepciones previstas en el texto constitucional, a saber:

- **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.

Formulario para la presentación de solicitudes de excepción y procedimiento

23. Este Consejo General estimó pertinente en el Acuerdo identificado con la clave INE/CG1717/2021 retomar el formulario aprobado en el diverso INE/CG03/2017, para acompañar a las solicitudes que fueron presentadas para su análisis por parte de los poderes federales, estatales o municipales y cualquier otro ente público.

24. Además, con el propósito de robustecer el régimen democrático, el Consejo General determinó que dada la complejidad que representa la organización del proceso de Revocación de Mandato, en un ejercicio de sistematización que permitiera lograr un orden, tanto en el procedimiento que este Instituto realiza

para el análisis de cada una de las solicitudes de excepción como en la certeza del plazo en que éstas deben ser presentadas; que los poderes federales, estatales o municipales y cualquier otro ente público remitieran la documentación que estimaran necesaria, así como el formulario referido (anexo único), **treinta días previos** al inicio del periodo de difusión, es decir, a más tardar el **cinco de enero de dos mil veintidós**.

25. Una vez presentadas las solicitudes, se determinó que este Consejo General se pronunciaría respecto a su procedencia a la brevedad y, en la medida de lo posible, en la siguiente sesión que el órgano celebre.
26. Además de las solicitudes que mediante el presente Acuerdo se desechen por extemporáneas, también se facultó a la DEPPP para que las solicitudes que se presenten con posterioridad a la aprobación del presente instrumento sean desechadas por extemporáneas.
27. Finalmente, se determinó que aún sin mediar la solicitud a que se refieren los considerandos previos, 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 que para cada Proceso Electoral ha emitido este Consejo General, de lo contrario podrán ser sujetos de sanción bajo las normas establecidas en el Libro Octavo de la LGIPE.

Análisis de las campañas para que puedan difundirse desde la emisión de la Convocatoria hasta la conclusión de la jornada de votación del proceso de Revocación de Mandato

28. Con base en los criterios señalados se realizará el análisis agrupando, en primer lugar, las campañas que no se analizarán debido a que su vigencia es previa o posterior al periodo en que debe suspenderse la propaganda gubernamental durante el proceso de Revocación de Mandato; posteriormente, se analizarán aquellas campañas que son idénticas a aquellas que han sido anteriormente declaradas procedentes o improcedentes por este

órgano colegiado para los distintos periodos de campaña de procesos electorales o bien, para el proceso de Consulta Popular; después, se estudiarán y agruparán conforme a la dependencia o entidad del gobierno federal, estatal y municipal solicitantes.

29. Conforme a lo anterior, las siguientes solicitudes no serán analizadas en el presente Acuerdo porque la fecha de vigencia de la campaña propuesta inicia y termina con anterioridad a la emisión de la convocatoria del proceso de Revocación de Mandato materia de este Acuerdo:

DEPENDENCIA	CAMPAÑAS	VIGENCIA
Secretaría de Desarrollo Social del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Cursos y Talleres de Desarrollo Comunitario”	Del 03 al 24 de enero de 2022
Departamento de Protección Civil del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Campaña Cohete”	Del 01 de diciembre de 2021 al 02 de febrero de 2022
Ayuntamiento de Alvarado, Veracruz	“Matrimonios Colectivos”	01 de febrero de 2022
Ayuntamiento de Xicotepec, Puebla	“Cafetzin: festival del café”	Del 07 al 30 de enero de 2022

De igual manera, las siguientes solicitudes tampoco serán analizadas pues la fecha de su vigencia inicia con posterioridad al día de la jornada del proceso de Revocación de Mandato:

DEPENDENCIA	CAMPAÑAS	VIGENCIA
Dirección de Protección Civil y Bomberos de Nuevo Laredo, Tamaulipas	“Día del niño”	Del 28 al 30 de abril de 2022
Secretaría de Desarrollo Social, Dirección de Atención a la Juventud de Reynosa, Tamaulipas	“Mis XV”	Del 15 al 29 de abril de 2022
Secretaría de Desarrollo Social del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Concurso de Poesía”	Del 9 al 10 de junio de 2022
Secretaría de Desarrollo Social del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Demostración de brinca tu cuerda, nivel educativo primaria”	13 de mayo de 2022

DEPENDENCIA	CAMPAÑAS	VIGENCIA
Departamento de Protección Civil del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Semana Santa”	Del 14 al 15 de abril de 2022
Departamento de Protección Civil del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Temporada de Invierno”	Del 01 de mayo al 31 de agosto de 2022

30. 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 o el proceso de Consulta Popular celebrado con anterioridad.

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

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
SENER	<p>“Campaña: “Horario de Verano”</p> <p>Versión: Inicio Franja Fronteriza Norte, vigencia: 07 al 13 de marzo</p> <p>Versión: Inicio resto de la República, vigencia: 28 de marzo al 03 de abril</p>	Procedente	<p>CG75/2012, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG1644/2021</p>	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.
INBAL	<p>“Difusión de la Cultura y Patrimonio Artístico y Literario”, vigencia del 01 de marzo al 31 de diciembre</p>	Procedente	<p>INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021</p>	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.
Secretaría de Cultura	<p>“Actividades y Servicios Culturales”, vigencia: 01 de marzo al 31 de diciembre</p>	Procedente	<p>INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, UNE/CG235/2020, INE/CG109/2021 INE/CG334/2021,</p>	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

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
			INE/CG626/2021 e INE/CG1644/2021	la población el interés y la asistencia a las mismas, así como difundir el patrimonio histórico y cultural de la nación para su disfrute y conservación.
CECUTT	“Promoción de Bienes y Servicios Culturales” vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021	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.
INAH	“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, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021	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; además, busca promover la importancia del patrimonio antropológico, histórico, arqueológico y paleontológico y hacer conciencia del valor de ese legado y la necesidad de su protección.
SHCP	“Declaración Anual e Informativa”, vigencia 01 al 30 de abril	Procedente	CG126/2009, CG601/2009, CG135/2011, CG75/2012, CG94/2013, CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG235/2020 e INE/CG334/2021	La campaña “Declaración Anual e Informativa” es acorde al concepto de educación, porque incentiva el 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.
IPN	“Expoprofesiográfica 2022 Nivel Superior”, con vigencia 14 al 25 de febrero	Procedente	INE/CG78/2016	Esta campaña tiene como objetivo dar a conocer la oferta académica del IPN por lo cual encuentra cabida en el concepto de educación. Además, 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

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
				los procesos educativos, por tanto, es claro que se relaciona con el concepto de educación.
CONAFOR	“Prevención y reporte de incendios forestales. Versiones 2022 A y B” con vigencia del 27 de marzo al 30 de mayo	Procedente	CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017 e INE/CG172/2018	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 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 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.
ISSSTE	“Prevención de Obesidad. Versión 3x1” ⁹ vigencia: del 01 al 31 de marzo.	Procedente	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021	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. ¹⁰
IMSS	“Consejos PREVENIMSS”;	Procedente	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e	Esta campaña está destinada directamente a los servicios de salud y, en consecuencia, su

⁹ La versión previamente aprobada por el Consejo General fue la campaña “PPRESyO”, sin embargo, los objetivos de ambas versiones son idénticos, por tanto, se considera que es procedente la misma calificación ya otorgada.

¹⁰ En condiciones similares a las señaladas en los Acuerdo identificados con las claves 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”.

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
	vigencia del 01 de enero al 01 de junio.		INE/CG626/2021	difusión se encuentra amparada en el precepto constitucional ¹¹ Además, esta campaña está enfocada a proteger a la población de mayor riesgo y reducir el número de contagios entre quienes por su condición de comorbilidad son susceptibles de enfermar gravemente si contraen COVID-19.
Lotería Nacional	<p>1. “Si juegas, gana México, versiones: 1) Historias, 2) Asistencia social”; vigencia del 4 de febrero al 10 de abril.</p> <p>2. “¡Alegría Lotería!, versiones: 1) Familia Lotería Nacional Fusionada, 2) Marcas de Lotería Nacional, 3) Premios y 4) venta en Línea”; vigencia del 4 de febrero al 10 de abril.</p> <p>3. “Marcas Deportivas, versiones: 1) Deportivas Lotería, y 2) Embajadores”; vigencia del 4 de febrero al 10 de abril.</p> <p>4. “Sorteos Especiales, versiones: 1) Gran Sorteo Especial, 2)</p>	Procedente	<p>CG40/2009, CG601/2009, CG155-2010, CG135-2011, CG75-2012, CG94-2013, CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG1644/2021</p>	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 el proceso de Revocación de Mandato. ¹²

¹¹ En condiciones similares a las señaladas en los Acuerdo identificados con las claves 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”.

¹² 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
	Sorteos Tradicionales y 3) Pueblos Mágicos"; vigencia del 4 de febrero al 10 de abril.			
Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Aliméntate Bien", con vigencia del 15 de enero al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG334/2021	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.
Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Atención Psicológica DIF", con vigencia del 15 de enero al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG334/2021	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.
Secretaría de Educación, Cultura y Deporte de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Convocatoria mensual para ingresar a la preparatoria abierta", con vigencia del 03 de enero al 17 de septiembre	Procedente	INE/CG334/2021	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

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
				<p>impone el texto constitucional, ya que incentiva el ingreso a la educación media superior para así evitar el rezago educativo.</p>
<p>Dirección de Protección Civil y Bomberos de Nuevo Laredo, Tamaulipas</p>	<p>“Operativo Carrusel”, con vigencia del 01 de enero al 30 de junio</p>	<p>Procedente</p>	<p>INE/CG334/2021</p>	<p>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.</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 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>Dirección de Protección Civil y Bomberos de Nuevo Laredo, Tamaulipas</p>	<p>“Operativo Apoyo Migrante”, con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre</p>	<p>Procedente</p>	<p>INE/CG334/2021</p>	<p>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 el proceso de Revocación de Mandato, por su vinculación</p>

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
				<p>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>
<p>Dirección de Protección Civil y Bomberos de Nuevo Laredo, Tamaulipas</p>	<p>"Puestos de Hidratación", con vigencia del 01 de abril al 30 de septiembre</p>	<p>Procedente</p>	<p>INE/CG334/2021</p>	<p>La campaña encuadra en los supuestos de 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</p>

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
				<p>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>
<p>Secretaría de Educación del Gobierno del estado de Tamaulipas</p>	<p>“Clases en el Hogar”, con vigencia del 04 de febrero al 10 de abril.</p>	<p>Improcedente</p>	<p>INE/CG334/2021</p>	<p>Si bien es cierto que la Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, y por tanto se considera pertinente exceptuar las campañas que tienen como finalidad proporcionar los medios para dar oportunidad a las personas de tomar clases y que la educación esté al alcance de todos, también lo es que del formulario se desprende que la presente campaña corresponde a un programa de radio y no a una campaña de propaganda gubernamental.</p>
<p>Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Tamaulipas</p>	<p>“Conoce TAM”, con vigencia del 04 de febrero al 10 de abril.</p>	<p>Procedente</p>	<p>INE/CG334/2021</p>	<p>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 se reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural, 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>

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
				<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 del Gobierno del estado de Tamaulipas</p>	<p>“Aplicación Compra TAM”, con vigencia del 04 de febrero al 10 de abril.</p>	<p>Procedente</p>	<p>INE/CG334/2021</p>	<p>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 se reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural, 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 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,</p>

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
				importancia histórica, cultural y costumbres.
Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Tamaulipas	"Página de internet www.visitatam.com ", con vigencia del 04 de febrero al 10 de abril.	Improcedente	INE/CG334/2021	Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en la página web. No obstante, lo anterior, la difusión de información del mencionado sitio web debe estar a lo dispuesto por la Sala Superior 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" ¹³ .
Secretaría de Salud del Gobierno del estado de Tamaulipas	"Línea de apoyo ante COVID-19", con vigencia del 04 de febrero al 10 de abril.	Procedente	INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021	Como resultado de la pandemia por COVID-19, esta campaña pretende brindar orientación a la población a través de una línea de apoyo que busca reducir la ansiedad y angustia que puede estar causando el aislamiento, y a su vez proporcionar información veraz sobre el virus SARS-CoV2. En ese sentido, se considera que por la contingencia es información útil y necesaria, por tanto, encuadra dentro del concepto de salud y se encuentra dentro de las excepciones previstas a la transmisión de propaganda gubernamental durante el periodo de duración del proceso de Revocación de Mandato.
Secretaría de Salud del Gobierno del estado de Tamaulipas	"Protocolo de Playas ante pandemia por coronavirus", con vigencia del 04 de febrero al 10 de abril.	Procedente	INE/CG334/2021	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

¹³ Tesis XIII/2017, 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	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
				<p>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. Más aun, cuando se está viviendo con una nueva normalidad en donde estos informes coadyuvan a la protección de la vida de la ciudadanía.</p>
<p>Protección Civil del Gobierno del estado de Tamaulipas</p>	<p>“Ángeles Azules”, con vigencia del 04 de febrero al 10 de abril.</p>	<p>Procedente</p>	<p>INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021</p>	<p>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.¹⁴</p>
<p>Secretaría de Seguridad del Gobierno del</p>	<p>“Línea de emergencia 911”, con vigencia del 04</p>	<p>Procedente</p>	<p>INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021</p>	<p>Se trata de información institucional con fines educativos, pues instruye a la población sobre</p>

¹⁴ En condiciones similares a esta campaña “Ángeles Azules”, en el SUP-RAP-121/2014, respecto de la “Campaña del 066 y 089 del Consejo Estatal de Seguridad Pública”, la Sala Superior 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 policiacas, 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 los previsto en las excepciones previstas en el artículo 35, fracción IX, párrafo 7° de la CPEUM.

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
estado de Tamaulipas	de febrero al 10 de abril.			<p>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.</p> <p>Así, 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>
Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Colima	<p>“Difusión de los números de emergencia 089 y 911 y denuncia anónima a través de campañas preventivas”, con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.</p>	Procedente	INE/CG109/2021 e INE/CG626/2021	<p>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.</p> <p>Así, puede considerarse dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.¹⁵</p>
Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Colima	<p>“Trámites en Línea”, con vigencia del 04 de febrero al 10 de abril.</p>	Procedente	INE/CG109/2021 e INE/CG626/2021	<p>La campaña pretende orientar a la población sobre el uso de tecnologías de información para realizar pagos en línea y aminorar el riesgo por contagios por COVID-19.</p> <p>En ese sentido, se considera que por la contingencia es información útil y necesaria para prevenir riesgos de contagio, por tanto, encaja dentro del concepto de educación y salud y se encuentra dentro de las excepciones previstas a la transmisión de propaganda gubernamental.</p> <p>Ahora bien, resulta importante subrayar que la campaña deberá cumplir con lo establecido por la</p>

¹⁵ ídem.

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
				Sala Superior en la tesis XIII/2017. ¹⁶
Coordinación General de Comunicación e Imagen del Gobierno del estado de Coahuila de Zaragoza	"Tú eres parte", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG334/2021	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 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.
Coordinación General de Comunicación e Imagen del Gobierno del estado de Coahuila de Zaragoza	"Salud, hazlo por ti", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG334/2021	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 el proceso de Revocación de Mandato, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.
Secretaría de Turismo y la Coordinación General de Comunicación Social y	"Campaña de promoción turística del Estado de Oaxaca" con vigencia del 04 de febrero al 31 de julio	Procedente	INE/CG334/2021, INE/CG377/2021 e INE/CG626/2021	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

¹⁶ 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	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
Vocería, ambos del Gobierno del estado de Oaxaca	y 15 de enero al 31 de diciembre			<p>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, costumbres y gastronomía, entre otros.</p> <p>En consecuencia, resulta evidente que la promoción del estado de Oaxaca se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer que esta próxima a celebrarse la Guelaguetzta y la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres, así como su gastronomía.</p>
Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno del estado de Oaxaca	"Campaña de vacunación COVID", con vigencia del 15 de enero al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG377/2021 e INE/CG626/2021	<p>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.</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</p>

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
				<p>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, se considera adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental, por su vinculación con los conceptos de salud y protección civil.</p>
<p>Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno del estado de Oaxaca</p>	<p>“Campaña de promoción cultural de Oaxaca”, con vigencia del 15 de enero al 31 de diciembre</p>	<p>Procedente</p>	<p>INE/CG377/2021 e INE/CG626/2021</p>	<p>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, costumbres y gastronomía, entre otros.</p> <p>En consecuencia, resulta evidente que la promoción del estado de Oaxaca sobre sus lugares y destinos turísticos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de</p>

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
				interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres, así como su gastronomía.
Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno del estado de Oaxaca	"Protección Civil 2022", ¹⁷ con vigencia del 15 de enero al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG377/2021 e INE/CG626/2021	<p>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.</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 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, contribuir a la disminución de riesgos y prevención de una situación de peligro, lo que contribuye a salvar vidas humanas.</p>
Secretaría de Desarrollo	"De la Mano Contigo, vertiente	Improcedente ¹⁹	INE/CG626/2021	La difusión del programa no cumple con los criterios de

¹⁷ En acuerdos anteriores, se aprobó la campaña "Protección Civil 2021", sin embargo, el cambio del año de aplicación el contenido es el mismo con esta campaña; por tanto, se considera se trata de la misma campaña.

¹⁹ La improcedencia de la presente campaña fue confirmada por la Sala Superior en el SUP-RAP-157/2021.

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
Social del Gobierno del estado de Aguascalientes	Certificado de Asistencia Funeraria”, ¹⁸ con vigencia del 30 de diciembre de 2021 al 31 de diciembre de 2022.			necesidad y generalidad, ya que no justifica su difusión durante el periodo que comprenderá la Revocación de Mandato, en el entendido de que la información que se pretenda difundir, deberá de ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún beneficio directo de un sector en específico de la población, como es el caso de esta campaña, con la difusión de la entrega de pólizas de asistencia funeraria a ciertos grupos sociales.
Secretaría de Desarrollo Social del Gobierno del estado de Aguascalientes	“Contigo Vamos”, con vigencia del 30 de diciembre de 2021 al 31 de diciembre de 2022.	Procedente	INE/CG626/2021	La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente informar y proporcionar capacitaciones o talleres que contribuyan al desarrollo humano. 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 participación a distancia de la comunidad en general en los talleres y capacitaciones implementadas para desarrollar su potencial.
Secretaría de Desarrollo Social del Gobierno del estado de Aguascalientes	“De la Mano Contigo, vertiente Comedores Contigo”, ²⁰ con vigencia del 30 de diciembre de 2021 al	Improcedente ²¹	INE/CG626/2021	Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que ofrece alimentación mediante comedores comunitarios, la misma no cumple con los criterios de generalidad y

¹⁸ Existe una pequeña variación en el nombre de esta campaña con la que se aprobó en el acuerdo identificado con la clave INE/CG626/2021, sin embargo, el contenido de la campaña de este acuerdo es idéntico a la ya calificada. Por tanto, se considera que es la misma campaña actualizada.

²⁰ Existe una pequeña variación en el nombre de esta campaña con la que se aprobó en el acuerdo identificado con la clave INE/CG626/2021, sin embargo, el contenido de la campaña de este acuerdo es idéntico a la ya calificada. Por tanto, se considera que es la misma campaña actualizada.

²¹ La improcedencia de la presente campaña fue confirmada por la Sala Superior en el SUP-RAP-157/2021.

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
	31 de diciembre de 2022.			necesidad, ya que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún beneficio directo de un sector en específico de la población, como es el caso de esta campaña con la difusión del establecimiento de comedores comunitarios y escolares para grupos sociales vulnerables.
Secretaría de Desarrollo Social del Gobierno del estado de Aguascalientes	“En acción contigo”, con vigencia del 30 de diciembre de 2021 al 31 de diciembre de 2022.	Improcedente²²	INE/CG626/2021	Si bien la campaña guarda relación con el concepto de educación, ya que se trata de la difusión de cursos y talleres educativos, también se pretende la entrega de apoyos económicos, por lo que la promoción de la campaña no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que otorga un beneficio directo a un sector específico de la población.
Secretaría de Desarrollo Social del Gobierno del estado de Aguascalientes	“Contigo Podemos, vertiente Huertos Contigo”, ²³ con vigencia del 30 de diciembre de 2021 al 31 de diciembre de 2022.	Improcedente²⁴	INE/CG626/2021	Si bien esta campaña encuadra en el concepto de salud, no cumple con los criterios de generalidad y necesidad, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no en algún beneficio directo de un sector en específico de la población, como es el caso de esta campaña con la difusión de la entrega de semillas, humus y capacitaciones gratuitas para que el sector vulnerable de la población pueda iniciar un huerto.

²² Ídem.

²³ Existe una pequeña variación en el nombre de esta campaña con la que se aprobó en el acuerdo identificado con la clave INE/CG626/2021, sin embargo, el contenido de la campaña de este acuerdo es idéntico a la ya calificada. Por tanto, se considera que es la misma campaña actualizada.

²⁴ La improcedencia de la presente campaña fue confirmada por la Sala Superior en el SUP-RAP-157/2021.

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
Secretaría de Desarrollo Social del Gobierno del estado de Aguascalientes	“Gobernador Contigo, vertiente Gestión Social”, ²⁵ con vigencia del 30 de diciembre de 2021 al 31 de diciembre.	Improcedente ²⁶	INE/CG626/2021	La campaña está vinculada al concepto de salud, sin embargo, no cumple con los criterios de generalidad y necesidad, en el entendido de que la información que se pretendía difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo de un sector en específico de la población, como es el caso de esta campaña con la difusión de la entrega de apoyos en especie o económicos.
Instituto de Educación de Aguascalientes	“Programa de Apoyo a la Gestión Escolar”, con vigencia del 01 de febrero al 30 de septiembre.	Improcedente ²⁷	INE/CG626/2021	Si bien la campaña guarda relación con el concepto de educación, se trata de la entrega de un beneficio directo a un sector en específico de la población informar sobre la entrega de recursos para el sostenimiento de los planteles educativos y que pueda hacerse un mejoramiento de la escuela, así como para garantizar condiciones óptimas para que el alumnado permanezca en las escuelas. ²⁸
Instituto de Educación de Aguascalientes	“Universitario al 100”, ²⁹ con vigencia del 01 de febrero al 30 de septiembre.	Improcedente ³⁰	INE/CG626/2021	La campaña tiene un estrecho vínculo con el concepto de educación, sin embargo, no cumple con los criterios de

²⁵ Existe una pequeña variación en el nombre de esta campaña con la que se aprobó en el acuerdo identificado con la clave INE/CG626/2021, sin embargo, el contenido de la campaña de este acuerdo es idéntico a la ya calificada. Por tanto, se considera que es la misma campaña actualizada.

²⁶ La improcedencia de la presente campaña fue confirmada por la Sala Superior en el SUP-RAP-157/2021.

²⁷ La improcedencia de la presente campaña fue confirmada por la Sala Superior en el SUP-RAP-159/2021.

²⁸ 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.

²⁹ Existe una pequeña variación en el nombre de esta campaña con la que se aprobó en el acuerdo identificado con la clave INE/CG626/2021, sin embargo, el contenido de la campaña de este acuerdo es idéntico a la ya calificada. Por tanto, se considera que es la misma campaña actualizada.

³⁰ La improcedencia de la presente campaña fue confirmada por la Sala Superior en el SUP-RAP-159/2021.

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
				necesidad y generalidad, pues se trata de un beneficio directo a un sector específico de la población, como lo es la entrega de becas a alumnos universitarios para evitar la deserción por falta de recursos económicos. ³¹
Instituto de Educación de Aguascalientes	“Tutor al 100”, ³² con vigencia del 01 de febrero al 30 de septiembre.	Improcedente ³³	INE/CG626/2021	La campaña tiene un estrecho vínculo con el concepto de educación, sin embargo, no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, pues se trata de un beneficio directo a un sector específico de la población, como lo es la entrega de becas a estudiantes destacados que ofrecen asesoría a sus compañeros con rezagos académicos. ³⁴
Instituto de Educación de Aguascalientes	“Creciendo Juntos”, con vigencia del 01 de febrero al 30 de septiembre.	Improcedente ³⁵	INE/CG626/2021	Al igual que las campañas anteriores, si bien el programa guarda relación con el concepto de educación, ya que se trata de un programa de entrega de becas a alumnos de educación básica económicamente vulnerables para evitar la deserción escolar, la difusión de esta no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no justifica su difusión, en el entendido de que la

³¹ 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.

³² Existe una pequeña variación en el nombre de esta campaña con la que se aprobó en el acuerdo identificado con la clave INE/CG626/2021, sin embargo, el contenido de la campaña de este acuerdo es idéntico a la ya calificada. Por tanto, se considera que es la misma campaña actualizada.

³³ La improcedencia de la presente campaña fue confirmada por la Sala Superior en el SUP-RAP-159/2021.

³⁴ 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.

³⁵ La improcedencia de la presente campaña fue confirmada por la Sala Superior en el SUP-RAP-159/2021.

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
				información que pretenda difundir no debe reducirse a la entrega de un beneficio directo, como es el caso. ³⁶
Instituto de Educación de Aguascalientes	“Que nadie se vaya de la educación” ³⁷ , con vigencia del 01 de febrero al 30 de septiembre.	Improcedente ³⁸	INE/CG626/2021	Si bien el programa guarda relación con el concepto de educación, ya que se trata de un programa de entrega de aparatos electrónicos a alumnos del sector vulnerable que coadyuven para llevar a cabo las actividades escolares y así evitar la deserción escolar, la difusión de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no justifica su difusión en el entendido de que la información que se pretenda difundir, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún beneficio directo de un sector específico de la población, como es el caso ³⁹ .
Instituto de Educación de Aguascalientes	“Programa uniformes escolares del Instituto de Educación de	Improcedente ⁴¹	INE/CG626/2021	El objetivo de la campaña hace referencia a la difusión de entrega de uniformes escolares, con la finalidad de que la población evite esta compra y ahorre, por lo que, si bien se vincula con el concepto de educación, no cumple con los

³⁶Jurisprudencia 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.

³⁷ Existe una pequeña variación en el nombre de esta campaña con la que se aprobó en el acuerdo identificado con la clave INE/CG626/2021, sin embargo, el contenido de la campaña de este acuerdo es idéntico a la ya calificada. Por tanto, se considera que es la misma campaña actualizada.

³⁸ La improcedencia de la presente campaña fue confirmada por la Sala Superior en el SUP-RAP-159/2021.

³⁹ 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.

⁴¹ La improcedencia de la presente campaña fue confirmada por la Sala Superior en el SUP-RAP-159/2021.

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
	Aguascalientes”, ⁴⁰ con vigencia del 01 de febrero al 30 de septiembre.			criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún beneficio directo de un sector específico de la población, como es el caso. ⁴²
Instituto de Educación de Aguascalientes	“Apoyo a la Permanencia”, ⁴³ con vigencia del 01 de febrero al 30 de septiembre.	Improcedente ⁴⁴	INE/CG626/2021	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, en el entendido de que la información que se pretenda difundir, 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 estableció en la Jurisprudencia 19/2019, ⁴⁵ que no existe el deber de suspender la entrega de los

⁴⁰ Existe una pequeña variación en el nombre de esta campaña con la que se aprobó en el acuerdo identificado con la clave INE/CG626/2021, sin embargo, el contenido de la campaña de este acuerdo es idéntico a la ya calificada. Por tanto, se considera que es la misma campaña actualizada.

⁴² 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.

⁴³ Existe una pequeña variación en el nombre de esta campaña con la que se aprobó en el acuerdo identificado con la clave INE/CG626/2021, sin embargo, el contenido de la campaña de este acuerdo es idéntico a la ya calificada. Por tanto, se considera que es la misma campaña actualizada.

⁴⁴ La improcedencia de la presente campaña fue confirmada por la Sala Superior en el SUP-RAP-159/2021.

⁴⁵ 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	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
				beneficios de los programas sociales durante periodo prohibido; 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, resultando por analogía aplicable para el caso de la Revocación de Mandato.
Instituto de Educación de Aguascalientes	"Movilidad Académica en el Extranjero", ⁴⁶ con vigencia del 01 de febrero al 30 de septiembre.	Improcedente ⁴⁷	INE/CG626/2021	La campaña tiene un estrecho vínculo con el concepto de educación, sin embargo, no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, pues se trata de un beneficio directo a un sector específico de la población, como lo es la entrega de becas para promover que el estudiantado pueda contar con mayor experiencia sobre los retos de la competencia global, y conocer las experiencias y tendencias dentro del sector profesional, así como proyectar la internacionalización de su educación superior. ⁴⁸

31. 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

⁴⁶ La presente campaña tiene un nombre distinto al de la campaña "Programa Beca Universitario al 100" que se aprobó en el acuerdo INE/CG626/2021, sin embargo, el contenido de la campaña de este acuerdo es idéntico a la ya calificada, por tanto, se considera que es la misma campaña actualizada.

⁴⁷ La improcedencia de la presente campaña fue confirmada por la Sala Superior en el SUP-RAP-159/2021.

⁴⁸ 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.

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:

32. **Infonavit.** La campaña “Para lo que suena difícil, Infonavit Fácil”, con vigencia del veintiocho de enero al treinta y uno de diciembre de dos mil veintidós, tiene el objetivo de que la población mexicana conozca la plataforma en línea de educación financiera www.infonavitfacil.mx en la que podrán encontrar en un lenguaje claro, sencillo y directo, todo lo que requieren saber sobre créditos, soluciones de pago y trámites del Infonavit al igual que cómo protegerse de los fraudes.

La campaña “Infonavit, de los trabajadores para los trabajadores”, con vigencia del veintiocho de enero al treinta y uno de diciembre de dos mil veintidós, tiene el objetivo de que la población mexicana conozca que el Instituto se debe al servicio de las y los trabajadores mexicanos para que obtengan financiamientos para comprar, construir o mejorar su casa.

Las campañas se tornan **improcedentes** porque no cumplen con los criterios de generalidad y necesidad, ya que, por un lado, van dirigidas a un público específico beneficiario (trabajadoras y trabajadores derechohabientes del INFONAVIT entre 18 y 65 años de edad) y, por el otro, se advierte que una de las campañas busca difundir la plataforma Infonavit Fácil, donde se dan a conocer todos los financiamientos, soluciones de pago y los principales trámites que debe llevar a cabo una persona derechohabiente, además que durante todo 2022 se estarán lanzando nuevos financiamientos; y la otra, busca reconocer el esfuerzo de las y los trabajadores como principales sujetos de acción del INFONAVIT, en el marco del 50º aniversario, por tanto, las campañas pueden ser difundidas en otro momento, ya que además busca que las personas derechohabientes contraten un financiamiento, no sólo conozcan de ellos.

33. **INALI.** La campaña “Diversidad Lingüística. Versión Decenio Internacional de las Lenguas Indígenas”, con vigencia del primero de enero al veintiocho de

febrero de dos mil veintidós, tiene el objetivo de dar a conocer la diversidad lingüística nacional, así como los esfuerzos nacionales e internacionales por el reconocimiento de los derechos de los pueblos indígenas a la libertad de expresión, a la educación en su idioma materno y a la participación en la vida pública utilizando sus idiomas, como requisitos previos para la supervivencia de los idiomas indígenas.

Esta campaña debe ser analizada a la luz del artículo 14, inciso c) la Ley General de Derechos Lingüísticos de los Pueblos Indígenas, que entre otras cosas dispone que el INALI debe ampliar el ámbito social de uso de las lenguas indígenas nacionales y promover el acceso a su conocimiento, así como estimular la preservación, conocimiento y aprecio de las lenguas indígenas en los espacios públicos y los medios de comunicación.

Dicho lo anterior, debe considerarse que nuestro orden legal señala que las lenguas indígenas son parte integrante del patrimonio cultural y lingüístico nacional y que tanto el español como las lenguas indígenas son lenguas nacionales y tendrán la misma validez, por lo que en armonía con lo señalado como concepto de educación, en especial lo referente a la diversidad cultural, este Consejo General determina que es adecuado vincular la difusión de esta campaña ya que promover el multilingüismo y la diversidad cultural siempre abona al acrecentamiento de la cultura y, por tanto, a la educación de la población lo que la hace **procedente**.⁴⁹

- 34. IPN.** La campaña “35 Aniversario Radio IPN”, con vigencia del primero al veintiocho de febrero de dos mil veintidós, tiene el objetivo de dar a conocer al público en general que en el mes de febrero se cumplen 35 años de la creación de radio IPN, donde se difunden los valores y principios que establece el IPN.

Así, es claro para este Consejo General que el objetivo que persigue se encuentra vinculada al concepto de educación pues la difusión de valores y principios forman integralmente al ser humano, ya que la educación no está

⁴⁹ En condiciones similares INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017 con las campañas “Promover, fortalecer, preservar y desarrollar las lenguas indígenas” y “Diversidad lingüística”, respectivamente.

concebida únicamente como la actividad docente, sino también como el acrecentamiento de la cultura a través del uso de otras herramientas como lo es la radio, por tanto, la campaña resulta **procedente**.

35. **CFE.** La campaña “Reforma Eléctrica” con vigencia del treinta y uno de enero al treinta de noviembre de dos mil veintidós, tiene el objetivo de informar a la población los beneficios y bondades que traerá a los mexicanos la aprobación de la iniciativa de Reforma Eléctrica del Presidente de la República, principalmente el fortalecimiento de la CFE. Además, la campaña pretende informar que la reforma eléctrica tiene como fin abonar a la seguridad y velar por los intereses del pueblo de México al garantizar que se continúe con el suministro eléctrico reduciendo los costos del servicio a la población.

Para este Consejo General esta campaña resulta **improcedente** ya que no puede ser asociada con ninguno de los conceptos de excepción al tratarse de la difusión de una propuesta de reforma realizada por el titular del Ejecutivo Federal y que se encuentra en discusión para su aprobación y eventual modificación por el Congreso de la Unión, en ese sentido, se trata de la promoción de un hecho futuro de realización incierta que constituye un eje central de las políticas públicas del actual Gobierno Federal.

La campaña, en sus diferentes versiones utiliza frases como: *“Que no te engañen, con la Reforma Eléctrica no subirán los precios de la luz, al contrario, el gobierno será el encargado de fijar tarifas justas por debajo de la inflación”, “En España los precios de la electricidad los fijan empresas privadas y son elevadísimos. No queremos eso para México.”, “La electricidad era tuya te la vamos a devolver.”, “Que no te engañen, entregar el sistema eléctrico a privados pone en riesgo el futuro de México.”, “Que no te engañen. La Reforma Eléctrica no está en contra de la inversión privada, al contrario, propone un equilibrio justo entre la generación privada y la generación del estado.”, “Que no te engañen. Con la Reforma Eléctrica revertiremos el gran daño que se le está haciendo a México, porque no es justo que las grandes empresas finjan sociedades de auto abasto para no pagar el precio justo por el transporte de la energía.” y “Que no te engañen. La Reforma Eléctrica no está en contra de las energías limpias, al contrario, promueve su uso de manera equilibrada.”;*

frases que desde el punto de vista de este Consejo General pueden generar una incidencia de manera negativa (en contra de que se revoque el mandato) en el resultado de la jornada de votación, porque de fondo busca generar empatía con una propuesta originada del Ejecutivo Federal, donde el titular de este es el objeto de consulta en el proceso de Revocación de Mandato, por tanto, la campaña puede generar un desequilibrio.

De esa manera, como se ha mencionado anteriormente, la propaganda gubernamental juega un papel importante en el desarrollo de los procesos electorales y, en este caso del proceso de Revocación de Mandato, la difusión de esa publicidad puede tener un impacto en la apreciación de los consultados al hablar favorablemente de una propuesta de reforma constitucional y legal, que promete beneficios directos a la población como lo son la baja en el costo de la electricidad y la devolución de un bien supuestamente robado, por tanto la campaña resulta improcedente.

- 36. Secretaría de Salud.** La campaña “Promoción de la salud, versiones varias”, con vigencia del primero de febrero al treinta de junio de dos mil veintidós, tiene el objetivo de fomentar la cultura del cuidado de la salud entre la población, desde una alimentación saludable y actividad física que coadyuven a la atención de enfermedades como el sobrepeso, la obesidad y la hipertensión, por mencionar algunas. Asimismo, ante las lecciones aprendidas por la actual pandemia de COVID-19, reforzar las medidas de higiene, así como la atención de la salud mental de los distintos grupos de edad de la población se vuelve una prioridad ante los crecientes índices de depresión y ansiedad, entre otros.

Con base en lo anterior, la campaña tiene como objetivo estimular y concientizar la adopción de medidas eficaces de vigilancia y control de enfermedades y de sus complicaciones, además ante la citada pandemia es necesario fomentar una cultura de la prevención y promover hábitos de vida saludables que eviten a la población ubicarse en situaciones de riesgo.

En ese sentido, conforme a los artículos 27 de la Ley General de Salud; 19, fracción II y 45, fracción I del Reglamento Interior de la Secretaría de Salud,

corresponde a la dependencia federal la prevención, control, información y promoción de estrategias nacionales en materia de atención a la salud.

Por lo anterior, este Consejo General considera que la solicitud es **procedente** y 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.

37. **CENSIA.** La campaña “Promoción de la vacunación”, con vigencia del primero de febrero al treinta y uno de marzo de dos mil veintidós, tiene el objetivo de brindar información a la población general sobre la importancia de las vacunas en la prevención de enfermedades.

El artículo 47, fracción II del Reglamento Interior de la Secretaría de Salud, dispone que el CENSIA puede proponer las estrategias nacionales en materia de vacunación, para toda la población.

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 19 del presente instrumento, esto es, el CENSIA 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.

Por tanto, se estima **procedente** considerar dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales durante el proceso de Revocación de Mandato ya que la campaña busca reducir la incidencia de las enfermedades prevenibles por vacunación, favoreciendo la actualización del esquema básico de vacunación en la línea de vida.

38. **CNTS.** La campaña “Donación voluntaria y altruista de sangre” con vigencia del primero de enero al treinta y uno de diciembre de dos mil veintidós, tiene el objetivo de concientizar a la población en general para que participen

donando sangre de manera voluntaria y altruista en colectas externas o instalaciones de bancos de sangre.

Así, el Centro Nacional de la Transfusión Sanguínea es un organismo desconcentrado, dependiente de la Secretaría de Salud que tiene como funciones principales el formular y evaluar las políticas y estrategias nacionales en medicina transfusional, promover y supervisar las campañas de captación voluntaria de sangre del Sistema Nacional de Salud, así como establecer y aplicar procedimientos para facilitar, en todo el territorio nacional, la obtención de sangre, componentes sanguíneos y de células progenitoras hematopoyéticas con fines terapéuticos.

En ese sentido, 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 **procedente** la solicitud y la campaña como exceptuada de la prohibición constitucional de difundir propaganda gubernamental durante el proceso de Revocación de Mandato.

- 39. Secretaría de Infraestructura, Comunicaciones y Transportes.** La campaña “Carretera Segura. Versiones: Automóviles, Autotransporte y Accidentes Autos” con vigencia del primero de marzo al dos de abril de dos mil veintidós, tiene el objetivo de reducir situaciones que pongan en peligro la integridad de usuarios de la red carretera del país, a través de la difusión de mensajes que generen conciencia y conocimiento sobre la cultura y educación vial.

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.

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 **procedente** exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante el proceso de Revocación de Mandato.

- 40. Ayuntamiento de Alvarado, Veracruz.** La campaña “Pago del impuesto predial” con vigencia del tres de enero al veintisiete de marzo de dos mil veintidós, tiene el objetivo de generar la participación ciudadana responsable con las contribuciones, destacando la importancia de alentar al ciudadano con la responsabilidad cívica de contribuir.

Este tipo de campañas relacionadas con el pago de las obligaciones contributivas son acorde al concepto de educación, porque incentiva el 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.

De esa manera este tipo de campaña 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 crea una cultura de solidaridad en el cumplimiento voluntario y oportuno de las obligaciones fiscales, por lo que resulta **procedente**.

- 41. Gobierno del estado de Chihuahua.** La campaña “Trámites Vehiculares replaqueo 2022” con vigencia del cuatro de febrero al treinta y uno de marzo de dos mil veintidós, tiene como objetivo informar a la ciudadanía que debe cumplir con sus contribuciones y que al hacer los trámites vehiculares habrá también cambio de placas. Asimismo, se busca informar sobre el periodo de

tiempo para la realización de dicho trámite, lo cual forma parte de la estrategia nacional de seguridad pública.

Así, la campaña pretende orientar a la población sobre trámites y servicios que presta el gobierno en ejercicio de sus funciones. En ese sentido, se considera que es información pública de carácter institucional, útil y necesaria para realizar los trámites para renovar sus placas de circulación y, por lo tanto, es **procedente**.⁵⁰

Ahora bien, resulta importante subrayar que la campaña deberá cumplir con lo establecido por la Sala Superior en la tesis XIII/2017.⁵¹

- 42. Ayuntamiento de Manzanillo, Colima.** La campaña “Carnaval Cultural Nuestras Raíces”, con vigencia del veintiuno de diciembre de dos mil veintiuno al trece de febrero de dos mil veintidós, tiene como objetivo fomentar la identidad cultural con un enfoque educativo, ya que es fundamental para el desarrollo humano de los ciudadanos, después de haber sido forzados a un encierro por pandemia, al promover que las personas se identifiquen con sus raíces y cultura popular.

En ese sentido, se considera que la promoción del país y de sus regiones turísticas 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 se reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del

⁵⁰ Se calificó en los mismos términos la campaña enviada por la Coordinación de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México denominada “Reemplacamiento” en el Acuerdo INE/CG431/2021.

⁵¹ 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.

conocimiento social y cultural, 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 de sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros.

En ese sentido, de acuerdo con lo establecido por la Sala Superior,⁵² este Consejo General estima que la difusión de propaganda, en época consultiva, con motivo de la invitación a festejar un día cultural, no infringe la prohibición de difundir propaganda gubernamental, durante este periodo, 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 promoció 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.

De esta manera, se considera **procedente** la presente campaña ya que se adecua a las excepciones de la prohibición de difundir propaganda gubernamental, por su vinculación directa con el concepto de educación.

- 43. Ayuntamiento de Xicotepec, Puebla.** La campaña denominada “Desafío en las nubes ultra trail”, con vigencia del nueve de enero al veinte de febrero de dos mil veintidós, tiene como objetivo fomentar el deporte y competitividad y que se conozca la biodiversidad del municipio de Xicotepec a nivel mundial y así difundir la cultura y lugares que ofrece este pueblo mágico.

⁵² 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. Gaceta de Jurisprudencia y Tesis en materia electoral, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Año 9, Número 18, 2016, páginas 113 y 114.

Se considera que la promoción del país y de sus regiones turísticas 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 a la educación como una forma integral del ser humano, misma que no se reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural, 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.

Por otra parte, esta campaña también se encuentra vinculada con el concepto de salud, ya que busca como parte de sus objetivos la promoción del deporte, lo cual contribuye a construir una cultura por la actividad física como vía para generar buenos estados de salud.

De esta manera, se considera **procedente** la presente campaña ya que se adecua a las excepciones de la prohibición de difundir propaganda gubernamental, por su vinculación directa con los conceptos de salud y educación.

- 44. Gobierno del estado de Zacatecas.** La campaña “Servicios Educativos / Servicios de Salud / Necesarias para la protección civil en casos de emergencia”, con vigencia del ocho de febrero al seis de abril de dos mil veintidós, tiene como objetivo: 1) Difundir la información referente a las instituciones educativas y los procesos de preinscripción a los niveles de educación básica; 2) difundir la información de los programas y servicios de salud estacional y derivada de la contingencia sanitaria COVID-19 y 3) Difundir la información referente a la protección civil estacional y en casos de emergencia.

Al respecto se considera que la solicitud es **improcedente** ya que el formulario no está debidamente fundado y motivado. Por un lado, se presentó un solo formulario para tres campañas diferentes y, por el otro, la información plasmada de cada campaña es vaga y genérica, por lo que no es posible desprender con claridad el contenido y el nombre específico de cada campaña que permita a este Consejo General dictaminar y calificarlas con la suficiente certeza para que quede claro el tipo, nombre, contenido, alcance y objetivo de las mismas.

- 45. Gobierno del estado de Tamaulipas.** La campaña de la Secretaría de Salud del estado “Terapia pulmonar post COVID”, con vigencia del cuatro de febrero al diez de abril de dos mil veintidós, tiene como objetivo dar a conocer las terapias pulmonares que se brindan de manera gratuita a la población que ha padecido COVID.

Esta campaña se considera **procedente**, ya que el derecho a la protección de la salud, del que todo mexicano o mexicana goza, se fundamenta en el artículo 4° de la Constitución. 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, pues necesariamente abarca, entre otros aspectos la lucha contra enfermedades transmisibles y la realización de campañas sanitarias.

Además, debe considerarse que los criterios de temporalidad, generalidad, necesidad son atendibles para situaciones ordinarias; sin embargo, la pandemia por la que estamos atravesando es una situación extraordinaria. En ese sentido una campaña para informar sobre terapia posterior al haber contraído la enfermedad, es importante para que la población en general conozca como debe rehabilitarse.

Por tanto, toda vez que el objetivo de esta campaña está destinado directamente a los servicios de salud, su difusión se encuentra amparada en lo estipulado en las excepciones previstas en el artículo 35, fracción IX, párrafo 7° de la CPEUM.

- 46. Dependencias del Gobierno del estado de Veracruz.** La solicitud remitida por el citado Gobierno del Estado contiene formatos de campañas que pretenden emitir otros entes públicos del mismo, por lo que se detallará en cada uno de los casos qué ente es el solicitante.

ENTE PÚBLICO CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
<p>Coordinación General de Comunicación Social, “Combate frontal contra la arbovirosis en el estado de Veracruz 2022”, con vigencia del 01 de marzo al 11 de abril</p>	<p>Informar a la ciudadanía sobre las distintas acciones que puede realizar para coadyuvar en la prevención y disminución de arbovirosis (dengue, zika, chikungunya).</p>	<p>Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del 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. 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, pues necesariamente abarca, entre otros aspectos la lucha contra enfermedades</p>	<p>INE/CG120/2015, INE/CG119/2019 e INE/CG334/2021</p>

ENTE PÚBLICO CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
<p>Coordinación General de Comunicación Social, “Acciones para la prevención de Covid-19”, con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre</p>	<p>Alertar a la población sobre los riesgos sanitarios derivados de la pandemia provocada por el COVID-19, informar sobre las acciones de prevención para evitar contagios.</p>	<p>Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave</p>	<p>trasmisibles y la realización de campañas sanitarias.</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 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 General considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante el proceso de Revocación de Mandato, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.</p>	<p>INE/CG109/2021 INE/CG334/2021, INE/CG431/2021 e INE/CG626/2021</p>
<p>Coordinación General de Comunicación Social, “Acciones de difusión para la prevención de enfermedades diarreicas agudas (edas) y hepatitis “a”, con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre</p>	<p>Prevenir brotes por enfermedades infecciosas a fin de proteger la salud de la población.</p>	<p>Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave</p>	<p>Procedente. La campaña pretende alertar a la población sobre los factores asociados a enfermedades infecciones y su protección. 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.</p>	<p>INE/CG119/2019 e INE/CG334/2021</p>
<p>Coordinación General de Comunicación Social, “Campaña de difusión para la venta y el consumo</p>	<p>Difundir recomendaciones para la venta y consumo de productos de la</p>	<p>Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave</p>	<p>Procedente. La campaña está orientada a un tema prioritario de salud pública, que es la prevención y combate a la propagación de enfermedades. Este</p>	<p>INE/CG334/2021</p>

ENTE PÚBLICO CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
de productos de la pesca”, con vigencia del 15 de febrero al 10 de julio	pesca y prevenir enfermedades		Órgano considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante el proceso de Revocación de Mandato, por su vinculación directa con el concepto de salud.	
Coordinación General de Comunicación Social, “Salud del Migrante”, con vigencia del 04 de febrero al 10 de abril	Difundir información sobre los servicios de salud a la población migrante interna y de retorno, así como sobre medidas cautelares y de mitigación de condicionantes sobre cuestiones sociales y de integración.	Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave	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 el proceso de Revocación de Mandato, ya que pretende 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 que podrían poner en riesgo la salud de los residentes.	INE/CG334/2021
Coordinación General de Comunicación Social, “Campaña de acciones preventivas para el agua de calidad y rescate de ríos y arroyos en el estado de Veracruz”, con vigencia del 01 de febrero al 31 de diciembre	Concientizar e implementar acciones de saneamiento para contribuir al rescate de los cuerpos de agua y mejorar su calidad. Reducir la cantidad de residuos sólidos que se depositan en el agua, incentivar la limpieza de tinacos en los hogares y comercios.	Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial 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 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 salud de la ciudadanía.	CG75-2012, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG334/2021
Coordinación General de Comunicación Social,	Brindar información sobre temas educativos y de derechos humanos	Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del	Improcedente. A pesar de que campaña pretende difundir contenido educativo e impulsar el desarrollo	

ENTE PÚBLICO CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Emojinómetro Abril consciente”, con vigencia del 04 al 08 de abril	que fomenten la conciencia social.	Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave	humano, su difusión no implica radio o televisión, sino solo en Facebook a través de carteles.	
Coordinación General de Comunicación Social, “Hazlo en casa, con la agenda 2030”, con vigencia del 01 al 25 de febrero	Fomentar el aprendizaje sobre cultura, derechos humanos, medio ambiente y salud.	Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave	Improcedente. A pesar de que campaña pretende difundir contenido educativo e incrementar el conocimiento y desarrollo de habilidades en la población. Su difusión no implica radio o televisión, sino solo en Facebook a través de infografías y carteles.	
Coordinación General de Comunicación Social, “Mujeres rodando”, con vigencia del 01 al 28 de marzo	Formar, educar y concientizar a la población veracruzana sobre las consecuencias que generan los roles de género y estereotipos impuestos.	Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave	Improcedente. La información que pretende transmitir la campaña es imprescindible para la educación de la población veracruzana, sin embargo, del formulario se desprende que su difusión no implica radio o televisión, sino solo en Facebook a través de carteles.	
Coordinación General de Comunicación Social, “Pago Anual Anticipado 2022”, con vigencia del 19 de noviembre de 2021 al 28 de febrero de 2022	Apoyar la economía de las familias veracruzanas a través del pago anual anticipado del servicio de agua, otorgando descuentos.	Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave	Improcedente. La campaña no se relaciona con algún concepto de excepción a la difusión de propaganda gubernamental. Promueve el pago de un servicio a través de un beneficio directo. 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 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.	INE/CG431/2021
Coordinación General de Comunicación Social y Secretaría de Turismo y Cultura, “Salsa Fest	Motivar la reactivación económica, artística y cultural del Estado, potencializando el	Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave	Procedente. El artículo 3° de la Constitución señala que el Estado debe alentar el fortalecimiento y la difusión de nuestra cultura.	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG431/2021 e INE/CG626/2021

ENTE PÚBLICO CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
2022”, con vigencia del 02 de abril al 02 de junio	turismo a través de un evento musical, artístico y cultural que se lleva a cabo en el foro abierto más importante del país, conocido como Salsódromo de Boca del Río.		Esta campaña tiene como objetivo difundir un evento cultural y buscar promover el turismo para reactivar la economía local, por lo que encuadra en el concepto de educación, ya que no solo abarca la educación formal, pues amplía su espectro del conocimiento social y cultural, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura. En ese sentido, esta campaña encuadra en las excepciones que emanan del texto constitucional sobre la prohibición de difundir propaganda gubernamental.	
Coordinación General de Comunicación Social y Secretaría de Turismo y Cultura, “Cumbre Tajín 2022”, con vigencia del 17 de enero al 19 de marzo	Difundir la riqueza cultural, conservar el patrimonio y tradiciones mediante la realización de eventos artísticos, talleres, eventos musicales en el festival cultural que se lleva a cabo en torno al equinoccio de primavera, el cual busca dignificar la Cultura Totonaca.	Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave	Procedente. El artículo 4º constitucional establece que, “toda persona tiene derecho al acceso a la cultura y al disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, así como el ejercicio de sus derechos culturales. El Estado promoverá 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.” Ahora bien, esta campaña tiene como objetivo difundir diversos eventos culturales por lo que encuadra en el concepto de educación, ya que no solo abarca la educación formal, pues amplía su espectro del conocimiento social y cultural, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura. En ese sentido, esta	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG431/2021 e INE/CG626/2021

ENTE PÚBLICO CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>campaña encuadra en las excepciones que emanan del texto constitucional sobre la prohibición de difundir propaganda gubernamental.</p>	
<p>Coordinación General de Comunicación Social, "Veracruz se antoja", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre</p>	<p>Campaña de promoción turística del estado de Veracruz. Busca contribuir con la estrategia de reactivación turística tras la contingencia sanitaria. Dar a conocer las actividades, bienes y servicios en materia cultural, gastronómica y artística del Estado.</p>	<p>Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave</p>	<p>Procedente. El artículo 4° constitucional establece que, "toda persona tiene derecho al acceso a la cultura y al disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, así como el ejercicio de sus derechos culturales. El Estado promoverá 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." Ahora bien, esta campaña tiene como objetivo difundir la riqueza cultural, gastronómica, artística, histórica, por lo que encuadra en el concepto de educación, ya que no solo abarca la educación formal, pues amplía su espectro del conocimiento social y cultural, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura. En ese sentido, esta campaña encuadra en las excepciones que emanan del texto constitucional sobre la prohibición de difundir propaganda gubernamental.</p>	<p>INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG431/2021 e INE/CG626/2021</p>
<p>Coordinación General de Comunicación Social, Mesa de diálogo, "Aportes y retos de las mujeres en la administración</p>	<p>Promover la no discriminación e inclusión en el servicio público y cargos de elección popular en conmemoración del</p>	<p>Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave</p>	<p>Improcedente. Del formulario se desprende que su difusión no implica radio o televisión, sino solo en Facebook.</p>	

ENTE PÚBLICO CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
pública”, con vigencia del 21 de febrero al 08 de marzo	día internacional de la mujer.			
Coordinación General de Comunicación Social, Mesa de diálogo “#AmorAVeracruz”, con vigencia del 24 de enero al 14 de febrero	Promover la honestidad, y ética para el correcto desarrollo de funciones de las instituciones públicas	Artículo 36 de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave	Improcedente. Del formulario se desprende que su difusión no implica radio o televisión, sino solo en Facebook a través carteles.	
Coordinación General de Comunicación Social, “DeclaraVer”, con vigencia del 28 de febrero al 06 de junio	Dar a conocer los plazos y formas en que debe realizarse la declaración de situación patrimonial y de intereses.	Artículo 36 de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave	Procedente. Esta campaña es acorde al concepto de educación, porque contribuye a la formación de la cultura de transparencia, rendición de cuentas y el combate a 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.	INE/CG334/2021
Coordinación General de Comunicación Social, “Tienda Hecho en Veracruz”, con vigencia del 01 de marzo al 31 de diciembre	Difusión y promoción de los productos y artesanías de productores veracruzanos, coadyuvar a la reactivación económica.	Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial 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 concientizar sobre la importancia de consumir y comprar los productos locales en negocios de la comunidad, ya que estas acciones ayudan a que la economía de las comunidades crezca, motivan a las personas emprendedoras a seguir adelante, impulsan la economía familiar y ayudan a conservar los empleos. Esta campaña corresponde a la educación informal y	INE/CG334/2021 e INE/CG431/2021

ENTE PÚBLICO CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			cobra gran relevancia en estos momentos de crisis económica pues contribuye a combatir el desempleo o mejorar la economía municipal, máxime cuando se han visto tan dañadas como resultado de la pandemia por COVID 19	
<p>Coordinación General de Comunicación Social, "Convocatoria Pública para otorgamiento de la marca de certificación "Hecho en Veracruz", con vigencia del 01 de marzo al 31 de diciembre</p>	<p>Elevar el desarrollo económico del Estado y mejorar la calidad de vida de los veracruzanos, promoviendo el consumo de productos y servicios originarios de Veracruz.</p>	<p>Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave</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 concientizar sobre la importancia de consumir y comprar los productos locales, ya que estas acciones ayudan a que la economía de las comunidades crezca, motivan a las personas emprendedoras a seguir adelante, impulsan la economía familiar y ayudan a conservar los empleos. Esta campaña corresponde a la educación informal y cobra gran relevancia en estos momentos de crisis económica pues contribuye a combatir el desempleo o mejorar la economía, máxime cuando se han visto tan dañadas como resultado de la pandemia por COVID-19.</p>	<p>INE/CG334/2021 e INE/CG431/2021</p>
<p>Coordinación General de Comunicación Social, "Mercados de artesanías tradicionales y productos culinarios", con vigencia: - Jornada 1 del 19 al 20 de febrero</p>	<p>Difundir y promover el trabajo de las y los productores artesanales veracruzanos.</p>	<p>Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave</p>	<p>Procedente. Se considera que la promoción de productos artesanales y gastronómicos del país 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>	

ENTE PÚBLICO CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
- Jornada 2 del 18 al 22 de marzo			<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 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. En consecuencia, resulta evidente que la promoción de artesanía y productos culinarios del pueblo veracruzano, en relación a sus lugares y destinos turísticos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de productos, usos y costumbres por importancia histórica y cultural.</p>	
Coordinación General de Comunicación Social, "Incendios forestales", con vigencia del 15 de enero al 30 de junio	Brindar recomendaciones para la prevención de incendios, reporte de incendios, situaciones de riesgo y medios para su atención.	Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave	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.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG235/2020, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021

ENTE PÚBLICO CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			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 un proceso consultivo por su vinculación al concepto de educación.	
Coordinación General de Comunicación Social, "Temporada de frentes fríos", con vigencia del 21 de diciembre de 2021 al 20 de marzo de 2022	Brindar información sobre los peligros, riesgos y medidas de prevención para salvaguardar la salud ante la temporada de frentes fríos.	Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave	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 riesgos a la salud, 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 por la temporada de frío, el cuidado de la salud y otras recomendaciones.	INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG235/2020, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021
Coordinación General de Comunicación Social, "Temporada de Suradas", con vigencia del 01 de enero al 15 de abril	Brindar recomendaciones para evitar situaciones de riesgo como golpes de calor o incendios ante la presencia de vientos, ambiente seco y altas temperaturas.	Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave	Procedente. Al respecto, la campaña encuadra en los supuestos de 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 recomendaciones para que la población pueda cuidar la	INE/CG334/2021

ENTE PÚBLICO CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			salud, prevenir accidentes y evitar posibles golpes de calor.	
Coordinación General de Comunicación Social, "Accidentes de Tránsito", con vigencia del 15 de enero al 30 de abril	Recomendaciones para la concientización y prevención de accidentes vehiculares	Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave	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 "Accidentes de Tránsito", 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, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021
Coordinación General de Comunicación Social, "Prevención de ahogamientos", con vigencia del 04 al 24 de abril	Brindar información a la población acerca de la prevención de ahogamientos por sumersión, concientizar sobre situaciones que pongan en riesgo la vida, así como indicaciones de cómo actuar en caso de una emergencia.	Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave	Procedente. Las acciones en materia de prevención de accidentes comprenden la adopción de diversas medidas, particularmente se trata de educación para la salud, que tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. Resulta evidente su relación con los servicios de protección de la salud al informar sobre recomendaciones para que la población pueda prevenir accidentes. Máxime cuando está próximo un periodo vacacional.	
Coordinación General de Comunicación	Crear conciencia sobre el problema que implica el	Artículos 3, 4 y 32 de la Convención sobre los Derechos del	Procedente: Esta campaña está vinculada con el concepto de educación, ya	INE/CG334/2021

ENTE PÚBLICO CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Social, "Trabajo infantil y trabajo adolescente permitido", con vigencia del 14 de enero al 10 de abril	trabajo infantil. Difundir los derechos laborales de las y los adolescentes en edad permitida para trabajar	niño; 1, 4, párrafo noveno, 5 y 123 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 6, 12 y 41 de la Ley 573 de los derechos de niñas, niños y adolescentes del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave, Plan de Trabajo Sexenal de la Comisión Interinstitucional para la Prevención y Erradicación del Trabajo Infantil y la Protección de Adolescentes Trabajadores en Edad Permitida en el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave, Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave	que propone difundir acciones que prevengan y erradiquen el trabajo infantil, además de dar a conocer los derechos laborales de los adolescentes en edad permitida para trabajar, 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.	
Coordinación General de Comunicación Social, "Expo Venta de Artesanías y Productos del Campo", con vigencia del 07 al 15 de febrero	Difundir las exposiciones artesanales y de productos del campo de diversos grupos indígenas para fortalecer la economía y promover la cultura.	Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial 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 concientizar sobre la importancia de consumir y comprar los productos locales, ya que estas acciones ayudan a que la economía de las comunidades crezca, motivan a las personas emprendedoras a seguir adelante, impulsan la economía familiar y ayudan a conservar los empleos. Esta campaña corresponde a la educación informal y	INE/CG334/2021

ENTE PÚBLICO CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			cobra gran relevancia en estos momentos de crisis económica pues contribuye a combatir el desempleo o mejorar la economía, máxime cuando se han visto tan dañadas como resultado de la pandemia por COVID-19.	
Coordinación General de Comunicación Social, "Cultura de la ciberseguridad", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Informar sobre los riesgos del mal uso de las redes sociales y la navegación en sitios no seguros de internet. Prevenir actos delictivos	Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave	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 y prevenir actos delictivos.	INE/CG334/2021
Coordinación General de Comunicación Social, "Convocatoria de Reclutamiento para Policía Estatal", con vigencia del 01 de diciembre de 2021 al 03 de marzo	Reclutar a mujeres y hombres para formar parte de la Policía Estatal, fortalecer los cuerpos policiales para salvaguardar y proteger a la población.	Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave	Procedente. De conformidad con el 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 paz social. Tomando en consideración lo anterior, la presente campaña tiene como finalidad informar a la población acerca de la convocatoria para formar parte de la policía estatal y seguridad penitenciaria, por	INE/CG1081/2015 e INE/CG626/2021

ENTE PÚBLICO CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			lo que, tiene un vínculo estrecho con el concepto de educación al permitir que la sociedad conozca de la contratación de personal y así fortalecer la seguridad del Estado; formando parte de las campañas amparadas dentro de las excepciones previstas en el artículo 35, fracción IX, párrafo 7° de la CPEUM.	
Coordinación General de Comunicación Social, "Prevención de la extorsión telefónica", con vigencia del 01 de marzo al 31 de diciembre	Informar sobre los posibles escenarios de extorsiones telefónicas, las medidas de acción y prevención, proporcionando números de emergencia para atender las denuncias ciudadanas.	Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave	Procedente: De acuerdo con el 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 llamadas de extorsión. Así, puede ser considerado dentro de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	INE/CG334/2021
Coordinación General de Comunicación Social, "No te la juegues con las drogas", con vigencia del 24 de noviembre de 2021	Informar y sensibilizar a la juventud veracruzana sobre los riesgos y las consecuencias que conlleva el cometer delitos contra la salud y narcomenudeo,	Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave	Procedente. La campaña tiene como objetivo informar y concientizar a los jóvenes acerca de los riesgos y consecuencias de involucrarse en actos delictivos relacionados con la venta de drogas. En ese sentido, se considera que la campaña tiene fines	INE/CG61/2015 INE/CG65/2017 INE/CG172/2018 INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021

ENTE PÚBLICO CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
al 01 de mayo de 2022	para reducir su participación en actos delictivos.		educativos, pues busca advertir a la población y generar conciencia de cómo se cometen los delitos contra la salud y las consecuencias y riesgos de hacerlo, 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.	
Coordinación General de Comunicación Social, "Programa: Jornadas de consumo solidario", con vigencia del 03 de enero al 04 de abril	Fomentar la comercialización de productos y subproductos veracruzanos en ferias y exposiciones	Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave	Improcedente. Si bien la campaña busca impulsar la venta de productos locales. Según el formulario la difusión no implica radio y televisión sino solo por Facebook mediante carteles.	
Coordinación General de Comunicación Social, "Convocatoria: café Veracruz recuperando nuestro orgullo cafetalero", con vigencia del 31 de enero al 04 de abril	Promover la comercialización y consumo del café. Impartir talleres para la formación de productores.	Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave	Improcedente. Si bien la campaña busca fomentar la producción de café, capacitando a los productores para activar la actividad económica. Según el formulario la difusión no implica radio y televisión sino solo por Facebook mediante carteles.	
Coordinación General de Comunicación Social, "Recicla tu Navidad", con vigencia del 07 de enero al 11 de febrero	Promover la educación ambiental y la cultura del reciclaje, implementando centros de acopio para la recepción de	Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave	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	INE/CG172/2018 e INE/CG334/2021

ENTE PÚBLICO CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	árboles naturales de navidad.		responsabilidad y conciencia sobre las consecuencias de las acciones humanas. Al tratarse de temas educativos, debe ser considerada dentro de las excepciones a la prohibición constitucional en materia de propaganda gubernamental.	
Coordinación General de Comunicación Social, "Cortometraje Ambiental", con vigencia del 07 de enero al 30 de abril	Fomentar la educación ambiental a través de un concurso de cortometrajes. Promover la preservación de los recursos naturales.	Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave	Procedente. En atención al artículo 4° de la CPEUM toda persona tiene derecho a un medio ambiente adecuado para su desarrollo y bienestar. Así, la presente campaña tiene un enfoque educativo y de salud, al tener como finalidad generar material de concientización para proteger el medio ambiente y cuidar nuestros recursos naturales. Por lo que resulta idóneo, la excepción de esta campaña respecto de la prohibición de difundir propaganda gubernamental, ya que el cuidado del medio ambiente es una responsabilidad compartida, que requiere el involucramiento y apoyo de la ciudadanía y este tipo de campañas genera un vínculo social de los jóvenes con el medio ambiente y nuevas visiones sobre un futuro de salud y bienestar.	
Coordinación General de Comunicación Social, "Campaña de Acopio de Residuos de Manejo Especial", con vigencia del 07 de enero al 30 de abril	Promover la educación y cultura del reciclaje, evitar la contaminación del ambiente y daños a la salud.	Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave	Improcedente. Si bien se trata de una campaña con enfoque educativo sobre el cuidado del medio ambiente y prevención de riesgos a la salud, según el formulario su difusión no implica radio y televisión sino solo redes sociales.	
Coordinación General de	Dar a conocer el calendario y la	Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la	Procedente. La Constitución concibe la	

ENTE PÚBLICO CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Comunicación Social, "Verificación Vehicular Obligatoria", con vigencia del 02 de enero al 30 de abril	obligación que se tiene de verificar todos los vehículos automotores para evitar la emisión de contaminantes en la atmósfera y mantener la calidad de la salud de la población.	Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave	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 humanas. Al tratarse de temas educativos y de salud, debe ser considerada dentro de las excepciones a la prohibición constitucional en materia de propaganda gubernamental.	
Coordinación General de Comunicación Social, "Programa Vehicular 2022 con beneficios al contribuyente", con vigencia del 01 de enero al 30 de junio	Informar a los contribuyentes propietarios de vehículos sobre el programa vehicular 2022, destacando los beneficios que este ofrece, como el cambio de placas.	Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave	Procedente. La campaña pretende orientar a la población sobre trámites y servicios que presta el gobierno en ejercicio de sus funciones. En ese sentido, se considera que es información pública de carácter institucional, útil y necesaria para realizar los trámites para renovar sus placas de circulación que puede ser difundida durante los procesos consultivos. Ahora bien, resulta importante subrayar que la campaña deberá cumplir con lo establecido por la Sala Superior en la tesis XIII/2017. ⁵³	INE/CG431/2021
Coordinación General de Comunicación Social, "Campaña de sensibilización a la violencia familiar", con vigencia del 30 de	Difundir los tipos y modalidades de violencia familiar. Dar a conocer las líneas de emergencia para atender denuncias	Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave	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	INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG245/2019, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021

⁵³ 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 CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
enero al 31 de diciembre	por violencia familiar.		<p>los países, por lo que se debe evaluar este problema como una prioridad de salud pública y tomar medidas para prevenirla y resolverla. 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. Por tanto, esta campaña debe ser considerada dentro de las excepciones previstas a la transmisión de propaganda gubernamental durante el proceso de Revocación de Mandato por encontrarse vinculada con los conceptos de educación y salud.</p>	
<p>Coordinación General de Comunicación Social, "Prevención contra violencia de género", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre</p>	<p>Concientizar a la población sobre la violencia de género, identificar los tipos de violencia y prevenirla. Dar a conocer la línea de emergencia para atender denuncias.</p>	<p>Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave</p>	<p>Procedente. La campaña tiene como objetivo reducir y prevenir la violencia de género en cualquier ámbito. 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</p>	<p>INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021</p>

ENTE PÚBLICO CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
<p>Coordinación General de Comunicación Social, "Tolerancia cero contra la discriminación hacia la niñez indígena de Veracruz", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre</p>	<p>Sensibilizar a la población sobre el derecho de la niñez, adolescencia y juventudes indígenas veracruzanas, contribuir a la eliminación de la discriminación</p>	<p>Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave</p>	<p>procedente exceptuar la campaña.</p> <p>Procedente. El objetivo es sensibilizar a la población sobre los problemas de la discriminación hacia las personas indígenas, promover el respeto al derecho a la no discriminación e incidir en su prevención y eliminación; se pretende generar una cultura de la igualdad incluyente y de respeto. Por tanto, esta campaña encuadra en el concepto de educación.</p>	<p>INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG235/2020, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021</p>
<p>Coordinación General de Comunicación Social, "Prevención de Trata de Personas", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre</p>	<p>Prevenir, atender y erradicar el delito de trata de personas. Fomentar la cultura de la denuncia.</p>	<p>Artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave</p>	<p>Procedente. La denuncia contra la trata es una de las herramientas para combatir la violencia contra las mujeres en el Estado de Veracruz. 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.</p> <p>Por tanto, por lo que esta campaña debe ser considerada dentro de las excepciones previstas a la transmisión de propaganda gubernamental durante el proceso de Revocación de Mandato por encontrarse vinculada con los conceptos de educación y salud.</p>	<p>INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG245/2019, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021</p>
<p>Secretaría de Gobierno, "Orgullo</p>	<p>Compartir la riqueza cultural veracruzana,</p>	<p>Artículos 3º de la Constitución Política de los Estados</p>	<p>Improcedente. Si bien la campaña se relaciona al concepto de educación ya</p>	

ENTE PÚBLICO CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Veracruzano”, no establece vigencia	promoción de las costumbres, valores, tradiciones, expresiones culturales.	Unidos Mexicanos, 23, fracciones I y V del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobierno.	que busca difundir las tradiciones y costumbres de la entidad, según el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en la página oficial de Facebook.	

47. Dependencias del Gobierno del estado de Coahuila. La solicitud remitida por el citado Gobierno del Estado contiene formatos de campañas que la Coordinación General de Comunicación e Imagen pretende difundir.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Preinscripciones”, con vigencia del 01 de enero al 28 de febrero	Informar a los padres de familia sobre el proceso de preinscripción para educación básica.	Artículos 10 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Coahuila; 6, fracciones VII y VIII del Reglamento Interior de la Coordinación General de Imagen Institucional del Estado de Coahuila	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, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021
“A los cumplidos, Coahuila sí los premia”, con vigencia del 01 de enero al 30 de abril	Fomentar la educación fiscal para cumplir con el pago de las obligaciones, consolidar la cultura del cumplimiento fiscal. Esta actividad contribuye a la captación de la recaudación	Artículos 10 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Coahuila; 6, fracciones VII y VIII del Reglamento Interior de la Coordinación General de Imagen Institucional del Estado de Coahuila	Procedente. Este tipo de campañas relacionadas con el pago de las obligaciones contributivas son acordes al concepto de educación, porque incentivan el 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	INE/CG431/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	tributaria en el Estado de Coahuila.		un esfuerzo de comunicación y no un programa de Gobierno.	
“Regreso a clases seguros”, con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Difundir las medidas sanitarias de prevención y protocolos (uso del cubrebocas, distancia mínima entre personas, mantener áreas ventiladas, etc.) para el regreso a clases seguro. Disminuir los contagios de SARS-CoV-2.	Artículos 10 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Coahuila; 6, fracciones VII y VIII del Reglamento Interior de la Coordinación General de Imagen Institucional del Estado de Coahuila	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 las escuelas. 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 General considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante el proceso de Revocación de Mandato, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021
“Has turismo responsable”, con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Dar a conocer eventos locales, nacionales e internacionales, actividades y destinos turísticos, así como promover la riqueza gastronómica, cultural e histórica del Estado.	Artículos 10 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Coahuila de Zaragoza; 6, fracciones VII y VIII del Reglamento Interior de la Coordinación General de Imagen Institucional del Estado de Coahuila de Zaragoza; 33, Ter, fracción III de la Ley Orgánica de la	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	CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
		Administración Pública del Estado de Coahuila de Zaragoza; 2, fracción III, 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 y 26, fracciones XIV y XV, 31 y 32, fracciones I, III, IV y VI del Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo y Desarrollo de Pueblos Mágicos	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 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 del Estado de Coahuila, 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.	

48. Dependencias del Gobierno del estado de Oaxaca. La solicitud remitida por el citado gobierno del estado contiene formatos de campañas que pretenden emitir otros entes públicos del mismo, por lo que se detallará en cada uno de los casos qué ente es el solicitante.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Instituto Estatal de Educación para Adultos de Oaxaca, "Difusión de productos comunicacionales para erradicar el analfabetismo; la inclusión de personas	Difundir los productos educativos que ofrece el Instituto Estatal de Educación para Adultos para reducir el rezago	Artículo 3, fracción XIII del Decreto de Creación 345	Procedente. La campaña busca promover y difundir la alfabetización y abatir el analfabetismo y el rezago educativo en adultos. Sus acciones se encuentran direccionadas a proporcionar herramientas para motivarlos	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016 INE/CG65/2017e INE/CG334/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
a la educación primaria y secundaria, así como su conclusión a través de programas, jornadas de exámenes y firmas de convenios”, con vigencia del 03 de enero al 31 de diciembre	educativo, concluir la educación básica que permita su inclusión en la vida laboral y una mejor calidad de vida.		a concluir su formación básica. En tal sentido, los servicios educativos en adultos guardan relación con el concepto de educación señalado la CPEUM y los razonamientos realizados con anterioridad por este Órgano.	
Coordinación General de Educación Media Superior y Superior, Ciencia y Tecnología / Dirección de Educación Superior, “3ra Exporienta Educativa Virtual 2022”, con vigencia del 10 de enero al 04 de marzo	Informar sobre la oferta educativa de nivel bachillerato y licenciatura para el ciclo escolar 2022-2023, para que los jóvenes continúen sus estudios y combatir el rezago educativo y la deserción escolar.	Artículos 53, fracciones I, IV y VII de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Oaxaca; 18, inciso h) del Reglamento de la Coordinación General de Educación Media Superior y Superior, Ciencia y Tecnología	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.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021

49. Dependencias del Ayuntamiento de Puebla, Puebla. La solicitud remitida por el citado ayuntamiento contiene formatos de campañas que pretende difundir la Coordinación General de Comunicación Social.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Medidas de prevención Popocatépetl”, con vigencia del 07 de febrero al 10 de abril	Difundir las medidas que la población deberá tomar debido a la caída de ceniza volcánica a fin de proteger la salud.	Artículos 5 y 6 del Reglamento Interior de la Coordinación General de Comunicación Social del H. Ayuntamiento de Puebla.	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 por la caída de ceniza volcánica en la entidad. Así, por tratarse de información necesaria para la protección	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG235/2020, INE/CG109/2021, INE/CG377/2021 e INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			de la salud, este Consejo General considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante el proceso de Revocación de Mandato, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.	
“Medidas preventivas COVID”, con vigencia del 07 de febrero al 10 de abril	Difundir medidas para evitar el incremento de los casos COVID y evitar su propagación.	Artículos 5 y 6 del Reglamento Interior de la Coordinación General de Comunicación Social del H. Ayuntamiento de Puebla.	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 el proceso de Revocación de Mandato, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.	INE/CG109/2021 INE/CG334/2021, INE/CG431/2021 e INE/CG626/2021
“Plan General de Protección Civil”, con vigencia del 07 de febrero al 10 de abril	Difundir las medidas que la población deberá considerar antes, durante y después	Artículos 5 y 6 del Reglamento Interior de la Coordinación General 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	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019,

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	de una situación de desastre.	del H. Ayuntamiento de Puebla.	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/ CG235/2020, INE/CG109/2021, INE/CG377/2021 INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021
“Turismo en Semana Santa”, con vigencia del 07 de febrero al 10 de abril	Incrementar el turismo durante la temporada vacacional, promocionar la historia, patrimonio cultural y regional para aumentar la actividad económica del municipio.	Artículos 5 y 6 del Reglamento Interior de la Coordinación General de Comunicación Social del H. Ayuntamiento de Puebla.	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.	CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<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 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 destinos y fortalezas turísticas del Municipio de Puebla 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>“Pago Anual Anticipado 2022”, con vigencia del 01 de enero al 30 de marzo</p>	<p>Difusión de la campaña anual de invitación a pagar el predial 2022 a la población del Municipio de Puebla.</p>	<p>Artículos 5 y 6 del Reglamento Interior de la Coordinación General de Comunicación Social del H. Ayuntamiento de Puebla.</p>	<p>Procedente: Este tipo de campañas relacionadas con el pago de las obligaciones contributivas son acordes al concepto de educación, porque incentivan el 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</p>	<p>INE/CG431/2021</p>

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			en consideración que se trata de un esfuerzo de comunicación y no un programa de Gobierno.	

50. Dependencias del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, 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 qué ente es el solicitante.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Secretaría de Educación, Cultura y Deporte; "Beca Educativa, NUEVA ERA", con vigencia del 03 de enero al 30 de junio	Contribuir a que el estudiantado del municipio ejerza su derecho a una educación de calidad, incrementando la cobertura, reduciendo el rezago educativo y el riesgo de la deserción escolar, a través de una ayuda económica.	Artículo 13 de la Ley de Educación para el estado de Tamaulipas.	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 el proceso de Revocación de Mandato, 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. ⁵⁴ No se debe perder de vista que	INE/CG119/2019 INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021

⁵⁴ Al respecto, la Sala Superior estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante un periodo de prohibición; 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 electivos y consultivos.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			criterios similares fueron confirmados por la Sala Superior en la sentencia recaída al expediente SUP-RAP-159/2021.	
Secretaría de Educación, Cultura y Deporte, "Protege T", con vigencia del 03 de enero al 30 de junio.	Proteger la salud del alumnado de nivel básico de las escuelas públicas, adoptando medidas para prevenir, evitar cadenas de contagio y disminuir la deserción escolar.	Artículo 13 de la Ley de Educación en Tamaulipas.	Procedente. La campaña tiene como finalidad difundir medidas preventivas derivadas de la contingencia sanitaria por el virus SARS-CoV2 (COVID-19) para proteger la salud y disminuir la deserción escolar. En este sentido, se vincula con los conceptos de salud y educación, por lo que, es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental.	INE/CG235/2020, INE/CG310/2020, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021 e INE/CG1644/2021
Secretaría de Educación, Cultura y Deporte, "Eliminación del rezago educativo, un camino rumbo a la excelencia", con vigencia del 03 de enero al 30 de junio	Apoyar en la reintegración de los alumnos a sus clases presenciales y reactivándolos en su preparación académica.	Artículo 13 de la Ley de Educación en Tamaulipas.	Procedente. Esta campaña se encuentra vinculada al concepto de educación, pues su objetivo es evitar el rezago educativo, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Así, esta campaña es considerada 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, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021
Dirección de Protección Civil y Bomberos, "Capacitación a respuesta a emergencias (primeros auxilios, uso y manejo de extintores)", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Capacitar a la población en general para que esté preparada para responder ante una situación de emergencia, y a su vez servir de apoyo a la dependencia para distinguir una emergencia real para activar las	No agrega	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. Así, esta campaña está destinada a fomentar la	CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG235/2020, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021 e INE/CG1644/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	<p>unidades necesarias, evitando la saturación del servicio y garantizando la atención oportuna a quien lo requiera.</p>		<p>cultura de la prevención y a transmitir conocimiento sobre las acciones a tomar en caso de una emergencia al enseñar primeros auxilios y uso y manejo de extintores, por tanto, está enmarcada dentro del concepto integral de educación y protección civil y su difusión se encuentra amparada en lo estipulado en las excepciones previstas en el artículo 35, fracción IX, párrafo 7º de la CPEUM.</p>	
<p>Dirección de Protección Civil y Bomberos, "Prevención de accidentes en el hogar", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.</p>	<p>Brindar información para prevenir accidentes en el hogar.</p>	<p>No agrega</p>	<p>Procedente. Al igual que la campaña anterior, se vincula con el concepto de protección civil y educación al brindarle a la ciudadanía los conocimientos necesarios para evitar accidentes en casa. Por lo tanto, encuadra dentro de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.</p>	<p>CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG652017, INE/CG172/2018, INE/CG235/2020, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021 e INE/CG1644/2021</p>
<p>Dirección de Protección Civil y Bomberos, "Difusión del estado climatológico", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.</p>	<p>Informar a la población de cambios de temperatura, y estén prevenidos ante cualquier evento meteorológico.</p>	<p>No agrega</p>	<p>Procedente. Como parte de los derechos fundamentales concernientes a toda persona, se encuentra el derecho a recibir información. Aunado a lo anterior, de conformidad con las excepciones que marca el texto constitucional se encuentra el concepto de protección civil. En este sentido, es conveniente exceptuar la campaña de las prohibiciones de difundir propaganda gubernamental, toda vez que al proporcionar información sobre el</p>	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			estado climatológico se mantiene prevenida a la ciudadanía ante cualquier eventualidad meteorológica.	
Dirección de Protección Civil y Bomberos, "Activación del plan de contingencia en caso de ser necesario", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.	Brindar información sobre qué hacer antes, durante y después de una contingencia provocada por riesgos geológicos, hidrometeorológicos, químicos, sanitarios y socio-organizativos o cualquier otro acontecimiento de fuerza mayor, así como saber a dónde acudir a solicitar algún tipo de ayuda según sus necesidades.	No agrega	<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 este 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 riesgos comprende el fomento de programas de orientación a la población. Lo anterior tiene una evidente finalidad de protección civil en caso de una contingencia por riesgos de cualquier índole, 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</p>	CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG652017, INE/CG172/2018, INE/CG235/2020, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021 e INE/CG1644/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			de emergencia antes, durante y después de una contingencia, lo que contribuye a salvar vidas humanas.	
Dirección de Protección Civil y Bomberos, "Inscripciones y actividades de la academia de protección civil y bomberos", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.	Difundir el programa educativo de inscripción a la academia de protección civil y bomberos.	No agrega	Procedente. La campaña se vincula con el concepto de educación al difundir información acerca del programa de inscripción a la academia de protección civil y bomberos, generando así interés en la ciudadanía para formar parte del grupo de personas dedicadas a intervenir en la acción y prevención de cualquier tipo de siniestros y salvaguardar vidas humanas. Así, esta campaña forma parte de las excepciones a las prohibiciones de difundir propaganda gubernamental que marca el texto constitucional.	CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG652017, INE/CG172/2018, INE/CG235/2020, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021 e INE/CG1644/2021
Dirección de Protección Civil y Bomberos, "Prevención de Incendios", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.	Prevenir incendios, proteger a las personas y los bienes e informar sobre las medidas a llevar en caso de una emergencia.	No agrega	Procedente. La campaña brinda información que permitirá dar a conocer a la población en general la importancia de prevenir incendios, permitiendo salvaguardar la vida de los mismos y sus bienes, por lo que se encuentra vinculada con el concepto de protección civil y educación. Así, la solicitud se considera como parte de las campañas exceptuadas de la prohibición constitucional.	CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG652017, INE/CG172/2018, INE/CG235/2020, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG431/2021 e INE/CG1644/2021
Dirección de Protección Civil y Bomberos, "Operativo Semana Santa", con vigencia del 10 de abril al 18 de abril.	Establecer mecanismos necesarios de coordinación y ejecución de programas para brindar seguridad a	No agrega	Improcedente. De acuerdo con lo establecido en el formulario la solicitud no se refiere a una campaña gubernamental sino al ejercicio de las obligaciones y facultades	INE/CG334/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	los visitantes y población en general para la prevención de esta temporada vacacional.		de la Dirección de Protección Civil y Bomberos a fin de establecer y coordinar los planes de seguridad, búsqueda, salvamento y asistencia en caso de emergencias durante la referida temporada vacacional.	
Dirección de Protección Civil y Bomberos, "Temporada de Casería", con vigencia del 01 de enero al 20 de febrero.	Prevenir accidentes, concientizar a la población y visitantes sobre los riesgos que pueden existir, y difundir los protocolos de seguridad.	No Agrega	Procedente. La campaña tiene como finalidad concientizar a la población sobre los riesgos existentes derivados de la práctica de la caza, a su vez, brinda información para prevenir accidentes y difunde los protocolos de seguridad, por lo que, dichas actividades corresponden a la educación informal y a su vez se vinculan con el concepto de protección civil. En virtud de lo anterior, este tipo de campañas deben ser consideradas como exceptuadas de la prohibición constitucional.	
Comisión Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Nuevo Laredo, "De Corazón, Cuido el Agua", con vigencia del 04 de febrero al 06 de junio.	Que la población modifique paulatinamente su comportamiento en cuanto a su relación con el uso y preservación del agua, así como reiterar la importancia de consumir agua desinfectada para evitar enfermedades de origen hídrico, con el fin de generar un efecto multiplicador en la promoción de la calidad del recurso y	Artículo 167, fracción I a V de la Ley de Agua del Estado de Tamaulipas.	Improcedente. Del formulario se desprende que la difusión no implica radio y televisión, sino de manera presencial en centros educativos, eventos, así mismo se publicara a través de redes sociales y página web, <i>flyers</i> y videos.	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	el uso racional del mismo.			
Comisión Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Nuevo Laredo, "Atención de Reportes de Agua, Drenaje y Trabajos de Mantenimiento o Reparación", con vigencia del 04 de febrero al 06 de junio.	Mantener a la ciudadanía informada de los trabajos que se realizan, en caso de contingencia, tales como una reparación de agua potable, cambios de líneas generales de drenaje, hundimientos, mantenimientos preventivos o situaciones que afecten algún sector de la población.	Artículo 167, fracción I a V de la Ley de Agua del Estado de Tamaulipas.	Improcedente. La difusión de la campaña no implica radio y televisión, sino solo los números de atención a reportes, servicio de mensajería de WhatsApp y redes sociales.	
Secretaría de Bienestar Social, "Brigadas de Apoyo COVID-19", con vigencia del 05 de enero al 21 de diciembre.	Brindar apoyo a través de las necesidades para controlar los índices de contagio y mortalidad por COVID-19; mantener informados a las y los ciudadanos respecto a las medidas de prevención contra el COVID-19 y brindar asesoría para quienes padecen COVID-19, así como para los cuidados posteriores de recuperación.	No agrega	Procedente. El derecho a la protección de la salud, del que todo mexicano o mexicana goza, se fundamenta en el artículo 4° de la Constitución. Ahora bien, toda vez que el objetivo de esta campaña está destinado directamente a los servicios de salud y a fomentar la cultura del cuidado, su difusión se encuentra amparada en lo estipulado en las excepciones previstas en el artículo 35, fracción IX, párrafo 7° de la CPEUM.	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021
Secretaría de Bienestar Social, "Vacunación contra el Papiloma Humano", con vigencia del 01 de febrero al 21 de diciembre.	Brindar inmunizaciones, prevención de mortalidad y mantener informados a las y los ciudadanos respecto al VPH.	No agrega	Procedente. Al igual que la campaña anterior, su finalidad versa sobre la prevención y el cuidado de la salud. En este sentido, se vincula con el concepto de salud, el cual se ampara en el artículo 4 de la CPEUM. Por tanto, se estima adecuado considerar esta campaña dentro del	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales.	
Secretaría de Bienestar Social, "Salud en tu Hogar", con vigencia del 05 de enero al 21 de diciembre.	Ofrecer atención médica a las y los ciudadanos en sus hogares ya que, por motivos médicos y de movilidad tienen imposibilidad de movilidad, otorgar medicamentos de cuadro básico a quienes lo requieran, recepción de solicitudes de ciudadanos para identificar a la población más vulnerable y si es el caso, realizar visitas subsecuentes otorgando atención médica y disminuir el desarrollo y secuelas por enfermedades crónico-degenerativas y detección temprana de secuelas propias de la postración.	No agrega	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 revisiones médicas, otorgamiento de medicamentos y recepción de solicitudes para subsecuentes visitas médicas en el hogar, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir, 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 (ciudadanía en situación de postración, abandono, senilidad y discapacidad física e intelectual). ⁵⁵	INE/CG172/2018 e INE/CG334/2021
Secretaría de Bienestar Social, "Brigada Médico Asistencial", con vigencia del 05 de enero al 21 de diciembre.	Brindar servicios médicos y de especialidad en diferentes sectores vulnerables de la ciudad; Otorgar medicamentos y aportar diagnósticos médicos para la prevención y detención de enfermedades crónicas degenerativas.	No agrega	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa que otorga servicios médicos y medicinas a sectores vulnerables de la ciudad, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la	INE/CG172/2018 e INE/CG334/2021

⁵⁵ Ídem.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			información que se pretenda difundir, 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. ⁵⁶	
Secretaría de Bienestar Social, "Brigada de Salud Animal", con vigencia del 05 de enero al 21 de diciembre.	Otorgar servicios médicos básicos a las mascotas de sectores vulnerables de Nuevo Laredo; atender las necesidades primarias de las especies domésticas; promover la cultura del cuidado animal y los derechos de los animales en situación de calle y hogar.	No agrega	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, al brindar servicios médicos básicos a las mascotas, se dirige específicamente a los diversos sectores vulnerables de Nuevo Laredo. En este sentido, no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir 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	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021
Secretaría de Bienestar Social, "Farmacias Municipales UNE", con vigencia del 01 de febrero al 21 de diciembre.	Venta de medicamentos del cuadro básico para atención médica de Primer Nivel a quienes lo requieran, a través de las 10 Farmacias UNE en espacios municipales ubicados en sectores con mayor vulnerabilidad.	No agrega	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa de venta de medicamentos en sectores de mayor vulnerabilidad, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021

⁵⁶ Ídem.

⁵⁷ Ídem.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			pretenda difundir, 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. ⁵⁸	
Secretaría de Bienestar Social, "Clínicas de Salud UNE", con vigencia del 04 de febrero al 21 de diciembre.	Brindar asistencia médica oportuna y de calidad a ciudadanía más vulnerable, ofreciendo servicios de Primer Nivel de atención médica, así como también servicios de diagnóstico y/o tratamiento en medicina general, obstetricia, odontología general y psicología.	No agrega	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa de asistencia médica y servicios de salud en diversas ramas, va dirigida a la ciudadanía más vulnerable, por lo que la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir, 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. ⁵⁹	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021
Secretaría de Bienestar Social, "Atención Médica Jubilados y Pensionados y Empleados Municipales", con vigencia del 04 de febrero al 21 de diciembre.	Brindar atención médica a los derechohabientes del programa de Jubilados y Pensionados adscritos a la Administración Municipal y los fármacos necesarios para su tratamiento, así como apoyar la gestión de diversos	No agrega	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que brinda atención médica, fármacos y gestión de diversos servicios médicos, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021

⁵⁸ Ídem.

⁵⁹ Ídem.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	servicios médicos que se requieran.		información que se pretenda difundir, 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. ⁶⁰	
Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia, "Consulta Médica y Dental; Salud integral de la Mujer", con vigencia del 15 de enero al 31 de diciembre	Proporcionar los servicios de salud del Sistema DIF Nuevo Laredo a la población sin seguridad social o en condiciones de vulnerabilidad	No agrega	<p>Procedente. El derecho a la protección de la salud, del que todo mexicano o mexicana goza, se fundamenta en el artículo 4° de la Constitución. 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, pues necesariamente abarca, entre otros aspectos la lucha contra enfermedades transmisibles y la realización de campañas sanitarias.</p> <p>Por tanto, toda vez que el objetivo de esta campaña está destinado directamente a los servicios de salud su difusión se encuentra amparada en lo estipulado en las excepciones</p>	

⁶⁰ Ídem.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			previstas en el artículo 35, fracción IX, párrafo 7º de la CPEUM.	

51. Dependencias del Ayuntamiento de Izúcar de Matamoros, Puebla. La solicitud remitida por el citado ayuntamiento contiene formatos de campañas que la Dirección de Comunicación Social pretende difundir.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Medidas preventivas COVID-19”; con vigencia del 15 de enero al 15 de marzo	Prevenir y evitar contagios de la enfermedad COVID-19 ante el riesgo de incremento de los casos	No agrega	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 consultivos, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021
“Prevención de Incendios de Pastizales”; con vigencia del 16 de marzo al 15 de abril	Tiene como objetivo que durante la temporada de estiaje se prevengan y eviten incendios de pastizales que pongan en riesgo a los habitantes del Municipio de Izúcar de Matamoros, con la finalidad de	No agrega	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 o de pastizales, para fomentar conciencia sobre la importancia de cuidar la superficie arbolada	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
	garantizar su seguridad y bienestar.		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.	

52. Ayuntamiento de Coatzacoalcos, Veracruz.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Esterilización de mascotas”, con vigencia del 01 de febrero al 31 de diciembre.	Disminuir la población de animales callejeros en la ciudad, fomentando la conciencia respecto a la reproducción de los animales y promover la adopción.	No agrega	Procedente. Esta campaña se considera dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales durante el proceso de revocación de mandato, 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	INE/CG334/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			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>“Jornadas de vacunación y promoción de medidas sanitarias COVID-19”, con vigencia del 01 de febrero al 31 de diciembre.</p>	<p>Prevenir a la población del COVID-19, reduciendo las muertes.</p>	<p>No agrega</p>	<p>Procedente. La campaña tiene como finalidad informar a la población sobre la importancia de prevenir y vacunarse contra el COVID-19.</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, se considera pertinente exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental, por su vinculación directa con el concepto de salud.</p>	<p>INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021 e INE/CG626/2021</p>
<p>“Todos contra la diabetes y la obesidad”, con vigencia del 01 de febrero al 31 de diciembre.</p>	<p>Reducir el porcentaje de población con obesidad y diabetes.</p>	<p>No agrega</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, encaminadas a proteger, promover y realizar actividades relacionadas con abatir los altos índices de obesidad y diabetes,</p>	<p>INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG334/2021, INE/CG431/2021 e INE/CG626/2021</p>

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			motivando a la población a llevar una vida saludable. Por tanto, se estima adecuado considerar dentro del supuesto de excepción a la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales, ya que se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud.	

53. Dependencias del Gobierno del estado de Colima. La solicitud remitida por el citado Gobierno del Estado contiene formatos de campañas que pretenden emitir otros entes públicos del mismo, por lo que se detallará en cada uno de los casos qué ente es el solicitante.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Secretaría de Desarrollo Económico, Subsecretaría de Turismo, "Campaña de promoción turística- Colima cerca de ti", con vigencia del 15 de marzo al 10 de abril.	Dar a conocer la diversidad de destinos y potencial turístico del Estado, generando mayor atracción de inversión, nuevos productos turísticos, derrama económica, ocupación hotelera para apoyar a un sector de vital importancia para Colima que ha sido afectada por la pandemia.	Ley General de Turismo, Ley Estatal de Turismo en el Estado de Colima, Programa Sectorial de la Subsecretaría de Turismo y el Reglamento Interior del Fideicomiso para la Promoción Turística del Estado de Colima.	Procedente. Se considera que la promoción del país y de sus regiones turísticas constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° constitucional. Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no se reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural, 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	CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021e INE/CG626/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			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. De esta manera, se considera que la presente campaña se adecua a las excepciones de la prohibición de difundir propaganda gubernamental, por su vinculación directa con el concepto de educación.	
<p>Instituto Colimense de las Mujeres, "Conmemoración 8 de marzo, Día Internacional de las Mujeres, Convocatoria para entrega de reconocimiento "Mujeres Constructoras de Paz 2022: Epitacia Zamora Teodoro", con vigencia del 01 de febrero al 14 de marzo.</p>	<p>Reconocer a una de las mujeres colimenses que tenga una trayectoria destacada en cualquiera de los rubros social, rural, empresarial, familiar y político desde un enfoque de igualdad y con perspectiva de género.</p>	<p>Artículos 16, fracción i, 23, fracción VIII, 23Bis, fracción VI, 35, fracción III y 37, fracción VIII de la Ley para la Igualdad entre Mujeres y Hombres del Estado de Colima, así como el artículo 6, fracciones I y VII y 7, fracciones IX, XVII y XX de la Ley de Instituto Colimense de las Mujeres.</p>	<p>Procedente. En la actualidad es imprescindible difundir campañas enfocadas a promover y reconocer la igualdad entre hombres y mujeres. En este sentido, la presente campaña guarda relación con el concepto de educación al incentivar la participación de las mujeres en la convocatoria señalada, con motivo de la conmemoración del Día Internacional de las Mujeres, lo cual contribuye a la reconstrucción del tejido social y la prevención de la violencia. Por tanto, debe exceptuarse de las prohibiciones que marca el texto constitucional.</p>	<p>INE/CG1081/2015, INE/CG172/2018, e INE/CG626/2021</p>
<p>Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Colima, "Convocatoria para el</p>	<p>Lograr la contratación de personal para la Policía Estatal y Seguridad Penitenciaria, en aras de fortalecer la corporación y la seguridad de los centros penitenciarios</p>	<p>Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Colima, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo de la Administración Pública del Estado de Colima y Ley de</p>	<p>Procedente. De conformidad con el artículo 21 de la Constitución, 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</p>	<p>INE/CG1081/2015 e INE/CG626/2021</p>

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
reclutamiento de aspirantes a policías estatales”, con vigencia del 24 de marzo al 31 de diciembre.	de la entidad. De esta manera, se pretende incrementar el número de elementos que ofrecen sus servicios a la población del estado de Colima.	Seguridad del Estado de Colima.	libertades, la integridad y el patrimonio de las personas, así como contribuir a la generación y preservación del orden público y paz social. Tomando en consideración lo anterior, la presente campaña tiene como finalidad informar a la población acerca de la convocatoria para formar parte de la policía estatal y seguridad penitenciaria, por lo que, tiene un vínculo estrecho con el concepto de educación al permitir que la sociedad conozca de la contratación de personal y así fortalecer la seguridad del Estado; formando parte de las campañas amparadas dentro de las excepciones previstas en el artículo 35, fracción IX, párrafo 7° de la CPEUM.	
Secretaría de Educación y Cultura, “Cultura para sembrar la Paz y el Desarrollo”, con vigencia del 05 de enero al 31 de diciembre.	Promover a través de diversas formas, formatos y canales de comunicación las alternativas para participar en actividades de índole cultural y en favor del desarrollo de la población en general.	artículo 41, Base III, Apartado C de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y artículo 17, fracción IV de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo y la Administración Pública del Estado de Colima.	Procedente. La campaña guarda relación con el concepto de educación. A su vez, como parte de la formación integral del ser humano, el artículo 4° constitucional establece el derecho de toda persona al acceso a la cultura y al disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, así como al ejercicio de sus derechos culturales. En virtud de lo anterior, la presente campaña tiene como finalidad promover actividades de índole cultural, por lo que se considera que existen razones suficientes para considerarla como excepción a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental.	INE/CG1081/2015, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021 e INE/CG626/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
<p>Instituto Colimense del Deporte (Incode), "Deporte es salud", con vigencia del 04 de febrero al 10 de abril.</p>	<p>Mantener a la población informada sobre las opciones para la realización de actividad física, deportiva y de recreación, a través de distintas opciones de práctica deportiva.</p>	<p>Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Ley General de Salud, Ley de Salud del Estado de Colima y Ley Cultural Física y Deporte del Estado de Colima.</p>	<p>Procedente. La campaña está vinculada con el concepto de salud y educación, toda vez que busca la promoción de actividades físicas y deportivas, lo cual contribuye a construir una cultura por la actividad física y el deporte que son considerados como elementos de la educación para formar a las personas la cultura de ejercitar su cuerpo y mente integralmente, adicionalmente el deporte debe verse como una herramienta fundamental para el combate de enfermedades.</p>	<p>INE/CG172/2018, INE/CG109/2021 e INE/CG626/2021</p>
<p>Instituto Colimense de las Mujeres, "En el ICM ¡Estamos a tu servicio!", con vigencia del 31 de enero al 10 de abril.</p>	<p>Informar de los distintos servicios que brinda el Instituto Colimense de las Mujeres en todo el Estado.</p>	<p>Artículos 16, fracción i, 23, fracción VIII, 23Bis, fracción VI, 35, fracción III y 37, fracción VIII de la Ley para la Igualdad entre Mujeres y Hombres del Estado de Colima, así como el artículo 6, fracciones I y VII y 7, fracciones IX, XVII y XX de la Ley de Instituto Colimense de las Mujeres.</p>	<p>Improcedente. La difusión no implica radio y televisión sino a través de medios digitales como en la página de Facebook, página Web, perfiles de Instagram, y Twitter del propio Instituto.</p>	
<p>Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Colima, "No arriesgues tu vida y la de los demás", con vigencia del 04 de febrero al 10 de abril.</p>	<p>Concientizar a la población de los riesgos que existen al manejar bajo efectos de alguna sustancia o con algún distractor, así como informar que se pone en riesgo la vida.</p>	<p>Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Colima, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo de la Administración Pública del Estado de Colima y Ley de Seguridad del Estado de Colima.</p>	<p>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 orientación a la población. A su vez, el artículo 4° de la CPEUM establece que: "Toda persona tiene derecho a la movilidad en condiciones de seguridad vial, accesibilidad, eficiencia, sostenibilidad,</p>	<p>INE/CG172/2018, INE/CG109/2021 e INE/CG626/2021</p>

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>calidad, inclusión e igualdad". En este sentido, esta campaña se encuentra vinculada al concepto de educación y salud, ya que tiene como objetivo informar a la población sobre las acciones que podrían afectar su vida y libre tránsito. Por tanto, esta campaña se encuentra vinculada con las excepciones que marca el texto constitucional relativas a la prohibición de difundir propaganda gubernamental.</p>	
<p>Secretaría de Educación y Cultura del Gobierno del estado de Colima, "Proceso de inscripción al ciclo escolar 2022-2023", con vigencia del 07 de enero al 24 de marzo.</p>	<p>Comunicar a la población colimense el inicio del proceso de inscripción al ciclo escolar 2022-2023.</p>	<p>Artículo 3 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, artículos 6 y 38 de la Ley General de Educación, artículo 4 y 5 de la Ley de Educación del Estado de Colima.</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 informar e incentivar que los niños y adolescentes sean inscritos y asistan a la escuela. Así, esta campaña se encuentra vinculada con el concepto de educación y es adecuado exceptuarla de la prohibición de difundir propaganda gubernamental.</p>	<p>INE/CG109/2021 e INE/CG626/2021</p>
<p>Coordinación General de Comunicación Social, "Protección cerca de ti", con vigencia del 04 de febrero al 10 de abril.</p>	<p>Disminuir riesgos para la población, tanto en los fenómenos que no se pueden predecir, además de aquellas situaciones para prevenir accidentes, tomando ciertas medidas.</p>	<p>Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Colima, Ley Estatal de Protección Civil para el Estado de Colima y Ley Orgánica del Poder Ejecutivo de la Administración Pública del Estado de Colima.</p>	<p>Procedente. Protección civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona la protección y la asistencia a la ciudadanía ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar vidas humanas, los bienes y el entorno en el que viven. Ahora bien, la acción en materia de seguridad tiene una evidente finalidad de protección civil en caso de fenómenos que no se puedan predecir y accidentes, por lo cual resulta evidente que esta</p>	<p>INE/CG1081/2015, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021 e INE/CG626/2021</p>

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de educación y protección civil, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de accidentes o fenómenos impredecibles, contribuyendo a la disminución de riesgos y prevención de una situación de peligro, lo que contribuye a salvar vidas humanas.	
Secretaría de Salud del Gobierno del estado de Colima, "Salud por ti", con vigencia del 01 de enero al 30 de abril.	Fortalecer las acciones preventivas, control y promoción de estilos de vida saludables que favorezcan el autocuidado de la salud y protección contra padecimientos crónicos, infecciosos o transmitidos por vector.	Artículo 4 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Constitución Política del Estado de Colima, Ley General de Salud y Ley de Salud del Estado de Colima.	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.	INE/CG1081/2015, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021 e INE/CG626/2021

54. Ayuntamiento de Tlaxcoyan, Veracruz.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
"Jueves de salud", con vigencia del 01 de enero de 2022 al 30 de diciembre de 2025.	Mantener informada a la ciudadanía sobre los lugares de las consultas gratuitas.	No agrega	Procedente. El artículo 4° constitucional establece el derecho que tiene toda persona a la protección de la salud, por lo que la presente campaña guarda relación con el concepto de salud ya que tiene como finalidad mantener informada a la ciudadanía sobre los lugares donde se van a otorgar los servicios de salud gratuitos que se ofrecen. En ese sentido, se considera adecuado exceptuar la presente campaña de la prohibición de difundir propaganda	INE/CG78/2016, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019 e INE/CG334/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			gubernamental, pues se trata de información pública de carácter institucional ya que versa sobre servicios que presta el gobierno en ejercicio de sus funciones a través de los cuales se proporcionan a la ciudadanía herramientas para que tenga conocimiento de los trámites y requisitos y lugar donde se proporciona el servicio.	
“Seguridad Pública, uso de cinturón, uso de casco, denuncia vía WhatsApp y acompañamiento policial”, con vigencia del 01 de enero 2022 al 30 de diciembre de 2025.	Concientizar a la ciudadanía en tema de prevención de accidentes y así poder reducir los niveles de accidentes.	No agrega	Procedente. De acuerdo con el 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 difundir la cultura de la prevención, mediante la promoción de una cultura vial. Así, puede considerarse dentro de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	INE/CG78/2016, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019 e INE/CG334/2021
“Recolección de basura y descacharrización”, con vigencia del 01 de enero 2022 al 30 de diciembre de 2025.	Mantener informada a la población sobre los lugares y fechas de recolección de basura y descacharrización.	No agrega	Procedente. El artículo 4° constitucional establece el derecho que tiene toda persona a la protección de la salud, por lo que la presente campaña guarda relación con el concepto de salud ya que tiene como	

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>finalidad mantener informada a la ciudadanía acerca de los lugares y fechas de recolección de basura y “cacharro”, lo que fomenta y contribuye a proporcionar a la comunidad un ambiente sano, ya que se previenen los malos olores, la contaminación del agua y el suelo, además de evitar plagas y propagación de enfermedades.</p> <p>En ese sentido, se considera adecuado exceptuar la presente campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental, pues se trata de información pública de carácter institucional ya que versa sobre servicios que presta el gobierno en ejercicio de sus funciones a través de los cuales se proporcionan a la ciudadanía herramientas para que tenga conocimiento de los trámites y requisitos y lugar donde se proporciona el servicio.</p>	

55. Dependencias del Ayuntamiento de Veracruz, Veracruz. 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 qué ente es el solicitante.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Presidencia Municipal, “Carnaval de Veracruz 2022 el más alegre del mundo”;	Dar a conocer al país, al turismo nacional e internacional, la nueva fecha en que se llevará a cabo este evento cultural que promueve	Artículos 115 fracción II segundo párrafo, 134 párrafo octavo de la Constitución Política de los	Procedente. Al tratarse de una invitación para la celebración de un acto de carácter cultural y social, este Consejo General la considera vinculada al concepto de	INE/CG172/2018 e INE/CG377/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
con vigencia del 01 de febrero al 22 de junio	las tradiciones veracruzanas.	Estados Unidos Mexicanos. Artículos 34, 35 Fracciones II y XXV Inciso i) de La Ley Orgánica del Municipio Libre de Veracruz de Ignacio de la Llave	educación que comprende, en su acepción más amplia, el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones, es decir, al conjunto de conocimientos sobre distintos lugares, formas de vida y costumbres.	
Coordinación de Comunicación Social, "Veracruz en prevención", con vigencia del 01 de febrero al 30 de abril	Difundir entre los habitantes del municipio de Veracruz y de la zona metropolitana aquellas recomendaciones en materia de protección civil derivadas de los frentes fríos, actividades en playas y litorales; y para la prevención de incendios en pastizales. Meteorológicas	Artículos 115 fracción II segundo párrafo, 134 párrafo octavo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Artículos 34, 35 Fracciones II y XXV Inciso i) de La Ley Orgánica del Municipio Libre de Veracruz de Ignacio de la Llave.	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 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 desastres y emergencias por diversos fenómenos comprende el fomento de programas de orientación a la población. Así, esta campaña se encuentra vinculada con los conceptos de protección civil y salud, en ese sentido, se encuentra amparada como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021 e INE/CG1644/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			gubernamental impone el texto constitucional.	
<p>Coordinación de Comunicación Social, "Reconéctate con Veracruz", con vigencia del 01 de febrero al 22 de junio</p>	<p>Dar a conocer exposiciones en museos de la ciudad, de danza, pintura, música y arte; conciertos, clases de laudería, pintura, arte, música, talleres de teatro, actividades sobre la cultura y la mujer, muestras de arte y folclor veracruzano, reactivación de eventos deportivos y culturales, callejoneadas históricas, presentación de las orquestas musicales, conferencias culturales, clases y demostraciones artísticas y culturales, así como eventos conmemorativos.</p>	<p>Artículos 115 fracción II segundo párrafo, 134 párrafo octavo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Artículos 34, 35 Fracciones II y XXV Inciso i) de La Ley Orgánica del Municipio Libre de Veracruz de Ignacio de la Llave.</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 actividades y servicios en materia artística y cultural con el fin de promover en la población dichos eventos.</p>	<p>CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG1644/2021</p>
<p>Coordinación de Comunicación Social, "Por la salud de todos", con vigencia del 01 de febrero al 30 de mayo</p>	<p>Difundir entre los habitantes del municipio de Veracruz y de la zona metropolitana, aquellas recomendaciones en materia de cuidado de la salud, tanto física como mental en esta nueva normalidad y de regreso a las actividades escolares, económicas y productivas; promoviendo aquellos servicios psicológicos, nutricionales, odontológicos, de salud de las mujeres.</p>	<p>Artículos 115 fracción II segundo párrafo, 134 párrafo octavo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Artículos 34, 35 Fracciones II y XXV Inciso i) de La Ley Orgánica del Municipio Libre de Veracruz de Ignacio de la Llave.</p>	<p>Procedente. Dado que la Constitución concibe a la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y a la salud como el derecho que tiene toda persona, la difusión de esta campaña se encuentra amparada en lo previsto en las excepciones del artículo 35, fracción IX, párrafo 7º de la CPEUM. Lo anterior, toda vez que dicha campaña tiene como objetivo actividades de prevención y fomento al cuidado de la salud, lo cual contribuye a generar y modificar hábitos y patrones de conducta en beneficio de la ciudadanía.</p>	<p>INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021</p>

56. Ayuntamiento de Boca del Río, Veracruz.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Boca Prevenido”, con vigencia del 01 de febrero al 30 de abril.	Difundir aquellas recomendaciones en materia de protección civil derivadas de los frentes fríos, actividades en playas y litorales; y para la prevención de fuegos en pastizales.	Artículos 115, fracción II, segundo párrafo y 134, párrafo octavo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y artículos 34, 35, fracciones II y XXV, inciso i) de la Ley Orgánica del Municipio Libre de Veracruz de Ignacio de la Llave.	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 virtud de lo anterior, esta campaña tiene una evidente finalidad de protección civil en caso de fenómenos naturales, por lo que resulta evidente que está amparada en la excepción de difundir propaganda gubernamental que impone el texto constitucional.	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021 e INE/CG626/2021
“Redescubre Boca del Río”, con vigencia del 01 de febrero al 22 de junio.	Dar a conocer las diversas actividades culturales y eventos deportivos como parte del fortalecimiento del tejido social y el desarrollo humano.	Artículos 115, fracción II, segundo párrafo y 134, párrafo octavo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y artículos 34, 35, fracciones II y XXV, inciso i) de la Ley Orgánica del Municipio Libre de Veracruz de Ignacio de la Llave.	Procedente. El artículo 4° constitucional establece el derecho de toda persona al acceso a la cultura y al disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, así como el ejercicio de sus derechos culturales. Por lo que la promoción de diversas actividades de educación cultural contribuye al desarrollo integral del ser humano como parte de la educación informal. En ese sentido, 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/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021 e INE/CG626/2021

57. Dependencias del Ayuntamiento de Papantla, Veracruz. 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 qué ente es el solicitante.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Dirección de Fomento Educativo, "Capacitación a docentes en el diseño de estrategias para el desarrollo integral del alumno", con vigencia del 04 de febrero al 03 de junio.	Fortalecer la práctica docente a través del intercambio y difusión de estrategias mejorando los resultados académicos de los alumnos.	No agrega	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 mejorar la calidad educativa, motivando la capacitación y actualización permanente de los docentes. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación, ya que permite difundir estrategias para mejorar los resultados académicos de los alumnos, por lo que se considera como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	INE/CG78/2016, INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021
Dirección de Fomento Educativo, "Conferencias de apoyo en el aspecto socioemocional a padres de familia", con vigencia del 04 de febrero al 03 de junio.	Orientación y ayuda a padres de familia para mejorar la comunicación con sus hijos y la autorregulación de sus relaciones sociales.	No agrega	Procedente. De acuerdo con el artículo 16 de la Declaración Universal de los Derechos humanos, "La familia es el elemento natural y fundamental de la sociedad y tiene derecho a la protección de la sociedad y del Estado." Por tanto, la presente campaña guarda relación con el concepto de educación, ya que tiene como fin realizar conferencias encaminadas a orientar a los padres de familia para mejorar y fortalecer el núcleo familiar, ampliando su contexto en la autorregulación de las relaciones sociales e incluso impactando en	INE/CG78/2016, INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			mejores resultados académicos de los hijos, disminuyendo y previniendo delitos y adicciones, por lo que resultado adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental.	
Dirección de Fomento Educativo, "Una escuela completamente tuya", con vigencia del 04 de febrero al 30 de abril.	Brindar asesoría para conocer el proceso de realización en la escrituración de escuelas con situación de vulnerabilidad jurídica con la finalidad de que las escuelas públicas cuenten con todos los derechos sobre la propiedad inmobiliaria de su espacio de trabajo.	No agrega	Improcedente. De acuerdo con lo establecido en el formulario la solicitud no se refiere a una campaña gubernamental sino al ejercicio de un programa de gobierno que busca garantizar que las escuelas públicas no suspendan sus servicios por problemas relacionados con la irregularidad en la posesión de sus instalaciones al proporcionar asesoría jurídica para escriturar sus propiedades.	
Dirección de Fomento Educativo, "Una escuela sin violencia", con vigencia del 04 de febrero al 30 de abril.	Fomentar la sana convivencia a través de los valores que fortalecen las actividades deportivas y académicas a través de la promoción de estos.	No agrega	Procedente. La campaña guarda relación con el concepto de educación y salud al incentivar la sana convivencia entre los estudiantes entendida esta como la coexistencia armónica de los miembros de la comunidad escolar, que supone una interrelación positiva entre ellos y permite el adecuado cumplimiento de los objetivos educativos en un clima que propicia el desarrollo integral de los estudiantes. Asimismo, la buena convivencia entre todos los miembros de la comunidad escolar es una condición indispensable para el sano desarrollo de la personalidad de los alumnos y para un adecuado aprendizaje de los mismos, como parte de los pilares de la educación. Por lo que, al fomentar actividades de encuentro	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			deportivas y académicas se fortalece el sano desarrollo de los estudiantes y a su vez se permite incentivar la convivencia. En este sentido, esta campaña puede ser considerada dentro de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	
Ayuntamiento Municipal de Papantla, Dirección de Salud Municipal, "Acciones de prevención de cáncer cervicouterino y mamario", con vigencia del 05 de enero al 30 de junio.	Reducir la morbimortalidad por cáncer cervicouterino y mamario a través del acercamiento de servicios médicos mediante brigadas de salud itinerantes donde se realicen exploraciones clínicas mamarias, mastografías, Papanicolau, colposcopías, etc. Además, difusión de la importancia de la detección oportuna de este tipo de cáncer.	No agrega	Procedente. El derecho a la protección de la salud, del que todo mexicano o mexicana goza, se fundamenta en el artículo 4° de la Constitución. 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. Por tanto, toda vez que el objetivo de esta campaña está destinado directamente a los servicios de salud su difusión se encuentra amparada en lo estipulado en las excepciones previstas en el artículo 35, fracción IX, párrafo 7° de la CPEUM.	
Ayuntamiento Municipal de Papantla, Dirección de Salud Municipal, "Jornada de Salud Pública", con vigencia del 21 al 25 de febrero.	Brindar a la población acciones integrales de salud pública acordes a la línea de vida, acercar los servicios de salud a los diferentes grupos de población, especialmente a los que se encuentran en situaciones de vulnerabilidad, para promover mejores	No agrega	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 diversos servicios de salud, no cumple con el criterio de generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá de ser de tal	INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	condiciones de salud y mejorar su calidad de vida. Lo anterior, aplicando los biológicos faltantes a niños menores de 5 años, completar esquemas en embarazadas y adolescentes, administrando vitamina "A" a niños menores de 4 años, realizando tamices, entrega de sobres de "vida suero oral", etc.		importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún beneficio directo a un sector en específico de la población, como es el caso. ⁶¹	
Ayuntamiento Municipal de Papatla, Dirección de Salud Municipal, "Prevención de Zoonosis", con vigencia del 05 de marzo al 30 de junio.	Coadyuvar en mantener la interrupción del virus rábico en perros y gatos y con ello la prevención de transmisión al humano.	No agrega	Procedente. Esta campaña se considera dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales, en razón de que se encuentra relacionada con el derecho a la protección 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.	INE/CG334/2021
Ayuntamiento Municipal de Papatla, Dirección de	Lucha frontal contra las enfermedades transmitidas por vector	No agrega	Improcedente. No se trata de la difusión de una campaña sino el ejercicio de un programa gubernamental. ⁶²	INE/CG334/2021

⁶¹ Ídem.

⁶² 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

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Salud Municipal, "Programa de enfermedades transmitidas por vector", con vigencia del 05 de enero al 30 de junio.	(dengue, zika y chikungunya)			
Ayuntamiento Municipal de Papanthla, Dirección de Salud Municipal, "Programa de prevención de muerte materna y muerte perinatal", con vigencia del 05 de enero al 30 de junio.	Contribuir a reducir la morbimortalidad materna y perinatal con enfoque de interculturalidad, priorizando grupos de riesgo a través de integraciones de comités municipales, estableciendo puntos centinelas para ubicación de ambulancias para los traslados y coordinando con los centros de salud.	No agrega	Improcedente. No se trata de la difusión de una campaña sino el ejercicio de un programa gubernamental. ⁶³	INE/CG334/2021
Ayuntamiento Municipal de Papanthla, Dirección de Salud Municipal, "Promoción y difusión de acciones de prevención ante la nueva oleada de COVID", con vigencia del 10 de enero al 30 de junio.	Frenar el contagio del coronavirus brindando información teórica y práctica que permita a la población implementar estrategias de prevención e identificación de factores de riesgo y la eliminación de los mitos que existen sobre el coronavirus.	No agrega	Procedente. El artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene el derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende 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, se considera adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental, por su vinculación directa con el concepto de salud.	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021

gubernamental que es la materia del presente Acuerdo, sino se refiere al ejercicio de un programa gubernamental por lo que se torna improcedente.

⁶³ Ídem.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Unidad Municipal de Protección Civil Papantla, "Mochila de emergencia", con vigencia del 17 de enero al 15 de abril.	Que la población pueda tener a la mano una mochila, la cual contenga documentos importantes como títulos de propiedad, lámpara, material de curación, medicamentos de prescripción, agua, alimentos enlatados y una muda de ropa a la mano.	Ley 856 de Protección Civil para la Reducción de Riesgos de Desastres para el Estado de Veracruz y Ley General de Protección Civil.	<p>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.</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 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 como lo es tener una mochila de emergencia, contribución a la disminución de riesgos y prevención de una situación de peligro, lo que contribuye a salvar vidas humanas</p>	
Unidad Municipal de Protección Civil Papantla, "Feria Infantil", con vigencia del 03 de marzo de 2022	Difundir una cultura de prevención y conocimiento de la protección civil.	Ley 856 de Protección Civil para la Reducción de Riesgos de Desastres para el Estado de Veracruz y Ley General de Protección Civil.	<p>Procedente. Dado que la Constitución concibe a la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, las actividades de prevención y conocimiento de la protección civil corresponden a la educación</p>	INE/CG334/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
al 10 de marzo de 2025.			informal y contribuyen a generar una cultura desde una edad temprana acerca de la importancia de la protección civil, por tanto, se estima pertinente exceptuar esta campaña de las prohibiciones que impone el texto constitucional para la difusión de propaganda gubernamental.	
Unidad Municipal de Protección Civil Papantla, "Plan Familiar", con vigencia del 02 de febrero 2022 al 22 de diciembre de 2025.	Dar una capacitación y guía informativa a la elaboración del plan familiar.	Ley 856 de Protección Civil para la Reducción de Riesgos de Desastres para el Estado de Veracruz y Ley General de Protección Civil.	Procedente. Al igual que la campaña anterior, dado que la Constitución concibe a la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, las actividades de prevención corresponden a la educación informal ya que contribuyen a capacitar e informar acerca de la importancia de conocer los elementos que forman parte de la protección civil para así estar en posibilidades de generar autoprotección, por tanto se estima pertinente exceptuar esta campaña de las prohibiciones que impone el texto constitucional para la difusión de propaganda gubernamental.	INE/CG334/2021
Unidad Municipal de Protección Civil Papantla, "Un día con un bombero", con vigencia del 01 de febrero de 2022 al 01 de noviembre de 2025.	Generar acciones de proximidad, al poder acudir a la estación de bomberos o desplazar los equipos de la base a las escuelas.	Ley 856 de Protección Civil para la Reducción de Riesgos de Desastres para el Estado de Veracruz y Ley General de Protección Civil y Ley Número 676 de los Cuerpos de Bomberos del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.	Procedente. Dado que la Constitución concibe a la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, las actividades de prevención y conocimiento de la protección civil corresponden a la educación informal y contribuyen a generar una cultura desde una edad temprana acerca de la importancia de la protección civil, por tanto, se estima pertinente exceptuar esta campaña de las prohibiciones que impone el texto constitucional para la difusión	INE/CG172/2018, INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			de propaganda gubernamental.	

58. Alcaldía Miguel Hidalgo de la Ciudad de México.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Brigadas comunitarias de Protección Civil”, con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.	Convocar y capacitar a la ciudadanía en general, para conformar su brigada en materia de protección civil y gestión de riesgo en el lugar en el que vivan o trabajen.	No agrega	Improcedente. Según el formulario la difusión no implica la radio y televisión sino mediante redes sociales.	
“Campaña de fomento al turismo en Semana Santa en Miguel Hidalgo (posible nombre, “CAELE A MH)”, con vigencia del 21 de marzo al 20 de abril.	Incrementar la presencia de visitantes en la demarcación y la consecuente derrama económica que permita reactivar la economía en este importante sector.	Constitución Política de la Ciudad de México y Ley de Alcaldías de la Ciudad de México.	Improcedente. La difusión no implica la radio y televisión sino mediante publicaciones en redes sociales, así como posiblemente en medios impresos.	
“Escuela de Teatro, Miguel Hidalgo”, con vigencia del 01 de marzo al 27 de mayo.	Difundir la inauguración y apertura de inscripciones para fomentar el conocimiento de las artes en todas sus facetas; así como la democratización de la cultura y el acceso de los espectadores a varias expresiones artísticas.	Artículo 4 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y artículo 6 de la Ley General de Cultura y Derechos Culturales.	Procedente. Como parte de la educación y el desarrollo integral del ser humano debe fomentarse el acceso a la cultura. En ese sentido, el artículo 4° de la Constitución establece el derecho que tiene toda persona a la cultura y al disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia. Asimismo, la Ley General de Cultura y Derechos Culturales busca promover, respetar, proteger y asegurar el ejercicio de los derechos culturales y garantizar el disfrute de los	

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			bienes y servicios que presta el Estado en la materia. En virtud de lo anterior, esta campaña se vincula con el concepto de educación, ya que su finalidad es fomentar el conocimiento de las artes y el acceso a las expresiones artísticas, por lo que debe considerarse como parte de las excepciones a las prohibiciones de difundir propaganda gubernamental.	
“Prevención COVID-19”, con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.	Prevenir contagios por COVID-19, dentro de la Alcaldía.	No agrega	Improcedente. La difusión no implica radio y televisión sino a través de las redes sociales.	
“Prevención de incendios de pastizales”, con vigencia del 01 de enero al 01 de mayo.	Dar a conocer a los habitantes de la demarcación las situaciones que pueden provocar en la temporada de estiaje un incendio, prepararlos para actuar de manera preventiva para tal fenómeno y difundir los números de atención a emergencias de la Alcaldía.	No agrega	Improcedente. Según el formulario, la difusión no implica la radio y televisión sino a través de las redes sociales.	
“Protégete de las lluvias”, con vigencia del 01 de marzo al 31 de julio.	Concientizar a la población para que actúe de manera preventiva en la temporada de lluvias, se mantengan sus coladeras y calles libres de basura, para evitar el colapso del drenaje y por consiguiente las inundaciones.	No agrega	Improcedente. De acuerdo con el formulario remitido, la difusión no implica la radio y televisión sino a través de los medios digitales de la Alcaldía.	

59. Dependencias del Ayuntamiento de Zongolica, Veracruz. 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 qué ente es el solicitante.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
<p>Dirección Municipal de Protección Civil, "Balnearios y ríos seguros", con vigencia del 31 de enero al 15 de mayo.</p>	<p>Salvaguardar a turistas y paseantes que visitan los atractivos turísticos de la Sierra de Zongolica.</p>	<p>Ley 856 de Protección Civil y la Reducción de Riesgos y Desastres para el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave, artículo 47, fracciones IV, XI y XII.</p>	<p>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. Por otra parte, la Ley General de Protección Civil establece en el artículo 2, fracción XLII que la Protección Civil es la acción solidaria y participativa, que en consideración tanto de los riesgos de origen natural o antrópico como de los efectos adversos de los agentes perturbadores, prevé la coordinación y concertación de los sectores público, privado y social en el marco del Sistema Nacional, con el fin de crear un conjunto de disposiciones, planes, programas, estrategias, mecanismos y recursos para que de manera corresponsable, y privilegiando la Gestión Integral de Riesgos y la Continuidad de Operaciones, se apliquen las medidas y acciones que sean necesarias para salvaguardar la vida, integridad y salud de la población, así como sus bienes; la infraestructura, la planta productiva y el medio ambiente. En ese sentido, la campaña guarda relación con el concepto de protección civil, ya que tiene como finalidad difundir convocatorias de cursos y capacitaciones que coadyuven a la prevención y concientización ante la</p>	<p>INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021</p>

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			presencia de posibles riesgos derivados de la presencia del turismo en los diversos atractivos turísticos de la Sierra de Zongolica.	
Dirección Municipal de Protección Civil, "Operativo Vacacional de Semana Santa", con vigencia del 01 de abril al 22 de abril.	Salvaguardar la integridad de turistas y paseantes, resguardando los atractivos turísticos por diversas autoridades.	Ley 856 de Protección Civil y la Reducción de Riesgos y Desastres para el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave, artículo 47, fracciones IV, XI y XII.	Procedente. Al igual que la campaña anterior, guarda relación con el concepto de protección civil al difundir información atinente para salvaguardar al turismo que visite los diversos atractivos de la región. Por tanto, es adecuado exceptuar esta campaña de las prohibiciones de difundir propaganda gubernamental que impone el texto constitucional.	INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021
Dirección Municipal de Protección Civil, "Concientización sobre el distanciamiento social y medidas sanitarias por COVID", con vigencia del 01 de febrero y término indefinido.	Concientizar a la población sobre el distanciamiento y medidas sanitarias sobre la nueva ola de COVID.	Ley 856 de Protección Civil y la Reducción de Riesgos y Desastres para el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave, artículo 47, fracciones IV, XI y XII.	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, se considera adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental, por su vinculación directa con el concepto de salud.	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021
Dirección Municipal de Protección Civil, "Prevención de incendios forestales y registro de quemas agrícolas", con	Concientizar a la población para evitar que las quemas agrícolas se conviertan en grandes incendios forestales que pongan en riesgo a la población, así como la vida silvestre y fauna.	Ley 856 de Protección Civil y la Reducción de Riesgos y Desastres para el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave, artículo 47, fracciones IV, XI y XII.	Procedente. Dado que la Constitución concibe a la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, las actividades de prevención corresponden a la educación informal y contribuyen a generar o modificar hábitos y patrones	INE/CG235/2020, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
vigencia del 01 de febrero y término indefinido.			<p>de conducta en beneficio de la ciudadanía, y a la conservación de los recursos naturales 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 de país. Por tanto, la campaña se encuentra vinculada con los conceptos de educación y protección civil al tener como finalidad la prevención de incendios, y fomentar conciencia sobre la importancia de cuidar el medio ambiente. En ese sentido, se estima pertinente exceptuar esta campaña de las prohibiciones de difundir propaganda gubernamental que impone el texto constitucional.</p>	
Ayuntamiento de Zongolica, "Concientización y prevención de accidentes de tránsito terrestre", con periodo de transmisión sin especificar.	Sensibilizar a la sociedad frente a los comportamientos y/o responsabilidades como conductor, peatón o pasajero, incrementar la información de los señalamientos viales, restrictivos, informativos y preventivos, así como sensibilizar sobre la prevención de accidentes.	Artículos 1, fracción X; 3, fracción III del Reglamento de tránsito y vialidad para el municipio de Zongolica, Veracruz.	<p>Procedente. 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</p>	INE/CG334/2021 ^e INE/CG626/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>medicamentos que produzcan somnolencia, y 5) Usar el casco si se usa motocicleta.</p> <p>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 posible exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante el proceso de Revocación de Mandato.</p>	
<p>Ayuntamiento de Zongolica, "Pago predial", con vigencia del 04 de enero al 28 de febrero.</p>	<p>Que la población este al corriente en sus pagos de predial.</p>	<p>Código Hacendario del Estado.</p>	<p>Procedente. Este tipo de campañas relacionadas con el pago de las obligaciones contributivas son acorde al concepto de educación, porque incentiva el 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. De esa manera este tipo de campaña 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 crea una cultura de solidaridad en el cumplimiento voluntario y oportuno de las obligaciones fiscales, por lo que resulta posible exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante el</p>	<p>INE/CG334/2021 e INE/CG431/2021</p>

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			proceso de Revocación de Mandato.	
Ayuntamiento de Zongolica y DIF Municipal, "Programa de desayunos escolares fríos y calientes y 1000 días de vida", con periodo de transmisión sin especificar.	Que la población vulnerable del municipio se vea beneficiada con los programas de apoyo, mejorando su calidad de vida.	Ley sobre el Sistema Estatal de Asistencia Social en el Estado de Veracruz, Ley General de Desarrollo Social y Ley General de Salud.	Improcedente. En primer lugar, no se menciona el periodo durante el cual se pretende difundir la campaña. En segundo lugar, no se cumple con el criterio de necesidad y generalidad, ya que la campaña está dirigida a sectores en específico del municipio de Zongolica, con el fin de proporcionarles alimentación. Por último, se trata de promocionar programas de carácter social de la administración pública municipal que generan un beneficio directo al sector vulnerable de la población ⁶⁴ .	INE/CG109/2021

60. Ayuntamiento de Ensenada, Baja California.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
"Paga primero, ahorra dinero", con vigencia del	Comunicar a la población para que acuda responsablemente y en tiempo a fin de que la autoridad municipal	No agrega	Improcedente. La campaña no se relaciona con algún concepto de excepción a la difusión de propaganda gubernamental ⁶⁵ .	INE/CG334/2021 e INE/CG431/2021

⁶⁴ Al respecto, la Sala Superior 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 electivos y consultivos.

⁶⁵ Resulta importe subrayar, que no obstante que en el formulario se argumenta que la finalidad de los descuentos 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.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
04 de febrero al 31 de marzo.	pueda prestar los servicios públicos necesarios, brindando, descuentos del 8% y 5% por pronto pago.		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 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 en específico de la población, como es el caso.	
“¡Ponte el cubrebocas!”, con vigencia del 03 de enero al 30 de junio.	Mantener informados tanto a turistas, nacionales y extranjeros, sobre la importancia de mantener el uso correcto de cubrebocas, así como medidas sanitarias para evitar la propagación del virus, sobre todo en espacios públicos y turísticos de la localidad.	No agrega	Procedente. La campaña tiene como finalidad informar a la población sobre las medidas sanitarias para evitar la propagación del virus SARS-CoV-2 haciendo hincapié en el correcto uso de cubrebocas. 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, es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental, por su vinculación directa con el concepto de salud.	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG377/2021
“Presidente en línea”, con vigencia del 04 de febrero al 10 de mayo.	Mantener informada a la población sobre las actividades de las dependencias gubernamentales como en temas de salud, protección civil, movilidad vial y de servicios públicos, entre otros.	No agrega	Improcedente. La difusión no implica radio y televisión sino solo mediante redes sociales.	

61. Dependencias del Gobierno del estado de Aguascalientes. La solicitud remitida por el citado Gobierno del Estado contiene formatos de campañas que pretenden emitir otros entes públicos del mismo, por lo que se detallará en cada uno de los casos qué ente es el solicitante.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
<p>Secretaría de Desarrollo Social, “Contigo Podemos, vertiente ayuda económica temporal en apoyo a la economía familiar”, con vigencia del 30 de diciembre de 2021 al 31 de diciembre de 2022</p>	<p>Ofrecer un apoyo económico a las familias durante el periodo que permanezcan participando en el programa; las cuales han quedado vulnerables a raíz de la pandemia por COVID-19.</p>	<p>Reglas de Operación para los Programas Sociales para el año 2022 (Publicación POE 30/12/2021).</p>	<p>Improcedente: Si bien el programa guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de un programa de entrega de apoyos económicos a voluntarios sociales, la difusión de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún sector específico de la población, como es el caso. Al respecto en la Jurisprudencia 19/2019,⁶⁶ la Sala Superior 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</p>	<p>INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021</p>

⁶⁶ 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 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
			principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse.	
Secretaría de Desarrollo Social, "Educación Contigo, vertiente Becas Contigo", con vigencia del 30 de diciembre de 2021 al 31 de diciembre de 2022.	Contribuir a la culminación de estudios a nivel superior, así como a la profesionalización de egresados de las distintas instituciones educativas.	Reglas de Operación para los Programas Sociales para el año 2022 (Publicación POE 30/12/2021).	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 estudiantil, la difusión de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún sector específico de la población, como es el caso. ⁶⁷	INE/CG626/2021
Secretaría de Desarrollo Social, "Gobernador Contigo, vertiente intervenciones Gobernador Contigo", con vigencia del 30 de diciembre de 2021 al 31 de diciembre.	Acercar mediante intervenciones sociales los programas y servicios que otorgan las dependencias del Estado en materia de salud, educación, desarrollo económico, asistencia social y otros servicios a la ciudadanía para brindarle atención de una manera cercana, integral y con capacidad de respuesta a sus necesidades.	Reglas de Operación para los Programas Sociales para el año 2022 (Publicación POE 30/12/2021).	Improcedente. La difusión de esta campaña no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún sector específico de la población, como es el caso. Al respecto en la Jurisprudencia 19/2019, ⁶⁸ la Sala Superior estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los	INE/CG626/2021

⁶⁷ Ídem.

⁶⁸ 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 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
			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. ⁶⁹	
Secretaría de Desarrollo Social, "Contigo Podemos, vertiente Emprendo Contigo" con vigencia del 30 de diciembre de 2021 al 31 de diciembre.	Apoyos económicos y capacitaciones a las personas en estado de vulnerabilidad que deseen iniciar un micronegocios que fomenten el autoempleo, así como mejorar e incentivar el crecimiento de los negocios ya existentes.	Reglas de Operación para los Programas Sociales para el año 2022 (Publicación POE 30/12/2021).	Improcedente. Si bien esta campaña forma parte de la educación informal, al brindar capacitaciones que fomenten el autoempleo, también hace referencia a la entrega de apoyos económicos, razón por la cual no forma parte de las excepciones a las prohibiciones de difundir propaganda gubernamental, ya que implica un beneficio directo a un sector en específico de la población, en este caso, a las personas en estado de vulnerabilidad o marginación.	INE/CG626/2021
Sistema de Financiamiento de Aguascalientes, "Reglas de Operación del Programa para Unidades de Negocios Tradicionales del Estado de Aguascalientes", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.	El programa tiene el objetivo de lograr el desarrollo económico del Estado con un sentido social, otorgando para tal efecto un apoyo económico a aquellas personas físicas o morales que residen en el Estado de Aguascalientes y pretenden emprender o ya cuentan con algún tipo de unidad	Noveno Convenio Modificatorio del Fideicomiso Público denominado Sistema de Financiamiento de Aguascalientes, Reglas de Operación del Programa para Unidades de Negocios Tradicionales del Estado de Aguascalientes, publicados en el Periódico Oficial del	Improcedente. De acuerdo con lo establecido en el formulario la solicitud no se refiere a una campaña gubernamental sino al ejercicio de las obligaciones y facultades del Sistema de Financiamiento de Aguascalientes a través de las Reglas de Operación del Programa para Unidades de Negocios Tradicionales del Estado de Aguascalientes a fin de	

⁶⁹ Ídem.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	<p>económica, que se encuentren en un estado de riesgo económico- social que determine la Secretaría de Desarrollo Social del Estado de Aguascalientes, y que tengan por objeto auto-emplearse, mantener y/o generar empleos, incrementar la productividad y/o venta de bienes o servicios y mejorar la competitividad de su negocio en el mercado, impulsar la economía y ayudar al crecimiento o subsistencia de las unidades económicas.</p>	<p>Estado el 25 de febrero de 2019 (artículo 18) y Reformas y derogaciones a los Programas para Unidades de Negocios Tradicionales del Estado de Aguascalientes publicadas en el Periódico Oficial del Estado el 02 de marzo de 2020.</p>	<p>poner en marcha el citado programa, por lo que no le corresponde a este Consejo General autorizar o no el ejercicio del mismo. Ahora bien, la Sala Superior estableció en la Jurisprudencia 19/2019, 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.⁷⁰ En ese sentido cualquier información que se emita para el ejercicio del programa deberá cumplir con lo establecido por la Sala Superior en la tesis XIII/2017.⁷¹</p>	
<p>Sistema de Financiamiento de Aguascalientes, "Reglas de Operación de los Programas de Crédito del Sistema de Financiamiento de Aguascalientes", con vigencia del 01</p>	<p>Regular la operación de los programas de crédito del Sistema de Financiamiento de Aguascalientes, así como determinar las facultades y atribuciones de las Instancias de Aprobación que se especifican en las Reglas de Operación,</p>	<p>Reglas de Operación de los Programas de Crédito del Sistema de Financiamiento de Aguascalientes (artículos 48 y 49) y Noveno Convenio Modificatorio del Fideicomiso Público denominado Sistema de Financiamiento de Aguascalientes.</p>	<p>Improcedente. De acuerdo con lo establecido en el formulario la solicitud no se refiere a una campaña gubernamental sino al ejercicio de las obligaciones y facultades del Sistema de Financiamiento de Aguascalientes a través de las Reglas de Operación de los Programas de Crédito</p>	

⁷⁰ Ídem.

⁷¹ 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
de enero al 31 de diciembre.	siendo de aplicación obligatoria en la ejecución del otorgamiento de créditos.		del Sistema de Financiamiento de Aguascalientes a fin de poner en marcha el citado programa, por lo que no le corresponde a este Consejo General autorizar o no el ejercicio del mismo. Ahora bien, en la Jurisprudencia 19/2019, ⁷² la Sala Superior 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. ⁷³ En ese sentido cualquier información que se emita para el ejercicio del programa deberá cumplir con lo establecido por la Sala Superior en la tesis XIII/2017. ⁷⁴	

⁷² 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 del Poder Judicial de la Federación, Año 12, Número 24, 2019, páginas 29 y 30.

⁷³ 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 del Poder Judicial de la Federación, Año 12, Número 24, 2019, páginas 29 y 30.

⁷⁴ De rubro INFORMACIÓN PÚBLICA DE CARÁCTER INSTITUCIONAL. LA CONTENIDA EN PORTALES DE INTERNET Y REDES SOCIALES, PUEDE SER DIFUNDIDA DURANTE

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
<p>Instituto Aguascalense de la Juventud, “Consejo Estatal para la Juventud y Comité Consultivo para la Juventud de Aguascalientes”, con vigencia del 12 de enero al 30 de junio.</p>	<p>Este organismo de participación ciudadana tiene por objeto emitir opiniones al Director General y formular propuestas para desarrollar proyectos que promuevan condiciones de inclusión y bienestar en los jóvenes del Estado de Aguascalientes generando acciones que impacten positivamente en su economía y su desarrollo profesional de cara a los estragos resultantes de la pandemia por COVID-19.</p>	<p>Artículos 5, 6, 7 y 8 de la Ley del Instituto Aguascalentense de la Juventud en vigor, en concordancia con los artículos 35, fracción IX, Base III, Apartado C, segundo párrafo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.</p>	<p>Improcedente. No se trata de la difusión de una campaña sino el ejercicio de un organismo de participación ciudadana.⁷⁵</p>	<p>INE/CG334/2021</p>
<p>Instituto Aguascalense de la Juventud, “Emprende Joven al 100”, con vigencia del 01 de febrero al 30 de junio.</p>	<p>Es el impulso económico para los jóvenes que buscan desarrollar proyectos que promuevan condiciones de inclusión y bienestar en los jóvenes del Estado de Aguascalientes generando acciones que impacten positivamente en su</p>	<p>Artículos 5, 6, 7 y 8 de la Ley del Instituto Aguascalentense de la Juventud en vigor, en concordancia con los artículos 35, fracción IX, Base III, Apartado C, segundo párrafo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.</p>	<p>Improcedente. No obstante que la campaña se vincula con el concepto de educación, no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, pues se trata de un beneficio directo a un sector específico de la población, al otorgar impulsos económicos a los jóvenes en el Estado.</p>	<p>INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021</p>

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.

⁷⁵ 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.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	economía y su desarrollo profesional de cara a los estragos resultantes de la pandemia por COVID-19.			
Instituto Aguascalense de la Juventud, "Estrechando Lazos", con vigencia del 12 de enero al 30 de junio.	Reuniones organizadas por el Instituto Aguascalense de la Juventud con las diferentes estancias municipales de la juventud con el objetivo de poner en marcha programas de formación integral para los jóvenes y desarrollar proyectos que promuevan condiciones de inclusión y bienestar en los jóvenes, generando acciones que impacten positivamente en su economía y su desarrollo profesional.	Artículos 5, 6, 7 y 8 de la Ley del Instituto Aguascalense de la Juventud en vigor, en concordancia con los artículos 35, fracción IX, Base III, Apartado C, segundo párrafo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.	Improcedente. No se trata de la difusión de una campaña sino el ejercicio de las facultades y obligaciones de diversos entes gubernamentales en coordinación. ⁷⁶	INE/CG334/2021
Instituto Aguascalense de la Juventud, "Joven es Prevención", con vigencia del 01 de febrero al 30 de junio.	Realizar charlas y conferencias con expertos para disminuir las conductas de alto riesgo en los jóvenes del Estado de Aguascalientes, como lo pueden ser el suicidio, embarazo en adolescentes, drogadicción y delincuencia.	Artículos 5, 6, 7 y 8 de la Ley del Instituto Aguascalense de la Juventud en vigor, en concordancia con los artículos 35, fracción IX, Base III, Apartado C, segundo párrafo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.	Procedente. El artículo 4° de la CPEUM mandata el derecho que tiene toda persona a la protección de la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Por otro lado, el artículo 3° constitucional establece el derecho de toda persona a la educación. En este sentido, la campaña guarda relación	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG1644/2021

⁷⁶ Ídem.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>con el concepto de salud y educación, ya que se trata de la difusión de un programa que busca prevenir situaciones de riesgo y conductas autodestructivas en la juventud tales como la violencia, el consumo de sustancias nocivas, el suicidio, delincuencia, entre otros temas de relevancia, con el propósito de proteger la salud brindando los conocimientos necesarios con la finalidad de concientizar a los jóvenes respecto del cuidado y la prolongación de la vida. Por lo tanto, esta campaña encuadra en los conceptos de excepción a la prohibición de difundir propaganda gubernamental.</p>	
<p>Instituto Aguascalense de la Juventud, "Jóvenes al servicio de Aguascalientes", con vigencia del 01 de febrero al 30 de junio.</p>	<p>Brindar apoyo a jóvenes estudiantes prestadores de servicio social, prácticas profesionales y estadías con el objetivo de garantizar la dignificación y el reconocimiento de sus labores, así como desarrollo de las habilidades adquiridas en sus Instituciones educativas.</p>	<p>Artículos 5, 6, 7 y 8 de la Ley del Instituto Aguascalentense de la Juventud en vigor, en concordancia con los artículos 35, fracción IX, Base III, Apartado C, segundo párrafo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.</p>	<p>Improcedente. Si bien esta campaña se encuentra relacionada con el concepto de educación, no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, pues se trata de un beneficio directo a un sector específico de la población, en este caso, va dirigida a jóvenes de 12 a 29 años.</p>	<p>INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021</p>
<p>Instituto Aguascalense de la Juventud, "Distrito Artístico", con vigencia del 04 de marzo al 31 de julio.</p>	<p>Brindar a la población y en especial a las y los jóvenes aguascalentenses espacios que permitan las expresiones artísticas, así como la participación juvenil en la vida cotidiana y social además de contribuir a la</p>	<p>Artículos 5, 6, 7 y 8 de la Ley del Instituto Aguascalentense de la Juventud en vigor, en concordancia con los artículos 35, fracción IX, Base III, Apartado C, segundo párrafo de la Constitución Política</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 campaña, ya que está relacionada con</p>	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	<p>cohesión social, apropiación del territorio y fortalecer el sentimiento de pertenencia de las juventudes mexicanas; otorgando dentro de dicho proyecto oportunidades, compañerismo, integración en un sentido colaborativo adoptando el arte urbano, muralismo y al grafiti como una herramienta para la transformación estética de los espacios gestionados.</p>	<p>de los Estados Unidos Mexicanos.</p>	<p>brindar espacios para que los jóvenes se expresen de manera artística, cambien su entorno y aprendan habilidades sociales.</p>	
<p>Instituto Aguascalense de la Juventud, "Semana Cooltural", con vigencia del 08 de febrero al 21 de junio.</p>	<p>Promover entre las y los jóvenes espacios y actividades para desarrollar sus cualidades artísticas y deportivas, llevando con esto a la prevención de alguna conducta de riesgo, logrando captar la atención de los demás jóvenes dejando en ellos un mensaje positivo.</p>	<p>Artículos 5, 6, 7 y 8 de la Ley del Instituto Aguascalentense de la Juventud en vigor, en concordancia con los artículos 35, fracción IX, Base III, Apartado C, segundo párrafo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.</p>	<p>Procedente. La campaña tiene como propósito promover actividades culturales y deportivas con el fin de motivar entre la juventud el interés y la asistencia a las mismas. En este sentido, dicha campaña se encuentra vinculada con el concepto de educación y salud, fomentando la cultura y el deporte como prácticas positivas entre la juventud. Por tanto, esta campaña debe considerarse como parte de las exceptuadas de la prohibición constitucional.</p>	<p>INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG1644/2021</p>
<p>Instituto de Educación de Aguascalientes, "Campaña Inscripciones a Educación Básica", con vigencia del 01 de febrero al 30 de julio.</p>	<p>Promover que las y los alumnos cursen su instrucción básica ingresando al nivel que corresponda, con el fin de mantener el derecho a la educación.</p>	<p>Artículo 118, fracción II en relación con el artículo 14 del Reglamento Interior del Instituto de Educación de Aguascalientes y artículos 9, fracciones XII y XV y 10, fracción I de la Ley de Educación del</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 informar e incentivar que el alumnado sea inscrito y asistan a la escuela.</p>	<p>INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021</p>

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
		Estado de Aguascalientes.	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 educación formal que imparte el Estado.	
Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia, "Programa Transporta", con vigencia del 01 de enero al 30 de septiembre.	El programa transporta va dirigido a personas con problemas de motricidad, visual e intelectual que por su grado de discapacidad no acceden a un transporte urbano y se les transporta cada día a centros de salud y de rehabilitación, a su escuela, a su trabajo o capacitación.	Artículo 11 de la Ley del Sistema Estatal de Asistencia Social y de Integración Familiar.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, la difusión hace referencia a la entrega de un beneficio directo a un sector específico de la población, por lo que no cumple con los criterios de necesidad y generalidad. A su vez, en la Jurisprudencia 19/2019, ⁷⁷ la Sala Superior 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.	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021
Sistema para el Desarrollo Integral	Proporcionar apoyos asistenciales de las	No agrega	Improcedente. Al igual que la campaña anterior, si bien	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021

⁷⁷ 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 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
de la Familia, "Entrega de Apoyos Directos a la Población Vulnerable", con vigencia del 01 de enero al 30 de septiembre.	solicitudes hechas por la población más vulnerable del estado de Aguascalientes, mediante una investigación socioeconómica que permita plantear propuestas de acción a fin de dar respuesta a su solicitud de apoyo.		guarda relación con el concepto de salud, la difusión hace referencia a la entrega de un beneficio directo a un sector específico de la población, por lo que no cumple con los criterios de necesidad y generalidad.	e INE/CG626/2021

62. Gobierno del estado de Baja California Sur.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
"Semana Santa", con vigencia del 08 de febrero al 06 de abril.	Prevenir accidentes de tránsito y accidentes en las playas por el uso excesivo de bebidas alcohólicas.	Artículo 80 de la Constitución Política del Estado de Baja California Sur, artículos 1, 2, 5 y 6 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Baja California Sur y artículo 7, fracciones I, II, III y IV del Reglamento Interior de la Oficina de Planeación, Promoción y Evaluación de Políticas Públicas.	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. Aunado a lo anterior, 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, que tiene como finalidad la prolongación de la vida. En razón de lo anterior, la campaña analizada se vincula al concepto de protección civil y educación, ya que se busca informar a la población sobre los riesgos de accidentes de tránsito por el uso excesivo de bebidas alcohólicas. Por lo antes señalado, resulta necesario exceptuar esta campaña de las reglas de	INE/CG119/2019, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			propaganda gubernamental.	
“Preinscripciones”, con vigencia del 08 de febrero al 06 de abril.	Informar a los habitantes de Baja California Sur de las preinscripciones para el ciclo escolar 2022-2023.	Artículo 80 de la Constitución Política del Estado de Baja California Sur, artículos 1, 2, 5 y 6 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Baja California Sur y artículo 7, fracciones I, II, III y IV del Reglamento Interior de la Oficina de Planeación, Promoción y Evaluación de Políticas Públicas.	Procedente. La Constitución concibe a la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas que tiene relativas a informar los periodos de preinscripciones e inscripciones escolares, fomentando la educación formal que imparte el Estado. 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 e INE/CG334/2021
“COVID”, con vigencia del 08 de febrero al 06 de abril.	Dar a conocer las medidas de seguridad ante la pandemia por COVID-19 para prevenir el aumento de contagios.	Artículo 80 de la Constitución Política del Estado de Baja California Sur, artículos 1, 2, 5 y 6 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Baja California Sur y artículo 7, fracciones I, II, III y IV del Reglamento Interior de la Oficina de Planeación, Promoción y Evaluación de Políticas Públicas.	Procedente. La campaña tiene como finalidad informar a la población sobre las medidas de seguridad ante la presencia del virus por COVID-19. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la protección de 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, es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021 e INE/CG431/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			de difundir propaganda gubernamental, por su vinculación directa con el concepto de salud.	

63. Dependencias del Ayuntamiento de Tlaxcala, Tlaxcala. 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 qué ente es el solicitante.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Dirección de Seguridad Ciudadana y Movilidad del Ayuntamiento de Tlaxcala, "Acercamiento con Instituciones Educativas", con vigencia del 04 de febrero al 10 de abril.	Atender al alumnado de diferentes niveles educativos a través de fortalecer la comunicación entre autoridad policial y ciudadanía para la óptima respuesta de reporte en materia de seguridad, fomentando una cultura de prevención y de auto cuidado, buscando atender de manera integral todos los sectores poblacionales.	Artículo 2 y 75, fracción II de la Ley General del Sistema Nacional de Seguridad Pública; 72, último párrafo, 78, fracciones I y II, párrafo Y 93 (H) de la Constitución Política del Estado de Tlaxcala, II y 67, fracción II de la Ley de Seguridad Pública del Estado de Tlaxcala; 33, fracción I, 73, fracción VIII, 74 de la Ley Orgánica del Municipio de Tlaxcala, así como 120, fracción XVIII y 143 de la Ley Municipal.	Improcedente. El formulario no está debidamente fundado y motivado pues no es posible desprender de la información ahí plasmada si la solicitud se refiere a una campaña gubernamental o bien al ejercicio de las obligaciones y facultades de la Dirección de Seguridad Ciudadana y Movilidad para fortalecer su comunicación con el alumnado y las instituciones educativas para dar un mejor cuidado y atención en materia de seguridad.	INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021
Dirección de Seguridad Ciudadana y Movilidad del Municipio de Tlaxcala, "Grupos de MUCPAZ", con vigencia del 04 de febrero al 10 de abril.	Fortalecer la comunicación entre autoridad policial y ciudadanía para la óptima respuesta de reporte en materia de seguridad, fomentando una cultura de prevención y de auto cuidado, buscando atender de manera integral todos los sectores poblacionales, además de trabajar	Artículo 2 y 75, fracción II de la Ley General del Sistema Nacional de Seguridad Pública; 72, último párrafo, 78, fracciones I y II, párrafo Y 93 (H) de la Constitución Política del Estado de Tlaxcala, II y 67, fracción II de la Ley de Seguridad Pública del Estado de Tlaxcala; 33, fracción I, 73,	Improcedente. El formulario no está debidamente fundado y motivado pues no es posible desprender de la información ahí plasmada si la solicitud se refiere a una campaña gubernamental o bien al ejercicio de las obligaciones y facultades de la Dirección de Seguridad Ciudadana y Movilidad para fortalecer su comunicación y atención a grupos vulnerables de la población como lo son las mujeres.	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	con sectores poblacionales que se consideran por sus características específicas como vulnerables, como son grupos de mujeres constructoras de paz.	fracción VIII, 74 de la Ley Orgánica del Municipio de Tlaxcala, así como 120, fracción XVIII y 143 de la Ley Municipal.		
Dirección de Seguridad Ciudadana y Movilidad del Municipio de Tlaxcala, "Trabajo coordinado con Presidentes de Comunidad", con vigencia del 04 de febrero al 10 de abril.	Fomentar el respeto a las leyes y normativas durante la veda electoral trabajando en coordinación con los presidentes de comunidad.	Artículo 115, fracción III de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 2 y 75, fracción II de la Ley General del Sistema Nacional de Seguridad Pública; 72, último párrafo, 78, fracciones I y II, párrafo Y 93 (H) de la Constitución Política del Estado de Tlaxcala, II y 67, fracción II de la Ley de Seguridad Pública del Estado de Tlaxcala; 33, fracción I, 73, fracción VIII, 74 de la Ley Orgánica del Municipio de Tlaxcala, así como 120, fracción XVIII y 143 de la Ley Municipal.	Improcedente. El formulario no está debidamente fundado y motivado pues no es posible desprender de la información ahí plasmada si la solicitud se refiere a una campaña gubernamental o bien al ejercicio de las obligaciones y facultades de la Dirección de Seguridad Ciudadana y Movilidad para coordinarse con los presidentes de comunidad.	
Dirección de Seguridad Ciudadana y Movilidad del Municipio de Tlaxcala, "Conformación de Comités de Vecino Vigilante", con vigencia del 04 de febrero al 10 de abril.	Se busca la conformación de Comités de Vecino Vigilante, mediante la realización de reuniones periódicas que permitan el acercamiento hacia la ciudadanía.	Artículo 115, fracción III de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 2 y 75, fracción II de la Ley General del Sistema Nacional de Seguridad Pública; 72, último párrafo, 78, fracciones I y II, párrafo Y 93 (H) de la Constitución Política del Estado de Tlaxcala, II y 67, fracción II de la Ley de Seguridad Pública del	Improcedente. Del formulario es posible desprender que la solicitud no se refiere a una campaña gubernamental sino más bien al ejercicio de las obligaciones y facultades de la Dirección de Seguridad Ciudadana y Movilidad para conformar los comités de vecino vigilante.	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
		Estado de Tlaxcala; 33, fracción I, 73, fracción VIII, 74 de la Ley Orgánica del Municipio de Tlaxcala, así como 120, fracción XVIII y 143 de la Ley Municipal.		

64. Dependencias del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes. 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 qué ente es el solicitante.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Comisión de Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento, "Aviso a la ciudadanía por falla en pozos"; con vigencia del 06 de enero al 31 de diciembre	Dar a conocer a la ciudadanía sobre el estado de los pozos, rebombeo, mantenimiento y/o reparación y cuidado del agua.	Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Ley de Salud del Estado de Aguascalientes, Código Civil del Estado de Aguascalientes, Código Electoral para el Estado de Aguascalientes.	Procedente. La campaña se vincula al concepto de salud, pues está relacionada con el derecho de acceso a un servicio básico, como es el de agua potable, que tiene una incidencia directa en la prevención de problemas de higiene e insalubridad. Así 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 y los trabajos de mantenimiento al sistema de agua potable.	INE/CG172/2018, INE/CG334/2021 INE/CG626/2021
Comisión de Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento, "Cultura del agua", con vigencia del 03 de enero al 31 de diciembre	Impulsar la participación social, a través de acciones de cuidado y preservación del recurso hídrico	Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Ley de Salud del Estado de Aguascalientes, Código Civil del Estado de Aguascalientes, Código Electoral para	Improcedente. Del formulario se desprende que la difusión no implica radio y televisión, sino difusión en medios impresos y redes sociales.	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
		el Estado de Aguascalientes.		
Secretaría de Desarrollo Social, "Concurso de oratoria", Departamento de Apoyo a la Educación", con vigencia del 01 de marzo al 03 de marzo	Fomentar y difundir el desarrollo de facultades y habilidades, así como el desarrollo integral del individuo.	Artículo 8, fracciones I y XI de la Ley de Educación del Estado de Aguascalientes.	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.	INE/CG334/2021
Secretaría de Desarrollo Social, "Consejo de Participación Social en la Educación", con vigencia del 25 de febrero 2022 al 25 de febrero 2024	Crear el Consejo de Participación Social en la Educación, con el propósito de participar en actividades tendientes a fortalecer, ampliar la cobertura y elevar la educación básica.	Artículos 153, 154, 158 fracción II y 159 de la Ley de Educación del Estado de Aguascalientes, 1, 3, 6, 8, 9, 11, 31, 32, 33, 34 y 35 del Acuerdo número 02/05/16 y su modificación 08/08/17 de los Lineamientos para la constitución, organización y funcionamiento de los Consejos de Participación Social en la Educación.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario, no se trata de la difusión de una campaña sino más bien de la creación de una instancia de participación social. Por tanto, si bien el Consejo guarda relación con el concepto de educación, no es materia de este Acuerdo autorizar la creación de un Consejo de Participación Social.	
Secretaría de Desarrollo Social, "Demostración de Ciencia y Tecnología", con vigencia de 31 de marzo	Fomentar y difundir el desarrollo de facultades y habilidades, así como el desarrollo de conocimientos científicos y tecnológicos.	Artículo 8, fracciones I y XI y 19, fracción X de la Ley de Educación del Estado de Aguascalientes.	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 fomentar el desarrollo de habilidades y el conocimiento científico y tecnológico, o bien, si se trata de una invitación para asistir a un evento. Lo anterior, ya que lo argumentado en el formulario	INE/CG334/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>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 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 con lo establecido por la Sala Superior,⁷⁸ este Consejo General estima que la difusión de propaganda, en época consultiva, con motivo de la invitación a festejar un día cultural, no infringe la prohibición de difundir propaganda gubernamental, durante este periodo, 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</p>	

⁷⁸ 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. Gaceta de Jurisprudencia y Tesis en materia electoral, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Año 9, Número 18, 2016, páginas 113 y 114.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			político específico o que se promoció a un servidor público, ni contenga expresiones, logotipos, emblemas, lemas que promoció 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.	
Secretaría de Desarrollo Social, "Demostración de Escolta de Bandera" con vigencia de 18 de febrero	Fomentar y fortalecer el enriquecimiento social y cultural de la nacionalidad, soberanía, el aprecio por los valores cívicos, la historia y los símbolos patrios.	Artículo 8, fracción III de la Ley de Educación del Estado de Aguascalientes.	<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 promocionar una demostración de escolta de bandera, o bien, si se trata de una invitación para asistir a un evento.</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 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>	INE/CG334/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>En ese sentido, de acuerdo con lo establecido por la Sala Superior,⁷⁹ este Consejo General estima que la difusión de propaganda, en época consultiva, con motivo de la invitación a festejar un día cultural, no infringe la prohibición de difundir propaganda gubernamental, durante este periodo, 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.</p>	
<p>Secretaría de Desarrollo Social, "Modelo de Ecosistema de Bienestar Congregación Mariana Trinitaria", con vigencia del 3 de enero (no menciona término)</p>	<p>Es un programa que pretende mejorar las condiciones de vida, pretende contribuir en el mejoramiento de las viviendas, así como permitir el ahorro de recursos de los habitantes de Jesús María.</p>	<p>Artículo 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Ley de Desarrollo Social para el Estado de Aguascalientes, 39 del Bando de Policías y Gobierno del Municipio de Jesús María Aguascalientes</p>	<p>Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario, no se trata de la difusión de una campaña sino más bien de la operación y ejercicio de un programa social. Por tanto, si bien el programa guarda relación con el concepto de salud, no es materia de este Acuerdo autorizar la</p>	

⁷⁹ Ídem.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			operación y ejercicio de este. ⁸⁰	
Secretaría de Desarrollo Social, "Subsidio para la adquisición de calentadores solares", con vigencia a partir de la aprobación de Cabildo al 31 de diciembre	Es un programa que pretende contribuir en la adopción de prácticas sustentables en los hogares, que permitan el ahorro de recursos económicos y disminuir el uso de combustibles	Artículo 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Ley de Desarrollo Social para el Estado de Aguascalientes, 39 del Bando de Policías y Gobierno del Municipio de Jesús María Aguascalientes	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que fomenta la adquisición de calentadores solares para mejorar las viviendas, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante el proceso de Revocación de Mandato, en el entendido de que la información que se pretenda difundir, 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, se enfoca a personas mayores de 18 años que tengan propiedad. ⁸¹	
Sistema Municipal para el Desarrollo Integral de la Familia, "Asistencia social alimentaria", con vigencia del 01 de marzo al 31 de junio	Garantizar la alimentación básica y nutrición a sectores vulnerables de la población.	Artículo 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Ley de Desarrollo Social para el Estado de Aguascalientes, 24 y 44 del Bando de Policías y Gobierno del Municipio de Jesús María Aguascalientes	Improcedente. Del formulario se desprende que la difusión no implica radio y televisión, sino difusión redes sociales, carteles, volantes y perifoneo.	
Sistema Municipal para	Proveer a la población de técnicas,	Artículo 115 de la Constitución Política	Improcedente. Del formulario se desprende que	

⁸⁰ Al respecto, la Sala Superior estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante un proceso consultivo; 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 electivos y consultivos.

⁸¹ Ídem.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
el Desarrollo Integral de la Familia, "Talleres", con vigencia del 01 de marzo al 30 de junio	habilidades y conocimientos para el desarrollo humano y obtención de ingresos económicos.	de los Estados Unidos Mexicanos, Ley de Desarrollo Social para el Estado de Aguascalientes, 24 y 44 del Bando de Policías y Gobierno del Municipio de Jesús María Aguascalientes	la difusión no implica radio y televisión, sino difusión redes sociales, carteles, volantes y perifoneo.	
Departamento de Protección Civil "Prevención de incendios por temporada", con vigencia del 03 de enero al 31 de mayo	Informar y concientizar a la población de los riesgos, prevención y consecuencias de los incendios	Artículo 1, fracciones I, III, IV, VIII, XI, XII, XXVI, XLII, XLVIII, XLIX, LII, LVIII, XLIX; 4, 5, 13, 14, 15, 29, 32, 38, 39, 40 y 69 del Reglamento de Protección Civil del Municipio de Jesús María Aguascalientes.	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. La protección de los recursos forestales de México representa, también, un factor de crecimiento económico y real importancia para el desarrollo sustentable del país. 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 el proceso de Revocación de Mandato 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, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG431/2021
Secretaría de Desarrollo Social, "Demostración de Rondas Infantiles" con vigencia de 08 de abril	Favorecer el desarrollo de las facultades de la niñez para adquirir y desarrollar valores, habilidades, conocimientos humanísticos y difundir actividades culturales, artísticas y deportivas para favorecer el desarrollo de las	Artículo 8, fracción I y 15, fracción III de la Ley de Educación del Estado de Aguascalientes.	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 promocionar una demostración de rondas infantiles, o bien, si se trata de una invitación para asistir a dicho evento.	INE/CG334/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	facultades en las niñas y niños.		<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 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 con lo establecido por la Sala Superior,⁸² este Consejo General estima que la difusión de propaganda, en época consultiva, con motivo de la invitación a festejar un día cultural, no infringe la prohibición de difundir propaganda gubernamental, durante este periodo, 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</p>	

⁸² 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. Gaceta de Jurisprudencia y Tesis en materia electoral, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Año 9, Número 18, 2016, páginas 113 y 114.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>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 promoció 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>Secretaría del Ayuntamiento y Dirección General de Gobierno, "Servicio Nacional Militar", con vigencia del 15 de enero al 15 de octubre</p>	<p>Dar a conocer a los jóvenes del municipio información sobre los trámites para realizar el servicio nacional militar.</p>	<p>24 y 34 del Bando de Policías y Gobierno del Municipio de Jesús María Aguascalientes</p>	<p>Procedente. De acuerdo con lo dispuesto en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos el servicio de las armas es obligatorio. Ante tal mandato constitucional y considerando que el concepto de educación integra la defensa y aseguramiento de nuestra independencia política y económica, así como la convicción del interés general de la sociedad, este Consejo General determina que la mencionada campaña deberá ser de las exceptuadas a la prohibición constitucional aplicable en el proceso de Revocación de Mandato.</p>	<p>INE/CG119/2019</p>
<p>Instancia Municipal de Cultura, "Festival del Folklor Jesús María 2021"⁸³, con vigencia del</p>	<p>Promoción, difusión y conservación de la danza tradicional y popular mexicana.</p>	<p>24 y 28 del Bando de Policías y Gobierno del Municipio de Jesús María Aguascalientes</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</p>	<p>CG75-2012, CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019,</p>

⁸³ El nombre de la campaña aparece en el formulario con el año 2021.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
26 de enero al 6 de febrero			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.	INE/CG245/2019 e INE/CG109/2019
Instancia Municipal de Cultura, "Promoción de talleres de iniciación artística (guitarra acústica y eléctrica, danza, cartonería y música tradicional)", con vigencia del 05 de enero al 30 de junio	Ofrecer una alternativa de introducción a las artes y la cultura.	Artículos 24 y 28 del Bando de Policías y Gobierno del Municipio de Jesús María Aguascalientes	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
Instancia Municipal de la Juventud, "Expo-Universidades 2022", con vigencia del 20 de enero al 20 de mayo	Brindar ofertas educativas de nivel superior para impulsar a los jóvenes a continuar con su preparación profesional.	Capítulo 2, artículo 8, fracción VII Ley de la Juventud del Estado de Aguascalientes	Improcedente. Si bien esta campaña se relaciona con el concepto de educación porque pretende informar e incentivar la difusión educativa e impulsar a la comunidad para que se siga preparando, según se desprende del formulario, su difusión no implica radio y televisión, sino redes sociales.	
Instancia Municipal de la Juventud, "Asesoría psicológica", con vigencia del 10 de enero al 30 de mayo	Brindar asesoría psicológica a los jóvenes para detectar conductas o situaciones de carácter emocional y darle oportuna solución.	Artículo 9, fracción V Ley de la Juventud del Estado de Aguascalientes	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.	CG75/2012, CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<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 mental de los jóvenes ya busca prevenir alguna situación de riesgo.</p>	
<p>Instancia Municipal de la Juventud, "Gestiones de servicio social, prácticas profesionales y estadías", con vigencia del 10 de enero al 31 de mayo</p>	<p>Brindar a los jóvenes estudiantes, espacios y oportunidades para realizar su servicio social, prácticas profesionales y estadías lo que les permite poner en práctica sus conocimientos y adquirir nuevas habilidades.</p>	<p>Artículos 8, fracción V Ley de la Juventud del Estado de Aguascalientes, 26 del Bando de Policías y Gobierno del Municipio de Jesús María Aguascalientes</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 promocionar que jóvenes realicen el servicio social en el municipio, ya que estas actividades permiten adquirir conocimientos del ejercicio de una profesión y adquirir habilidades prácticas, lo que corresponde a la educación informal y contribuye a que los jóvenes participen en el desarrollo de su comunidad. Así, dado que la educación es un concepto global que abarca no solo la educación impartida como ejercicio de la actividad docente, sino también la que se aprende del ejercicio práctico de una profesión es que resulta pertinente exceptuar a este tipo de campañas de la prohibición de difundir propaganda gubernamental en este proceso consultivo.</p>	
<p>Instancia Municipal de la Juventud, "Programa psicoeducativo", con vigencia del 10 de enero al 31 de mayo</p>	<p>Brindar información a los jóvenes para prevenir adicciones, enfermedades de transmisión sexual y embarazos no planeados.</p>	<p>Artículos 4 y 8 Ley de la Juventud del Estado de Aguascalientes</p>	<p>Procedente. Debe ser considerada dentro de las excepciones previstas en el texto constitucional por su contenido educativo, pues, para este Consejo, resulta evidente que la información a transmitir es imprescindible</p>	<p>INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021</p>

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			para la educación y salud pública de las niñas, niños y adolescentes. La propaganda analizada está orientada a fortalecer los conocimientos sobre prevención del embarazo no planeado y educación sexual.	
Instancia Municipal de la Juventud, "Programa integral de recuperación de espacios públicos", con vigencia del 10 de enero al 31 de mayo	Resolver los problemas de deterioro, abandono e inseguridad que presentan los espacios públicos, así como la prevención de problemáticas sociales a través de concientizar y motivar a la sociedad a mantener en buen estado los espacios públicos.	Artículo 8, fracción XII Ley de la Juventud del Estado de Aguascalientes	Procedente. La campaña está orientada a construir una cultura por la recreación y la actividad física, encaminada a prevenir situaciones de riesgo y mejorar la calidad de vida de la población. Se trata de programas que fomenten el desarrollo de la cultura, arte y el deporte, además de que el deporte es una herramienta fundamental para el combate de enfermedades.	INE/CG172/2018, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021
Instancia Municipal de la Mujer, "Curso, actividades y talleres de computación / Mujeres retos y oportunidades en la red / Yo emprendo, mujer, por mí, por ellas", con vigencia del 11 de enero al 10 de junio	Capacitar, formar y motivar a las mujeres, mediante la impartición de cursos y enseñanza de herramientas digitales para garantizar su desarrollo integral.	Artículo 5 de la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, Ley General para la Igualdad entre Hombres y Mujeres; Reglamento de la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia	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 proporcionar herramientas de aprendizaje a las mujeres para integrarse al ámbito académico y laboral, generando igualdad de oportunidades., ya que estas actividades corresponden a la educación informal y contribuyen a fomentar la igualdad de género y una mejor calidad de vida.	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021
Instancia Municipal de la Mujer, "Programas educativos, cursos, talleres y conferencias. Temas:	Dar a conocer los tipos de violencia, sensibilizar a la ciudadanía para su prevención y erradicación.	Artículo 5 de la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, Ley General para la Igualdad entre Hombres y Mujeres;	Procedente. La campaña tiene como objetivo reducir y prevenir la violencia de género. Sobre lo señalado, este Órgano estima oportuno recordar que en años anteriores se han	INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG431/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
violencia en el noviazgo, autoestima, autocuidado y tipos de violencia”, con vigencia de enero a junio		Reglamento de la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia	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.	
Instancia Municipal de la Mujer, “Campaña de difusión- Mujer no estás sola”, con vigencia del 17 de enero al 30 de junio	Dar a conocer a la ciudadanía los servicios de la Instancia Municipal de la Mujer que garantizan el desarrollo y bienestar de la mujer.	Artículo 5 de la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia, Ley General para la Igualdad entre Hombres y Mujeres; Reglamento de la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia	<p>Procedente. 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, a través de los cuales se proporcionan a la ciudadanía herramientas para que tenga conocimiento de los trámites y requisitos que debe realizar, inclusive, de trámites en línea y forma de pago de impuestos y servicios.</p> <p>En ese sentido, dar a conocer a la ciudadanía los servicios de la Instancia Municipal de la Mujer puede difundirse durante el proceso de Revocación de Mandato, ya que según el formulario sólo constituye información sobre temáticas relacionadas con trámites administrativos y servicios a la comunidad.</p> <p>Lo anterior, siempre que no se trate de publicidad ni propaganda gubernamental, no haga referencia a alguna candidatura o partido político, no promocióne a algún funcionario público o logro de gobierno, ni contenga propaganda en la que se realicen expresiones de naturaleza favorable o desfavorable al proceso de Revocación del Mandato.</p>	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
<p>Instancia Municipal de la Mujer, “Asesoría jurídica, así como atención, prevención y erradicación de la violencia contra las mujeres”, con vigencia del 01 de enero al 30 de junio</p>	<p>Proporcionar asesoría jurídica y psicológica. Disminuir la violencia de género.</p>	<p>Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia; Ley General de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes.</p>	<p>Procedente. La campaña tiene como objetivo divulgar los servicios 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 campaña.</p>	<p>INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG431/2021</p>
<p>Instancia Municipal de Salud Pública, “Campaña de esterilización y vacunación canina y felina 2022”, con vigencia del 15 de enero al 31 de diciembre</p>	<p>Informar a la población sobre la importancia del cuidado de los animales de compañía para reducir riesgos de salud pública como la rabia y reproducción no deseada de animales.</p>	<p>Artículos 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 24 y 29 Bis del Bando de Policías y Gobierno del Municipio de Jesús María Aguascalientes</p>	<p>Procedente. Esta campaña se considera dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales durante el proceso de Revocación de Mandato, debido a 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 del control de reproducción, propagación de enfermedades y sobre el trato adecuado que se le debe procurar a los animales.</p>	<p>INE/CG334/2021</p>
<p>Instancia Municipal de Salud Pública, “Prevención, cuidados y</p>	<p>Prevenir y contener la propagación de la enfermedad, informar sobre los puntos de vacunación, orientar</p>	<p>Artículos 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 24 y 29 Bis del Bando</p>	<p>Improcedente. Si bien la campaña tiene como finalidad informar y orientar a la población sobre la prevención de contagios por</p>	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
vacunación ante COVID19 y otras enfermedades”, con vigencia del 01 de enero sin el término definido	sobre el tema a la población.	de Policías y Gobierno del Municipio de Jesús María Aguascalientes	COVID19, aplicación de vacunas y medidas sanitarias, lo cual se vincula con el concepto de salud, según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino redes sociales, portal oficial, carteles, perifoneo.	
Instancia Municipal del Deporte, “Inscripciones de academias deportivas”, con vigencia del 15 de enero al 15 de junio	Invitar a la población del municipio a formar parte de la diferentes academias deportivas para crear hábitos positivos y fomentar el cuidado de la salud de la población.	Artículos 24 y 27, capítulo IX del Bando de Policías y Gobierno del Municipio de Jesús María Aguascalientes	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 gubernamental durante el proceso de Revocación de Mandato.	INE/CG78/2016, INE/CG172/2018 e INE/CG334/2021
Instancia Municipal del Deporte, “Torneo de fútbol 7 de bardas, categoría libre, femenil, juvenil e infantil, toros bravos unidad deportiva “Luis Donaldo	Impulsar el deporte a través de la organización de torneos de fútbol, promoviendo la actividad física.	Artículos 24 y 27, capítulo IX del Bando de Policías y Gobierno del Municipio de Jesús María Aguascalientes	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	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Colosio", con vigencia del 02 de enero al 10 de junio			<p>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.</p> <p>Dicho lo anterior, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante el proceso de Revocación de Mandato.</p>	
<p>Instancia Municipal del Deporte, "Capacitación a instructores deportivos", con vigencia del 15 de febrero al 15 de junio</p>	<p>Implementar la impartición de capacitaciones para ampliar el conocimiento y formar profesionales en el ámbito deportivo.</p>	<p>Artículos 24 y 27, capítulo IX del Bando de Policías y Gobierno del Municipio de Jesús María Aguascalientes</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 promocionar cursos que amplíen el conocimiento y formación de profesionales en el ámbito deportivo.</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 educación.</p>	
<p>Instancia Municipal del Deporte, "Eliminatorias municipales Copa Gobernador", con vigencia del 01 de febrero al 15 de junio</p>	<p>Dar a conocer la realización de ligas en primarias, secundarias y bachilleratos para fomentar la actividad física y deportiva y disminuir los problemas de salud.</p>	<p>Artículos 24 y 29, capítulo IX del Bando de Policías y Gobierno del Municipio de Jesús María Aguascalientes</p>	<p>Improcedente. Si bien a campaña guarda relación con el concepto de salud al promover en los jóvenes el deporte, según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales, maestros y supervisores de educación física.</p>	
<p>Instancia Municipal del</p>	<p>Dar a conocer las actividades lúdicas y</p>	<p>No agrega</p>	<p>Procedente. La Constitución concibe la educación como</p>	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Deporte, "Deporte Urbano en tu Comunidad, Activación Física y Juegos Tradicionales", con vigencia del 04 de enero al 15 de junio	deportivas que se realizarán en las comunidades, los horarios, sedes y edades de los ciudadanos que podrán participar.		necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestro conocimiento. 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 como lo es la práctica deportiva. En atención a lo anterior es que se considera pertinente exceptuar la campaña ya que está relacionada con la difusión de actividades y servicios en materia deportiva con el fin de promover en la población dichos eventos y se practique el deporte.	
Instancia Municipal del Deporte, "Eliminatorias municipales OlimpiAgs", con vigencia del 15 de enero al 30 de junio	Dar a conocer y lograr la participación comunitaria en un torneo multidisciplinario para promover la actividad física y deportiva que se lleva a cabo a nivel estatal.	Artículos 24 y 29, capítulo IX del Bando de Policías y Gobierno del Municipio de Jesús María Aguascalientes	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	INE/CG78/2016, INE/CG172/2018 e INE/CG334/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			y la disminución de la violencia. Dicho lo anterior, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante el proceso de Revocación de Mandato.	
Instancia Municipal del Deporte, "Ligas Deportivas Escolares Municipales", con vigencia del 01 de febrero al 15 de junio	Dar a conocer la realización de ligas en primarias, secundarias y bachilleratos, crear conciencia sobre la importancia de realizar actividad física y deportiva.	Artículos 24 y 29, capítulo IX del Bando de Policías y Gobierno del Municipio de Jesús María Aguascalientes	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, al promover en los jóvenes el deporte, según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales y a través de maestros y supervisores de educación física.	
Instancia Municipal del Deporte, "Visorias Selectivos Municipales", con vigencia del 01 de febrero al 15 de junio	Invitar a niños y jóvenes a formar parte de los selectivos en diversas áreas del deporte, motivar a la población para ejercitarse y mejorar la calidad de la salud.	Artículos 24 y 29, capítulo IX del Bando de Policías y Gobierno del Municipio de Jesús María Aguascalientes	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 gubernamental durante el proceso de Revocación de Mandato.	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
<p>Instancia Municipal del Deporte, "Torneo de voleibol para servidores públicos", con vigencia del 02 de enero al 10 de junio</p>	<p>Impulsar el deporte a través de torneos, promover la actividad física</p>	<p>Artículos 24 y 27, capítulo IX del Bando de Policías y Gobierno del Municipio de Jesús María Aguascalientes</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 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 gubernamental durante el proceso de Revocación de Mandato.</p>	
<p>Instancia Municipal del Deporte, "Torneo de basquetbol categoría tercera fuerza y primera fuerza, toros bravos y xonacatique", con vigencia del 01 de enero al 10 de junio</p>	<p>Invitar a la población a participar en los torneos de basquetbol.</p>	<p>Artículos 24 y 27, capítulo IX del Bando de Policías y Gobierno del Municipio de Jesús María Aguascalientes</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 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.</p>	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			Dicho lo anterior, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante el proceso de Revocación de Mandato.	
<p>Instancia Municipal del Deporte, "Torneo de voleibol categoría femenil y mixto, toros bravos", con vigencia del 02 de enero al 10 de junio</p>	<p>Invitar a la población a participar en el torneo de voleibol.</p>	<p>Artículos 24 y 27, capítulo IX del Bando de Policías y Gobierno del Municipio de Jesús María Aguascalientes</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 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.</p> <p>Dicho lo anterior, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante el proceso de Revocación de Mandato.</p>	
<p>Instancia Municipal del Deporte, "Torneo de béisbol categoría femenil y varonil, toros bravos", con vigencia del 02 de enero al 10 de junio</p>	<p>Invitar a la población a participar en el torneo de voleibol.</p>	<p>Artículos 24 y 27, capítulo IX del Bando de Policías y Gobierno del Municipio de Jesús María Aguascalientes</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 que tiene como finalidad generalizar la práctica de la actividad física entre niñas,</p>	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>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.</p> <p>Dicho lo anterior, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante el proceso de Revocación de Mandato.</p>	
<p>Instancia Municipal del Deporte, "Torneo de fútbol 7 de bardas, categoría libre, femenil, juvenil e infantil, acuarama toros bravos", con vigencia del 02 de enero al 10 de junio</p>	<p>Invitar a la población a participar en el torneo de fútbol.</p>	<p>Artículos 24 y 27, capítulo IX del Bando de Policías y Gobierno del Municipio de Jesús María Aguascalientes</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 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.</p> <p>Dicho lo anterior, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante el proceso de Revocación de Mandato.</p>	
<p>Secretaría de Medio Ambiente y Sustentabilidad, "Cursos, talleres</p>	<p>Concientizar a la población sobre el cuidado y protección del medio ambiental, evitar la propagación</p>	<p>Artículos 24 y 41 del Bando de Policías y Gobierno del Municipio de Jesús María Aguascalientes</p>	<p>Procedente. La campaña tiene el objetivo de dar a conocer a la población sobre la importancia del cuidado y protección del medio</p>	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
y conferencias de educación ambiental”, con vigencia del 03 de enero al 31 de abril	de enfermedades relacionadas con la contaminación.		ambiente, esto es, la propaganda tiene como propósito involucrar a la sociedad en los trabajos del cuidado del medio ambiente, para fomentar conciencia sobre la importancia de cuidar los recursos naturales y disminuir el riesgo de vivir en ambientes contaminados, 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 concientización 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.	
Departamento de Gestión Social, “Entrega de Despensas”, con vigencia del 03 de enero al 30 de junio	Brindar apoyo alimentario a personas en situación de vulnerabilidad.	Lineamientos que regulan el sistema de asistencia social del H. Ayuntamiento de Jesús María	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 el proceso de Revocación de Mandato, 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	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG1644/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			un sector específico de la población, como es el caso. ⁸⁴	
Departamento de Gestión Social, "Entrega de apoyos económicos", con vigencia del 03 de enero al 30 de junio	Brindar apoyo económico a personas en situación vulnerable afectadas por la pandemia para sustentar diversos gastos.	Lineamientos que regulan el sistema de asistencia social del H. Ayuntamiento de Jesús María	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 no cumple con el criterio de generalidad, ya que no se justifica su difusión durante el proceso de Revocación de Mandato, en el entendido de que la información que se pretenda difundir 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. ⁸⁵	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG1644/2021
Presidencia Municipal, "Programa de lunes con tu Alcalde", con vigencia del 12 de enero al 30 de junio	Informar a la población sobre efemérides, semáforo epidemiológico y medidas preventivas de salud.	Ley sobre el Escudo, la Bandera y el Himno Nacionales	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo Facebook	
Presidencia Municipal, "Programa de miércoles ciudadano", con vigencia del 12 de enero al 30 de junio	Brindar atención, seguimiento y solución a peticiones ciudadanas relacionadas con los servicios públicos o de salud.	Manual de Procedimientos del Programa de Miércoles Ciudadano	Improcedente. De acuerdo con lo establecido en el formulario la solicitud no se refiere a una campaña gubernamental sino al ejercicio de las obligaciones y facultades de los distintos servidores públicos del municipio a fin de atender las	INE/CG334/2021

⁸⁴ Al respecto, la Sala Superior 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 electivos y consultivos.

⁸⁵ Ídem.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			necesidades de la población ⁸⁶ .	
Presidencia Municipal, "Concurso (demostración) de Escoltas Municipal", con vigencia del 12 de enero al 30 de junio	Reforzar los símbolos patrios a través de la realización de un concurso de escoltas.	Agenda Municipal Cívica	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 el amor por los símbolos patrios, ya que coadyuva a la educación de la niñez y complementa las acciones de educación básica en nuestro país.	
Presidencia Municipal, "Concurso Pinta tu Bandera", con vigencia del 12 de enero al 30 de junio	Reforzar los símbolos patrios a través de la realización de un concurso de pintura de banderas.	Agenda Municipal Cívica	Procedente. Igual que la campaña anterior, 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 la niñez y complementa las acciones de educación básica en nuestro país.	
Presidencia Municipal, "Presidente en tu escuela", con vigencia del 12 de enero al 30 de junio	Realizar actos cívicos en las instituciones educativas de todos los niveles, reforzar los símbolos patrios.	Agenda Municipal Cívica	Improcedente. No obstante que la campaña se relaciona con el concepto de educación al tratarse de ceremonias cívicas, 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 Presidente Municipal, situación que podría vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos consultivos.	

⁸⁶ Ídem.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Seguridad Pública y Vialidad, "Prevención del delito", con vigencia del 03 de enero al 31 de diciembre	Impartir cursos y talleres sobre aspectos básicos del delito para prevenir y mitigar conductas delictivas dentro del territorio municipal.	Artículos 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 24 y 36 del Bando de Policías y Gobierno del Municipio de Jesús María Aguascalientes	Procedente. Esta autoridad considera que la campaña señalada está encaminada a brindar seguridad pública a la población, pues busca informar y 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/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019 e INE/CG334/2021

65. 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 qué ente es el solicitante.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Instituto Municipal del Deporte de Reynosa, "Ponte en Marcha", con vigencia permanente.	Fomentar la práctica del deporte como el medio más efectivo para la activación física y la adopción de hábitos de vida saludable.	Artículo 4 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y la Ley de Cultura Física y Deporte	Procedente. De acuerdo con el artículo 4º constitucional, toda persona tiene derecho a la cultura física y a la práctica del deporte. Lo anterior, aunado a que la actividad física y el deporte son considerados como elementos de la salud y educación para formar en las personas la cultura de ejercitar su cuerpo y su mente integralmente, además de que el deporte es una herramienta fundamental para el combate de enfermedades.	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021
Secretaría de Desarrollo Social, Dirección de Salud y Grupos	Otorgar atención y cuidado de la salud al implementar en el ámbito de la competencia	Título Segundo, Capítulo VI, de la Secretaría de Desarrollo Social en el Artículo 22,	Improcedente. No cumple con el criterio de generalidad, ya que la campaña está dirigida a un sector específico de la	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Vulnerables, “Brigada de salud para el adulto mayor”, con vigencia de enero a diciembre 2022.	municipal un modelo de atención con énfasis en la prevención de padecimientos crónico-degenerativos que afecten a la ciudadanía geriátrica, focalizando acciones en la población vulnerable que no cuenta con seguridad social.	sección 8 del Reglamento de Administración Pública de la Dirección de Salud y Grupos Vulnerables, fracción 8.2.	población en Reynosa, es decir, a la población geriátrica en situación vulnerable. Aunado a lo anterior, se trata de un programa de carácter social de la administración pública municipal que le genera un beneficio directo a un sector en específico. Al respecto, si bien es cierto que la Sala Superior ha establecido en la jurisprudencia 19/2019 ⁸⁷ que no existe el deber específico de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante los periodos de prohibición, debido a su finalidad, también lo es, que la entrega o difusión de un programa social puede vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electivos y consultivos, si se hace en ciertas modalidades que afecten el principio de equidad en la contienda electoral, como podría ser la difusión masiva del mismo.	
Secretaría de Desarrollo Social, Dirección de Salud y Grupos Vulnerables, “Grupos vulnerables”, con vigencia de enero a diciembre 2022.	Proporcionar apoyo médico implementando en el ámbito de la competencia municipal un modelo de atención integral y cuidado de la salud, con énfasis en la prevención de padecimientos	Título Segundo, Capítulo VI, de la Secretaría de Desarrollo Social en el Artículo 22, sección 8 del Reglamento de Administración Pública de la Dirección de Salud y	Improcedente. Al igual que la campaña anterior, según el formulario se puede apreciar que se trata de un programa de carácter social de la administración pública municipal que le genera un beneficio directo a un sector en específico de la población.	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021

⁸⁷ 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
	crónico-degenerativos que afecten a la ciudadanía, focalizando acciones en la población que no cuenta con seguridad social.	Grupos Vulnerables, fracción 8.2.	Al respecto, si bien es cierto que la Sala Superior ha establecido en la jurisprudencia 19/2019 que no existe el deber específico 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 o difusión de un programa social puede vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electivos y consultivos, si se hace en ciertas modalidades que afecten el principio de equidad en la contienda electoral, como podría ser la difusión masiva del mismo. ⁸⁸	
Secretaría de Desarrollo Social, Dirección de Educación, "Programa Municipal de Desarrollo Social en Becas Escolares 2022", con vigencia del 24 de enero al 31 de mayo.	Apoyar económicamente a los estudiantes de todos los niveles educativos, a fin de que tengan un respaldo que les permita cubrir gastos relacionados con su proceso formativo.	Reglamento de Administración Pública en el Capítulo VI de la Secretaría de Desarrollo Social en el Artículo 22 de la Sección 5 de la Dirección de Educación, fracción 5.10.	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, 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, en la Jurisprudencia 19/2019, la Sala Superior estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021

⁸⁸ Ídem.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			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. ⁸⁹	
Secretaría de Desarrollo Económico y del Empleo, Dirección de Empleo y Productividad, “Feria del Autotransporte de Carga”, con vigencia del 17 de enero al 10 de febrero.	Desarrollar políticas que favorezcan el acceso a la ciudadanía al empleo formal, desarrollando acciones como la orientación laboral, cursos de formación para el empleo, bolsa de trabajo, reuniones de vinculación laboral y capacitación para el autoempleo.	Capítulo IX, art. 25 de la Secretaría de Desarrollo Económico y del Empleo, sección 3, de la Dirección de Empleo y Productividad en la fracción 3.2 del Reglamento de la Administración Pública.	Improcedente. De acuerdo con el formulario, la campaña mencionada no implica difusión en radio o televisión, sino a través de prensa y redes sociales.	
Secretaría de Desarrollo Económico y del Empleo, Dirección de Empleo y Productividad, “Reunión de vinculación”, con vigencia del 14 al 24 de febrero.	Desarrollar políticas que favorezcan el acceso a la ciudadanía al empleo formal, desarrollando acciones como la orientación laboral, cursos de formación para el empleo, bolsa de trabajo, reuniones de vinculación laboral y capacitación para el autoempleo.	Capítulo IX, art. 25 de la Secretaría de Desarrollo Económico y del Empleo, sección 3, de la Dirección de Empleo y Productividad en la fracción 3.2 del Reglamento de la Administración Pública.	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 y capacitaciones con el fin de desarrollar la formación de empleos. Así esta campaña se considera dentro del concepto de educación y de manera indirecta, ya que la pérdida del empleo en empresas no esenciales produjo estrés agudo, provocando enfermedades de origen psicosomático. En relación con lo anterior, el	INE/CG334/2021

⁸⁹ Ídem.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			artículo 123 de la Constitución, señala que, “toda persona tiene derecho al trabajo digno y socialmente útil”, en este sentido, la presente campaña guarda relación con el concepto de salud, y tanto la educación como la salud forman parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	
Secretaría de Finanzas y Tesorería, Dirección de Predial y Catastro, “Condonación de recargos, derechos e impuestos a contribuyentes”, con vigencia del 1 de enero al 31 de diciembre.	Dar a conocer a la ciudadanía del municipio de Reynosa, el beneficio de la condonación de recargos, derechos e impuestos a los contribuyentes de Reynosa en 2022.	No agrega	Improcedente. La campaña no se relaciona con algún concepto de excepción a la difusión de propaganda gubernamental durante la Revocación de Mandato. ⁹⁰ En este sentido, su difusión no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, en el entendido de que la información que se pretenda difundir 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.	INE/CG334/2021
Secretaría de Finanzas y Tesorería, Dirección de Predial y Catastro, “15%	Dar a conocer a la ciudadanía en el municipio de Reynosa, el beneficio de la bonificación hasta del 15% de la cuota anual,	Artículo 134, párrafo 8 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y artículo 109 del Código	Improcedente. Al igual que la campaña anterior, no se relaciona con algún concepto de excepción a la difusión de propaganda gubernamental. ⁹¹	INE/CG334/2021

⁹⁰ 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.

⁹¹ Ídem.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
de descuento en impuesto predial 2022”, con vigencia del 1 de enero al 28 de febrero.	cuando el pago sea durante los meses de enero y febrero.	Municipal para el Estado de Tamaulipas.	En este sentido, su difusión no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, en el entendido de que la información que se pretenda difundir 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.	
Secretaría de Finanzas y Tesorería, Dirección de Predial y Catastro, “8% de descuento en impuesto predial 2022”, con vigencia del 1 de marzo al 30 de abril.	Difundir al mayor número de personas posibles el beneficio del 8% de descuento sobre el impuesto predial promoviendo el cumplimiento por parte de los ciudadanos.	Artículo 134, párrafo 8 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y artículo 109 del Código Municipal para el Estado de Tamaulipas.	Improcedente. Al igual que la campaña anterior no se relaciona con algún concepto de excepción a la difusión de propaganda gubernamental. ⁹² En este sentido, su difusión no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, en el entendido de que la información que se pretenda difundir 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.	INE/CG334/2021
Secretaría de Desarrollo Económico y del Empleo, Dirección de Empleo y Productividad, “Mujeres Poderosas (Taller de ventas)”, con vigencia del 21 de febrero al 8 de marzo.	Proporcionar información y herramientas de valor a las mujeres, para que se les facilite la capacidad de crear y desarrollar negocios encaminados a lograr la autonomía económica.	Capítulo IX, art. 25 de la Secretaría de Desarrollo Económico y del Empleo, sección 3, de la Dirección de Empleo y Productividad en la fracción 3.6 del Reglamento de la Administración Pública.	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 talleres de capacitación que coadyuven a desarrollar conocimientos que puedan ayudar a un mejor emprendimiento laboral.	INE/CG334/2021
Instituto Reynosense para la Cultura y las Artes, “Eventos	Fortalecer la identidad cultural de los habitantes del municipio de Reynosa, ampliando la	Artículo 13 del decreto LX-62, publicado en el Diario Oficial del Estado, número 148, el día 09	Improcedente: De acuerdo con lo dispuesto en el formulario, su difusión no implica la radio y televisión, sino que su transmisión será	

⁹² Ídem.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Culturales Reynosa 2022”, con vigencia del 26 de enero al 30 de abril.	cobertura en la difusión de la cultura y las diversas expresiones del arte.	de diciembre de 2008.	de manera digital a través de las plataformas de Facebook, YouTube e Instagram, así como de eventos presenciales.	
Secretaría de Desarrollo Económico y del Empleo, Dirección de Desarrollo Agropecuario, “Trato Justo”, con vigencia del 01 al 23 de febrero	Monitorear, detectar e informar a los productores de sorgo, sobre oportunidades de mercado y abasto para sus productos facilitando la generación de cadenas productivas y el uso sostenible de los recursos en las zonas rurales.	Capítulo IX, de la Secretaría de Desarrollo Económico y del Empleo, sección 4, de la Dirección de Desarrollo Agropecuario en la fracción 4.1 del reglamento de la Administración Pública.	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 orientar a los productores sobre oportunidades de mercado y abasto para sus productos. En este sentido, se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a la generar cadenas productivas y el uso sostenible de los recursos en las zonas rurales, ya que estas actividades corresponden a la educación informal, contribuyendo al desarrollo de las competencias de los habitantes de zonas rurales.	INE/CG334/2021
Secretaría de Participación Ciudadana, Dirección de Audiencias Públicas, “Audiencias Públicas”, con vigencia del 03 de enero al 14 de diciembre.	Acercar al alcalde con la ciudadanía para la recepción	Reglamento de Administración Pública en el Capítulo VII de la Secretaría de Participación Ciudadana en el artículo 23 de la sección 3 de la Dirección de Audiencias Públicas, fracción 3.4.	Improcedente. La campaña no se relaciona con algún concepto de excepción a la difusión de propaganda gubernamental y 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 Alcalde, situación que podría vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos consultivos.	INE/CG334/2021
Secretaría de Desarrollo Social, Dirección de Enlace Social, “Entrega de Apoyo	Otorgar alimentos de canasta básica para familias vulnerables con la finalidad de poner fin al hambre y asegurar el acceso de	Reglamento de Administración Pública en el Capítulo VI de la Secretaría de Desarrollo Social en el artículo 22 de la	Improcedente. Del formulario se desprende que se trata de un programa de carácter social de la administración pública municipal que le genera un	INE/CG334/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Alimenticio para los Comités Municipales de Bienestar Social”, con vigencia del 01 de febrero al 30 de junio.	todas las personas, a una alimentación sana, nutritiva y suficiente durante todo el año.	sección 3 de la Dirección de Enlace Social, fracción 3.1.	beneficio directo a un sector en específico de la población. Al respecto, si bien es cierto que la Sala Superior ha establecido en la jurisprudencia 19/2019 ⁹³ que no existe el deber específico 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 o difusión de un programa social puede vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electivos y consultivos, si se hace en ciertas modalidades que afecten el principio de equidad en la contienda electoral, como podría ser la difusión masiva del mismo.	
Secretaría de Desarrollo Económico y del Empleo, Dirección de Desarrollo Agropecuario, “Mercado Campesino”, con vigencia del 01 al 21 de febrero.	Impulsar el desarrollo de una economía sostenible, abriendo la puerta al establecimiento de inversiones, gestionando apoyos y financiamientos que generen producción y empleo.	Capitulo IX, art. 25 de la Secretaría de Desarrollo Económico y del Empleo, sección 4, de la Dirección de Desarrollo Agropecuario en la fracción 4.5 del Reglamento de la Administración Pública	Improcedente. La campaña no se relaciona con algún concepto de excepción a la difusión de propaganda gubernamental. En este sentido, su difusión no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, en el entendido de que la información que se pretenda difundir 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.	INE/CG334/2021
Secretaría de Desarrollo	Bazar de regalos con motivo del día del	Capitulo XI, artículo 27 de la Coordinación	Procedente. Se considera pertinente exceptuar las	INE/CG431/2021

⁹³ 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
Económico y del Empleo, Coordinación de Turismo y Comercio, "Hecho con Amor", con vigencia del 01 al 11 de febrero.	amor y la amistad con la intención de incentivar la economía local.	General de Turismo y Comercio, sección 2, de la Dirección de Fomento Turístico y Comercial en la fracción 2.4 del Reglamento de la Administración Pública.	campañas relativas a concientizar sobre la importancia de consumir y comprar los productos locales en negocios de la comunidad, ya que estas acciones ayudan a que la economía de las comunidades crezca, motivan a las personas emprendedoras a seguir adelante, impulsan la economía familiar y ayudan a conservar los empleos. Esta campaña corresponde a la educación informal y cobra gran relevancia en estos momentos de crisis económica pues contribuye a combatir el desempleo o mejorar la economía municipal, máxime cuando se han visto tan dañadas como resultado de la pandemia por COVID-19.	
Secretaría de Desarrollo Social, "Torneo de fútbol", con vigencia del 09 al 10 de abril.	Integrar en la vida de las y los reynosenses la práctica del deporte como el medio más efectivo para la activación física y la adopción de hábitos de vida saludable.	Reglamento de Administración Pública en el Capítulo VI de la Secretaría de Desarrollo Social en el artículo 22, Capítulo 8, Fracción 8.5.	Procedente. De acuerdo con el artículo 4° constitucional, toda persona tiene derecho a la cultura física y a la práctica del deporte. Lo anterior, aunado a que la actividad física y el deporte son considerados como elementos de la salud y educación para formar en las personas la cultura de ejercitar su cuerpo y su mente integralmente, además de que el deporte es una herramienta fundamental para el combate de enfermedades.	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021
Secretaría de Desarrollo Social, Parque Temático "La Ciudad de las Familias Felices", "Reforzando	Difundir un evento de 50 familias en el parque temático "La ciudad de las familias felices" en el cual se darán regalos a las familias participantes,	Reglamento de Administración Pública en el Capítulo VI de la Secretaría de Desarrollo Social en el artículo 22, fracción 3.1.	Improcedente. La campaña versa sobre la difusión de un evento en específico relacionado con la organización de una convivencia familiar donde recibirán un beneficio directo. En este sentido, su	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Lazos Familiares (Convivencia Familiar)", con vigencia del 14 de febrero al 04 de marzo.	refrescos, pizzas y agua.		difusión no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, en el entendido de que la información que se pretenda difundir 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. ⁹⁴	
Secretaría de Desarrollo Social, Dirección de Enlace Social, "Club de Abuelitos de SEDESOL", con vigencia del 01 de febrero al 30 de junio.	Programa bimestral permanente de apoyo alimenticio, consistente en alimentos de canasta básica para los 5000 adultos mayores de 60 años inscritos en el programa "Club de abuelitos de SEDESOL"	Reglamento de Administración Pública título segundo, Capítulo VI de la Secretaría de Desarrollo Social en el artículo 22, sección 3 de la Dirección de Enlace Social, fracción 3.1.	Improcedente. Del formulario se desprende que se trata de un programa de carácter social de la administración pública municipal que le genera un beneficio directo a un sector en específico de la población. En este sentido, su difusión no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, en el entendido de que la información que se pretenda difundir 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. ⁹⁵	INE/CG109/2021
Secretaría de Desarrollo Social, Dirección de Enlace Social, "Apoyos pedagógicos, talleres de aprendizaje, costura, belleza y cocina", con vigencia del 01	Programa integral de intervención comunitaria para el combate y eliminación de la pobreza con el objetivo de mejorar las condiciones sociales necesarias para el acceso efectivo a los derechos sociales que impulsen capacidades de las personas y sus	Reglamento de Administración Pública título segundo, Capítulo VI de la Secretaría de Desarrollo Social en el artículo 22, sección 3 de la Dirección de Enlace Social, fracción 3.1.	Improcedente. La difusión de esta campaña no implica la radio y televisión sino a través de redes sociales, publicidad de volantes y lonas.	

⁹⁴ Ídem.

⁹⁵ Ídem.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
de enero al 31 de diciembre.	comunidades para reducir brechas de desigualdad, a partir de la reconstrucción de un sentido de colectividad entre el gobierno y la sociedad.			
Secretaría de Desarrollo Social, Dirección de Enlace Social, "Bazar Primavera", con vigencia del 03 de enero al 14 de febrero.	Apoyar a la ciudadanía a generar ingresos extras mediante una venta a bajo costo para mejorar las condiciones sociales necesarias para el acceso efectivo a los derechos sociales que impulsen capacidades de las personas y sus comunidades para reducir brechas de desigualdad, a partir de la reconstrucción de un sentido de colectividad entre el gobierno y la sociedad.	Reglamento de Administración Pública título segundo, Capítulo VI de la Secretaría de Desarrollo Social en el artículo 22, sección 3 de la Dirección de Enlace Social, fracción 3.1.	Improcedente. La campaña no se relaciona con algún concepto de excepción a la difusión de propaganda gubernamental. En este sentido, su difusión no cumple con el criterio de importancia ya que no tiene fines educativos, de salud o protección civil que sea imprescindible difundir. Aunado a lo anterior, la difusión que se pretende es del evento en sí, es decir, sobre el bazar primavera, lo cual no cumple con el criterio de generalidad y necesidad por lo que no se justifica su difusión.	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021
Secretaría de Desarrollo Social, Dirección de Desarrollo Rural, "Brigadas Rurales 2022", con vigencia del 07 de enero al 15 de diciembre.	Brigada de atención a zonas rurales para 2600 familias para mejorar las condiciones sociales necesarias para el acceso efectivo a los derechos sociales que impulsen capacidades de las personas y sus comunidades para reducir brechas de desigualdad, a partir de la reconstrucción de un sentido de colectividad entre el gobierno y la sociedad (servicios médicos, alumbrado público, reparación de brechas, problemática con el agua, despensas, etc.).	Reglamento de Administración Pública título segundo, Capítulo VI de la Secretaría de Desarrollo Social en el artículo 22, sección 4 de la Dirección de Desarrollo Rural, fracción 4.7.	Improcedente. Si bien esta campaña guarda relación con el concepto de salud, lo que se busca es apoyar a los habitantes de los ejidos en la ciudad de Reynosa brindándoles todos los servicios y apoyos con los que cuenta el Ayuntamiento, así como con despensas, razón por la cual no se justifica su difusión, toda vez que se refleja un beneficio directo a un sector en específico, por lo que se pondría en riesgo el principio de equidad en la contienda.	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021 e INE/CG1644/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
<p>Coordinación General de Turismo, “Tradicional Abrazo entre Alcaldes”, con vigencia del 24 de febrero al 03 de marzo.</p>	<p>Proyectar al municipio como un destino turístico a nivel nacional e internacional a través de un evento que se lleva a cabo en las inmediaciones del Puente Internacional contando con la presencia de alcaldes y mayores del valle de Texas y dando la bienvenida a los Winter’s Texas que visitan la ciudad trasladándose de los Estados Unidos y Canadá.</p>	<p>Reglamento de Administración Pública título segundo, Capítulo XI, de la Coordinación General de Turismo y Comercio en el artículo 27, sección 1 de la Dirección de Capacitación y Cultura Turística, fracción 1.2.</p>	<p>Improcedente. De la lectura del formulario se advierte que se trata de una campaña sobre la difusión de un evento político entre Alcaldes y otras autoridades. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de educación, al promocionar e impulsar el turismo en la región, no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, por lo tanto, no se justifica su difusión.</p>	<p>INE/CG334/2021</p>
<p>Coordinación General de Turismo, “Cabalgata 2022”, con vigencia del 11 al 25 de marzo.</p>	<p>Proyectar al municipio como un destino turístico a nivel nacional e internacional a través de un evento que se realiza contando con la participación de diversos grupos de cabalgantes de la localidad y municipios cercanos, así como familias completas que se trasladan utilizando carretas tradicionales; se sigue la ruta que traía a los viajeros a Reynosa y se concluye con una comida con platillos tradicionales de la región.</p>	<p>Reglamento de Administración Pública título segundo, Capítulo XI, de la Coordinación General de Turismo y Comercio en el artículo 27, sección 1 de la Dirección de Capacitación y Cultura Turística, fracción 1.2.</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 campaña, ya que está relacionada con la difusión de actividades en materia cultural con el fin de promover en la población dichos eventos.</p>	<p>INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021 e INE/CG1644/2021</p>
<p>Secretaría de Participación Ciudadana, “Señorita Fiestas de Aniversario 2022”, con vigencia del 03 de enero al 14 de febrero.</p>	<p>Programa que impulsa a la juventud de Reynosa a participar para conocer un poco más de su ciudad a través de las fiestas de aniversario de esta. Además, busca promover entre los ciudadanos de</p>	<p>Reglamento de Administración Pública en el Capítulo VII de la Secretaría de Participación Ciudadana en el artículo 23, fracción 1.</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 campaña, ya</p>	<p>INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021 e INE/CG1644/2021</p>

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	Reynosa, una guía de conducta a partir de información de valor, para tomar decisiones en función de principios y valores que conduzcan hacia una nueva cultura de corresponsabilidad y participación.		que está relacionada con la difusión de actividades en materia cultural con el fin de promover en la población joven la cultura y valores de la ciudad.	
Secretaría de Participación Ciudadana, "Cabildo Infantil", con vigencia del 03 de enero al 14 de diciembre	Informar y dar oportunidad a los niños de 4to., 5to. y 6to. de primaria de presentar un proyecto en el cual ellos desarrollaran ideas y opiniones para ser escuchados y tomados en cuenta.	Reglamento de Administración Pública en el Capítulo VII de la Secretaría de Participación Ciudadana en el artículo 23, fracción 1.	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 promover convocatorias 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 a las nuevas generaciones a participar en temas de relevancia como son la seguridad, medio ambiente, educación y derechos.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021
Secretaría de Participación Ciudadana, "Medalla al Mérito Ciudadano, Ing. Marte R. Gómez 2022", con vigencia del 03 de enero al 14 de diciembre.	Entrega de reconocimiento a ciudadanos altruistas.	Reglamento de Administración Pública en el Capítulo VII de la Secretaría de Participación Ciudadana en el artículo 23, fracción 1.	Improcedente. Al respecto, es importante señalar que, si bien es un evento relacionado con la educación y cultura y se relaciona con el desarrollo armónico de los ciudadanos, las facultades del ser humano y fomentar en él, el respeto a los derechos humanos y la conciencia de solidaridad se trata únicamente del reconocimiento a ciudadanos distinguidos por	INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016 e INE/CG334/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>acciones altruistas en el municipio de Reynosa. Aunado a lo anterior, de la solicitud se desprende que cuenta con tiempo suficiente para difundir la campaña fuera de los periodos prohibidos por el texto constitucional, por lo que no se estima necesario vincularlo a concepto alguno de excepción.</p>	
<p>Secretaría de Desarrollo Social, Parque Temático “La Ciudad de las Familias Felices”, “Mi Bandera y Yo (Mejor Dibujo y Pensamiento)” con vigencia del 24 de enero al 11 de febrero.</p>	<p>Difusión del programa que busca que todos los niños y niñas conmemoren y recuerden a nuestra bandera nacional mexicana, como un símbolo de libertad, justicia y nacionalidad</p>	<p>Reglamento de Administración Pública en el Capítulo VI de la Secretaría de Desarrollo Social en el artículo 22, Capítulo 5, fracción 5.4.</p>	<p>Procedente. Conforme a lo señalado en el artículo 3° de la CPEUM, toda persona tiene derecho a la educación. Por lo que, al promoverse la conmemoración de los símbolos patrios, esta campaña guarda relación con el concepto de educación y cultura como parte integral de la formación del ser humano.</p>	<p>INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG396/2016, INE/CG334/2021 e INE/CG109/2021</p>
<p>Secretaría de Desarrollo Social, Dirección de Atención a la Juventud, “Giveaway, Cena y Rosas”, con vigencia del 31 de enero al 13 de febrero.</p>	<p>Promover entre los ciudadanos de Reynosa, una guía de conducta a partir de información de valor, para tomar decisiones en función de principios y valores que conduzcan hacia una nueva cultura de corresponsabilidad y participación.</p>	<p>Reglamento de Administración Pública en el Capítulo VI de la Secretaría de Desarrollo Social en el artículo 22, Capítulo 5, fracción 5.4.</p>	<p>Improcedente. Según el formulario remitido su difusión no implica radio y televisión sino por medio de redes sociales.</p>	
<p>Secretaría de Desarrollo Social, Parque Temático “La Ciudad de las Familias Felices”, “Cumpleaños del mes”, con vigencia del 04 de febrero al 10 de abril.</p>	<p>Celebrar los cumpleaños de la niñez en el parque temático “La ciudad de las familias felices” el último viernes de cada mes durante todo el año en donde se reparten regalos, dulces, refrescos, botellas de agua, refrigerios, hay payasos, pastel y piñatas.</p>	<p>Reglamento de Administración Pública en el Capítulo VI de la Secretaría de Desarrollo Social en el artículo 22, Capítulo 5, fracción 5.4.</p>	<p>Improcedente. Del formulario se desprende que se trata de un programa de carácter social de la administración pública municipal que genera un beneficio directo a las familias y los niños de Reynosa para la celebración de sus cumpleaños, por lo que no cumple con el criterio de generalidad y necesidad. Al respecto, si bien es cierto que la Sala Superior ha</p>	<p>INE/CG109/2021</p>

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			establecido en la jurisprudencia 19/2019 que no existe el deber específico 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 o difusión de un programa social puede vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electivos y consultivos, si se hace en ciertas modalidades que afecten el principio de equidad en la contienda electoral, como podría ser la difusión masiva del mismo.	
Secretaría de Desarrollo Social, "Lenguaje de Señas", con vigencia del 15 de febrero al 28 de febrero.	Concientizar y enseñar distintas formas de comunicarse para practicar la inclusión.	Reglamento de Administración Pública en el Capítulo VI de la Secretaría de Desarrollo Social en el artículo 22, Capítulo 5, fracción 5.2.	Procedente. El artículo 1° constitucional prohíbe la discriminación, asimismo, en el artículo 3° se establece el derecho a la educación. En este sentido, esta campaña tiene un objetivo educativo que permite la participación de personas en actividades que promueven la inclusión.	
Secretaría de Desarrollo Social, Dirección de Educación, "Abanderamiento de Instituciones Educativas", con vigencia el 24 de febrero.	Beneficiar a las escuelas con la entrega de banderas, astas y cujas, así como el escudo de armas para la realización de eventos cívicos.	Reglamento de Administración Pública en el Capítulo VI de la Secretaría de Desarrollo Social en el artículo 22, Capítulo 5, fracción 5.4.	Improcedente. Por lo que se desprende del formulario no se trata de la difusión de una campaña sino más bien del ejercicio de un programa que consiste en la entrega de elementos patrios para llevar a cabo ceremonias cívicas. Por tanto, si bien el programa guarda relación con el concepto de educación, no es materia de este Acuerdo autorizar el ejercicio de un programa social.	
Secretaría Particular, Coordinación de	Promover e invitar a la ciudadanía al festejo de Aniversario de la	Reglamento de Administración Pública en el Capítulo	Procedente. De conformidad con el concepto integral de educación que la	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Relaciones Públicas, "Festejo del Aniversario de la Fundación de Reynosa, Tamaulipas", con vigencia el 14 de marzo.	fundación de la ciudad de Reynosa.	VI de la Secretaría de Desarrollo Social en el artículo 22, Capítulo 5, fracción 5.4.	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 estos. Por lo anterior, es pertinente exceptuar de la prohibición de difusión de propaganda gubernamental a esta campaña 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. ⁹⁶	
Secretaría de Desarrollo Social, "Semana Verde", con vigencia del 21 al 25 de marzo.	Campaña dedicada a los jóvenes de Reynosa con el motivo de crear conciencia en ellos sobre la protección del medio ambiente.	No agrega	Procedente. De conformidad con el artículo 4° constitucional, "toda persona tiene derecho a un medio ambiente sano para su desarrollo y bienestar". En este sentido, la campaña guarda relación con el concepto de educación al promover entre los jóvenes de Reynosa la conciencia sobre la protección del medio ambiente. Por lo que, dichas acciones de prevención corresponden a la educación informal y contribuyen a generar o	INE/CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG235/2020, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG1644/2021

⁹⁶ 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. Gaceta de Jurisprudencia y Tesis en materia electoral, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Año 9, Número 18, 2016, páginas 113 y 114.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>modificar hábitos y patrones de conducta en beneficio de la conservación de un medio ambiente sano, razón por la cual este tipo de campañas deberán ser de las consideradas dentro de las exceptuadas a la prohibición constitucional de difundir propaganda Gubernamental.</p>	
<p>Secretaría de Desarrollo Social, Dirección de Educación, "Concurso de Bandas de Guerra", con vigencia el 24 de marzo.</p>	<p>Llevar a cabo un concurso de bandas de guerra con la finalidad de construir ciudadanía y les permita seguir aprendiendo para su formación cívica y ética.</p>	<p>Reglamento de Administración Pública en el Capítulo VI de la Secretaría de Desarrollo Social en el artículo 22, Capítulo 5, fracción 5.4.</p>	<p>Improcedente Por lo que se desprende del formulario no se trata de la difusión de una campaña sino más bien del ejercicio de un programa que consiste en un concurso de bandas de guerra. Por tanto, si bien el programa guarda relación con el concepto de educación, no es materia de este Acuerdo autorizar el ejercicio de un programa.</p>	
<p>Secretaría de Desarrollo Social, Dirección de Educación, "Exhibición de Escoltas", con vigencia el 24 de marzo.</p>	<p>Llevar a cabo una exhibición de escoltas escolares y fomentar en los alumnos el beneficio de pertenecer a una escolta resultado obtenido del esfuerzo y dedicación al estudio.</p>	<p>Reglamento de Administración Pública en el Capítulo VI de la Secretaría de Desarrollo Social en el artículo 22, Capítulo 5, fracción 5.4.</p>	<p>Improcedente Por lo que se desprende del formulario no se trata de la difusión de una campaña sino más bien del ejercicio de un programa que consiste en una exhibición de escoltas. Por tanto, si bien el programa guarda relación con el concepto de educación, no es materia de este Acuerdo autorizar el ejercicio de un programa social.</p>	
<p>Secretaría de Desarrollo Social, Parque Temático "La Ciudad de las Familias Felices", "Cuidando nuestro planeta (Día Internacional de la Tierra)", con vigencia del 28</p>	<p>Abrir un espacio en los reynorenses para reflexionar sobre la importancia de cuidar nuestro planeta y lo que podemos hacer para mejorar cada área de la tierra que nos rodea.</p>	<p>Reglamento de Administración Pública en el Capítulo VI de la Secretaría de Desarrollo Social en el artículo 22, Capítulo 5, fracción 5.4.</p>	<p>Procedente. De conformidad con el artículo 4° constitucional, "toda persona tiene derecho a un medio ambiente sano para su desarrollo y bienestar". En este sentido, la campaña guarda relación con el concepto de educación ya que promueve un espacio para reflexionar sobre la importancia de cuidar nuestro planeta.</p>	<p>INE/CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG235/2020, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG1644/2021</p>

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

66. Dependencias del Ayuntamiento de Guadalupe, Zacatecas. 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 qué ente es el solicitante.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Departamento de Promoción y Vinculación Educativa “Registro de preinscripciones de febrero”, con vigencia del 26 de enero al 16 de febrero.	Proporcionar a la población las instalaciones y herramientas para la preinscripción de sus hijos, facilitando así el proceso mismo.	Artículo 3 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.	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, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG1644/2021
Subdirección de Salud Pública, “Respirando vida”, con un periodo de vigencia permanente.	Proporcionar en modalidad de comodato generadores de oxígeno a la ciudadanía del municipio, siendo los pacientes positivos a COVID-19, la población beneficiada.	Artículo 4 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, artículo 110 de la Ley General de Salud, artículo 107, fracción XII de la Ley Orgánica del Municipio del Estado de Zacatecas, artículos 185, 203, fracción XII y 219 del Reglamento Interior de la Administración	Improcedente. Del formulario se desprende que la difusión no implica radio y televisión sino a través de medios digitales.	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
		Pública del Municipio de Guadalupe, Zacatecas.		
Subdirección de Salud Pública, "Aula Segura", con un periodo de vigencia permanente.	Otorgar a las Instituciones educativas los insumos necesarios para la prevención del COVID-19, tras el regreso a clases.	Artículo 4 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, artículo 110 de la Ley General de Salud, artículo 107, fracción XII de la Ley Orgánica del Municipio del Estado de Zacatecas, artículos 185, 203, fracción XII y 219 del Reglamento Interior de la Administración Pública del Municipio de Guadalupe, Zacatecas.	Improcedente. Del formulario se desprende que la difusión no implica radio y televisión sino a través de medios digitales.	
Subdirección de Salud Pública, "Entre todos nos movemos", con un periodo de vigencia permanente.	Entregar aparatos funcionales a personas con discapacidad.	Artículo 4 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, artículo 110 de la Ley General de Salud, artículo 107, fracción XII de la Ley Orgánica del Municipio del Estado de Zacatecas, artículos 185, 203, fracción XII y 219 del Reglamento Interior de la Administración Pública del Municipio de Guadalupe, Zacatecas.	Improcedente. Del formulario se desprende que la difusión no implica radio y televisión sino a través de medios digitales.	
Subdirección de Salud Pública, "Convenios", con un periodo de vigencia permanente.	Creación de convenios para realización de campañas en colaboración con Instituciones para el cuidado de la salud.	Artículo 4 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, artículo 110 de la Ley General de Salud, artículo 107, fracción XII de la Ley Orgánica del Municipio del Estado de Zacatecas,	Improcedente. Al igual que la campaña anterior, del formulario se desprende que la difusión no implica radio y televisión sino a través de medios digitales.	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
		artículos 185, 203, fracción XII y 219 del Reglamento Interior de la Administración Pública del Municipio de Guadalupe, Zacatecas.		
Subdirección de Salud Pública, "Guadalupe Solidario", con un periodo de vigencia permanente.	Otorgar insumos médicos a habitantes de Guadalupe que acrediten con certificado médico requerirlos.	Artículo 4 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, artículo 110 de la Ley General de Salud, artículo 107, fracción XII de la Ley Orgánica del Municipio del Estado de Zacatecas, artículos 185, 203, fracción XII y 219 del Reglamento Interior de la Administración Pública del Municipio de Guadalupe, Zacatecas.	Improcedente. Al igual que la campaña anterior, del formulario se desprende que la difusión no implica radio y televisión sino a través de medios digitales.	

67. Dependencias del Ayuntamiento de Calera de Víctor Rosales, Zacatecas.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
"Talleres de Autoempleo", con vigencia de 01 de febrero al 28 de febrero.	Fomentar la participación ciudadana para que se inscriban en talleres de autoempleo.	No agrega	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 talleres 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.	INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Contigo y tu predial ganamos todos”, con vigencia del 03 de enero al 28 de febrero.	Incentivar a la ciudadanía a pagar el impuesto predial.	No agrega	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión sino mediante redes sociales e inserciones en medios	
“Aprende un segundo idioma”, con vigencia del 01 de febrero al 28 de febrero.	Incentivar la participación social en aprender un segundo idioma.	No agrega	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión sino mediante redes sociales.	
“Taller de terapia ocupacional”, con vigencia del 10 de enero al 10 de febrero.	Invitar a la ciudadanía a un taller de manualidades.	No agrega	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión sino mediante redes sociales.	
“Apertura de programa concurrencia”, con vigencia del 15 de enero al 06 de junio.	Dar a conocer a la ciudadanía sobre la apertura de un programa de concurrencia.	No agrega	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión sino mediante redes sociales.	
“Cultivando el hábito de denuncia. Te escuchamos y te atendemos”, con vigencia de enero con un término indefinido.	Incentivar la participación ciudadana en la cultura de la denuncia.	No agrega	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión sino mediante redes sociales.	
“Aniversario del municipio”, con vigencia del 04 de marzo al 11 de marzo.	Invitación a la ciudadanía para que asistan al evento protocolario por el aniversario del municipio.	No agrega	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión sino mediante redes sociales.	
“Ceremonia de matrimonios colectivos”, con vigencia del 07 de	Invitar a la ciudadanía para que hagan uso de la ceremonia de matrimonios colectivos.	No agrega	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión sino mediante redes sociales.	

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
febrero al 14 de febrero.				
"Desfile día de la bandera", con vigencia del 17 de febrero al 24 de febrero.	Invitar a la ciudadanía para que asistan al desfile del día de la bandera.	No agrega	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión sino mediante redes sociales.	
"Expo militar gran fuerza aérea de México", con vigencia en el mes de marzo.	Invitación a la ciudadanía para que acudan a la expo de la fuerza aérea.	No agrega	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión sino mediante redes sociales.	
Convocatoria a concurso de mejor elaboración de pasteles", con vigencia en el mes de marzo.	Invitación a la ciudadanía para que participen en el concurso de elaboración de pasteles.	No agrega	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión sino mediante redes sociales.	
"1er expo. Artesanal Calera 2022", con vigencia en el mes de febrero.	Incentivar la participación ciudadana para que asistan a la expo. Artesanal Calera 2022.	No agrega	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión sino mediante redes sociales.	
"Concurso de bandas y escoltas", con vigencia del 16 de febrero al 23 de febrero.	Incentivar la participación de los jóvenes en el concurso de bandas y escoltas.	No agrega	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión sino mediante redes sociales.	
"Semana de actividades culturales", con vigencia del 07 de marzo al 21 de marzo.	Fomentar la participación ciudadana en actividades culturales y deportivas.	No agrega	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 realiza, con el fin de motivar entre la población el interés y la asistencia a las mismas, así como difundir el patrimonio histórico y cultural de la nación para su disfrute y conservación.	

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Convocatoria a concurso de fotografía”, con vigencia del 04 de febrero al 11 de febrero.	Convocar a los jóvenes a que participen en el concurso de fotografía.	No agrega	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión sino mediante redes sociales.	
“Convocatoria para transporte estudiantil”, con vigencia de enero a febrero.	Difundir entre los jóvenes la convocatoria para que reciban transporte gratuito y culminen sus estudios.	No agrega	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión sino mediante redes sociales.	
“Campaña de reforestación municipal”, no define periodo de transmisión.	Fomentar la participación entre la ciudadanía para que realicen brigadas de reforestación en sectores del municipio.	No agrega	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión sino mediante redes sociales.	
“Esterilización de mascotas”, vigencia de marzo a septiembre	Dar a conocer a la ciudadanía el servicio gratuito de Esterilización de mascotas.	No agrega	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión sino mediante redes sociales.	

- 68.** La propaganda gubernamental que se difunda 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.**

Además, dicha propaganda 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.

- 69.** Aún sin mediar la solicitud prevista en el Acuerdo identificado con la clave INE/CG1717/2021, 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.

- 70.** Cualquier contravención a lo señalado en el presente instrumento se procederá conforme al Libro Octavo de la LGIPE.
- 71.** Ahora bien, en el presente Acuerdo y el identificado con la clave INE/CG1717/2021 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 enero, por lo que cualquier solicitud extemporánea será desechada por la DEPPP 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.

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:

No.	DEPENDENCIA	CAMPAÑAS	FECHA EN QUE SE RECIBIERON
1.	Ayuntamiento de Tlaxicoyan, Veracruz	"Jueves de salud; Prevención de dengue; Prevención de COVID-19; Zumba"	6 de enero de 2022
2.	Ayuntamiento de Boca del Río, Veracruz	"Por la salud de los boqueños".	6 de enero de 2022

No.	DEPENDENCIA	CAMPAÑAS	FECHA EN QUE SE RECIBIERON
3.	Alcaldía Iztapalapa, CdMx	"Programa emergente de abasto de agua potable";	6 de enero de 2022
4.		"Iztapalapa la más deportiva y recreativa";	
5.		"Iztapalapa: la más cultural y educativa";	
6.		"Iztapalapa con derechos plenos", y	
7.		"Salud, protección civil y seguridad ciudadana".	
8.	Ayuntamiento de Jesús Carranza, Veracruz	"Difusión de asuntos relacionados con Protección Civil, Educación, Seguridad y Salud"	6 de enero de 2022
9.	Ayuntamiento de Villa de Álvarez, Colima	"Campaña de vacaciones seguras";	7 de enero de 2022
10.		"Campaña de Regularización del Estado Civil de las Personas (matrimonios colectivos);	
11.		"Campaña de recaudación del impuesto predial, derechos de panteón y licencias comerciales";	
12.		"Campaña de cursos de verano";	
13.		"Campaña de festejos charrotaurinos seguros";	
14.		"Campaña día internacional de la mujer", y	
15.		"La cultura de las fiestas villalvareense".	
16.	Ayuntamiento de Yauhquemehcan, Tlaxcala	"Vacunación COVID-19";	7 de enero de 2022
17.		"Esterilización de perros y gatos", y	
18.		"Medico en casa".	
19.	Alcaldía Tlalpan, CdMx	"Primero tu salud: Más salud, menos COVID";	11 de enero de 2022
20.		"Primero tu salud: Campaña para la prevención del cáncer de mama en mujeres";	
21.		"Tlalpan, Grande como sus mujeres";	
22.		"Primero tu prevención: Incendios y estiaje";	
23.		"Primero tu salud: Jornadas de Salud";	
24.		"Primero tus animales de compañía", y	
25.		"Disfrutemos Tlalpan".	
26.	Subsecretaría de Movilidad del Gobierno del estado de Colima	"Programa de Regularización de Motos y Actualización de Licencia";	11 de enero de 2022
27.		"Curso de Capacitación para personas operadoras de transporte público en los municipios de Colima,	

No.	DEPENDENCIA	CAMPAÑAS	FECHA EN QUE SE RECIBIERON
		Tecomán, Manzanillo y Villa de Álvarez”;	
28.		“Uso de transporte no motorizado en los municipios de Colima, Tecomán, Manzanillo y Villa de Álvarez”, y	
29.		“Operativos de supervisión en festividades en los municipios de Colima, Tecomán, Manzanillo y Villa de Álvarez”.	
30.	Secretaría de Trabajo, Previsión Social y Productividad del estado de Veracruz	“Programa Complementario Capacitación para la Empleabilidad”;	13 de enero de 2022
31.		“Cursos ICATVER”;	
32.		“Estrategia de Movilidad Laboral / Movilidad Laboral Interna de Jornaleros Agrícolas, Programa de Trabajadores Agrícolas Temporales México-Canadá / Mecanismo de Movilidad Laboral Sector Agrícola”;	
33.		“VALPAR”, y	
34.		“Vinculación Laboral: “Talleres par buscadores de empleo”.	
35.	Secretaría de Infraestructura, Comunicaciones y Transportes	“Caminos al AIFA”	19 de enero de 2022

Fundamentos para emitir el acuerdo:

<i>Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos</i>
35, fracción IX, párrafos 1º al 7º; 41, Base III, Apartados A, B y C, párrafo segundo; Base V, Apartado A, párrafos primero y segundo; 99 y 134, párrafos séptimo y octavo
<i>Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales</i>
1, párrafos 1 y 2; 2, párrafo 1, incisos b) y c); 29, párrafo 1; 30, párrafo 1, inciso i); 34, párrafo 1, inciso a); 35, párrafo 1; 44, párrafo 1, incisos n), aa) y jj); 160, párrafos 1 y 2; 162
<i>Ley General de Partidos Políticos</i>
Artículos 23, numeral 1, inciso d); 26, numeral 1, inciso a) y 49
<i>Ley General de Comunicación Social</i>
Artículos 3; 6 y 21

<i>Ley Federal de Revocación de Mandato</i>
Artículos 32 y 33, párrafos 5 y 6
<i>Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral</i>
Artículos 4, numeral 2 y 7, numeral 3
<i>Lineamientos para la organización de la Revocación de Mandato</i>
Artículos 32; 33; 34 y 35

En razón de los antecedentes, consideraciones y fundamentos señalados, el Consejo General del Instituto Nacional Electoral emite el siguiente:

A C U E R D O

PRIMERO.- Se responde a las consultas formuladas en materia de propaganda gubernamental relacionadas con lo dispuesto en el artículo 35, fracción IX, párrafo 7° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, para el proceso de Revocación de Mandato, 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 casos de emergencia, a que se refiere el artículo 35, fracción IX, párrafo 7° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 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 35, fracción IX, párrafo 7° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, a partir del cuatro de febrero y hasta el diez de abril de dos mil veintidós,

incluyendo las emisoras de radio y canales de televisión previstos en el Catálogo señalado en el Antecedente XIV del presente Acuerdo.

CUARTO.- Se establecen las excepciones siguientes a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental prevé el artículo 35, fracción IX, párrafo 7º 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	Campaña
1.	SENER	“Campaña: “Horario de Verano” Versión: Inicio Franja Fronteriza Norte. Versión: Inicio resto de la República.”
2.	INBAL	“Difusión de la Cultura y Patrimonio Artístico y Literario”
3.	Secretaría de Cultura	“Actividades y Servicios Culturales”
4.	CECUTT	“Promoción de Bienes y Servicios Culturales”
5.	INAH	“Difusión de la Cultura y del Patrimonio Antropológico e Histórico”
6.	SHCP	“Declaración Anual e Informativa”
7.	IPN	“Expoprofesiográfica 2022 Nivel Superior”
8.	CONAFOR	“Prevención y reporte de incendios forestales. Versiones 2022 A y B”
9.	ISSSTE	“Prevención de Obesidad. Versión 3x1”
10.	IMSS	“Consejos PREVENIMSS”; vigencia del 01 de enero al 01 de junio.
11.	Lotería Nacional	“Si juegas, gana México, versiones: 1) Historias, 2) Asistencia social”
12.	Lotería Nacional	“¡Alegría Lotería!, versiones: 1) Familia Lotería Nacional Fusionada, 2) Marcas de Lotería Nacional, 3) Premios y 4) venta en Línea”
13.	Lotería Nacional	“Marcas Deportivas, versiones: 1) Deportivas Lotería, y 2) Embajadores”
14.	Lotería Nacional	“Sorteos Especiales, versiones: 1) Gran Sorteo Especial, 2) Sorteos Tradicionales y 3) Pueblos Mágicos”
15.	Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia de Nuevo Laredo, Tamaulipas	“Aliméntate Bien”
16.	Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia de Nuevo Laredo, Tamaulipas	“Atención Psicológica DIF”
17.	Secretaría de Educación, Cultura y Deporte de Nuevo Laredo, Tamaulipas	“Convocatoria mensual para ingresar a la preparatoria abierta”

No.	Ente público	Campaña
18.	Dirección de Protección Civil y Bomberos de Nuevo Laredo, Tamaulipas	“Operativo Carrusel”
19.	Dirección de Protección Civil y Bomberos de Nuevo Laredo, Tamaulipas	“Operativo Apoyo Migrante”
20.	Dirección de Protección Civil y Bomberos de Nuevo Laredo, Tamaulipas	“Puestos de Hidratación”
21.	Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Tamaulipas	“Conoce TAM”
22.	Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Tamaulipas	“Aplicación Compra TAM”
23.	Secretaría de Salud del Gobierno del estado de Tamaulipas	“Línea de apoyo ante COVID-19”
24.	Secretaría de Salud del Gobierno del estado de Tamaulipas	“Protocolo de Playas ante pandemia por coronavirus”
25.	Protección Civil del Gobierno del estado de Tamaulipas	“Ángeles Azules”
26.	Secretaría de Seguridad del Gobierno del estado de Tamaulipas	“Línea de emergencia 911”
27.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Colima	“Difusión de los números de emergencia 089 y 911 y denuncia anónima a través de campañas preventivas”
28.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Colima	“Trámites en Línea”
29.	Coordinación General de Comunicación e Imagen del Gobierno del estado de Coahuila	“Tú eres parte”
30.	Coordinación General de Comunicación e Imagen del Gobierno del estado de Coahuila	“Salud, hazlo por ti”
31.	Secretaría de Turismo y la Coordinación General de Comunicación Social y Vocería, ambos del Gobierno del estado de Oaxaca	“Campaña de promoción turística del Estado de Oaxaca”
32.	Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno del estado de Oaxaca	“Campaña de vacunación COVID”
33.	Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno del estado de Oaxaca	“Campaña de promoción cultural de Oaxaca”
34.	Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno del estado de Oaxaca	“Protección Civil 2022”
35.	Secretaría de Desarrollo Social del Gobierno del estado de Aguascalientes	“Contigo Vamos”
36.	INALI	“Diversidad Lingüística. Versión Decenio Internacional de las Lenguas Indígenas”
37.	IPN	“35 Aniversario Radio IPN”
38.	Secretaría de Salud	“Promoción de la salud, versiones varias”
39.	CENSIA	“Promoción de la vacunación”
40.	CNTS	“Donación voluntaria y altruista de sangre”
41.	Secretaría de Infraestructura, Comunicaciones y Transportes	“Carretera Segura. Versiones: Automóviles, Autotransporte y Accidentes Autos”
42.	Ayuntamiento de Alvarado, Veracruz	“Pago del impuesto predial”
43.	Gobierno del estado de Chihuahua	“Trámites Vehiculares replaqueo 2022”
44.	Ayuntamiento de Manzanillo, Colima	“Carnaval Cultural Nuestras Raíces”

No.	Ente público	Campaña
45.	Ayuntamiento de Xicotepec, Puebla	“Desafío en las nubes ultra trail”
46.	Secretaría de Salud del Gobierno del estado de Tamaulipas	“Terapia pulmonar post COVID”
47.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	“Combate frontal contra la arbovirosis en el estado de Veracruz 2022”,
48.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	“Acciones para la prevención de Covid-19”
49.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	“Acciones de difusión para la prevención de enfermedades diarreicas agudas (edas) y hepatitis “a””,
50.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	“Campaña de difusión para la venta y el consumo de productos de la pesca”
51.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	“Salud del Migrante”
52.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	“Campaña de acciones preventivas para el agua de calidad y rescate de ríos y arroyos en el estado de Veracruz”
53.	Coordinación General de Comunicación Social y Secretaría de Turismo y Cultura, ambas del Gobierno del estado de Veracruz	“Salsa Fest 2022”
54.	Coordinación General de Comunicación Social y Secretaría de Turismo y Cultura, ambas del Gobierno del estado de Veracruz	“Cumbre Tajín 2022”
55.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	“Veracruz se antoja”,
56.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	“DeclaraVer”
57.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	“Tienda Hecho en Veracruz”
58.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	“Convocatoria Pública para otorgamiento de la marca de certificación “Hecho en Veracruz””
59.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	“Mercados de artesanías tradicionales y productos culinarios”
60.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	“Incendios forestales”
61.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	“Temporada de frentes fríos”
62.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	“Temporada de Suradas”
63.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	“Accidentes de Tránsito”
64.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	“Prevención de ahogamientos”
65.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	“Trabajo infantil y trabajo adolescente permitido”
66.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	“Expo Venta de Artesanías y Productos del Campo”
67.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	“Cultura de la ciberseguridad”

No.	Ente público	Campaña
68.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	"Convocatoria de Reclutamiento para Policía Estatal"
69.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	"Prevención de la extorsión telefónica"
70.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	"No te la juegues con las drogas"
71.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	"Recicla tu Navidad"
72.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	"Cortometraje Ambiental"
73.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	"Verificación Vehicular Obligatoria"
74.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	"Programa Vehicular 2022 con beneficios al contribuyente"
75.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	"Campaña de sensibilización a la violencia familiar"
76.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	"Prevención contra violencia de género"
77.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	"Tolerancia cero contra la discriminación hacia la niñez indígena de Veracruz"
78.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	"Prevención de Trata de Personas"
79.	Coordinación General de Comunicación e Imagen del Gobierno del estado de Coahuila	"Preinscripciones"
80.	Coordinación General de Comunicación e Imagen del Gobierno del estado de Coahuila	"A los cumplidos, Coahuila sí los premia"
81.	Coordinación General de Comunicación e Imagen del Gobierno del estado de Coahuila	"Regreso a clases seguros"
82.	Coordinación General de Comunicación e Imagen del Gobierno del estado de Coahuila	"Has turismo responsable"
83.	Instituto Estatal de Educación para Adultos de Oaxaca	"Difusión de productos comunicacionales para erradicar el analfabetismo; la inclusión de personas a la educación primaria y secundaria, así como su conclusión a través de programas, jornadas de exámenes y firmas de convenios"
84.	Coordinación General de Educación Media Superior y Superior, Ciencia y Tecnología / Dirección de Educación Superior, ambos del Gobierno del estado de Oaxaca	"3ra Exporienta Educativa Virtual 2022"
85.	Coordinación General de Comunicación Social del Ayuntamiento de Puebla, Puebla	"Medidas de prevención Popocatépetl"
86.	Coordinación General de Comunicación Social del Ayuntamiento de Puebla, Puebla	"Medidas preventivas COVID"
87.	Coordinación General de Comunicación Social del Ayuntamiento de Puebla, Puebla	"Plan General de Protección Civil"
88.	Coordinación General de Comunicación Social del Ayuntamiento de Puebla, Puebla	"Turismo en Semana Santa"
89.	Coordinación General de Comunicación Social del Ayuntamiento de Puebla, Puebla	"Pago Anual Anticipado 2022"

No.	Ente público	Campaña
90.	Secretaría de Educación, Cultura y Deporte del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Protege T"
91.	Secretaría de Educación, Cultura y Deporte del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Eliminación del rezago educativo, un camino rumbo a la excelencia"
92.	Dirección de Protección Civil y Bomberos del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Capacitación respuesta a emergencias (primeros auxilios, uso y manejo de extintores)"
93.	Dirección de Protección Civil y Bomberos del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Prevención de accidentes en el hogar"
94.	Dirección de Protección Civil y Bomberos del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Difusión del estado climatológico"
95.	Dirección de Protección Civil y Bomberos del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Activación del plan de contingencia en caso de ser necesario"
96.	Dirección de Protección Civil y Bomberos del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Inscripciones y actividades de la academia de protección civil y bomberos"
97.	Dirección de Protección Civil y Bomberos del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Prevención de Incendios"
98.	Dirección de Protección Civil y Bomberos del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Temporada de Casería"
99.	Secretaría de Bienestar Social del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Brigadas de Apoyo COVID-19"
100.	Secretaría de Bienestar Social del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Vacunación contra el Papiloma Humano"
101.	Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Consulta Médica y Dental; Salud integral de la Mujer"
102.	Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento de Izúcar de Matamoros, Puebla	"Medidas preventivas COVID-19"
103.	Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento de Izúcar de Matamoros, Puebla	"Prevención de Incendios de Pastizales"
104.	Ayuntamiento de Coatzacoalcos, Veracruz	"Esterilización de mascotas"
105.	Ayuntamiento de Coatzacoalcos, Veracruz	"Jornadas de vacunación y promoción de medidas sanitarias COVID-19"
106.	Ayuntamiento de Coatzacoalcos, Veracruz	"Todos contra la diabetes y la obesidad"
107.	Secretaría de Desarrollo Económico y Subsecretaría de Turismo del Gobierno del estado de Colima	"Campaña de promoción turística- Colima cerca de ti"
108.	Instituto Colimense de las Mujeres	"Conmemoración 8 de marzo, Día Internacional de las Mujeres, Convocatoria para entrega de reconocimiento "Mujeres Constructoras de Paz 2022: Epitacia Zamora Teodoro""
109.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Colima	"Convocatoria para el reclutamiento de aspirantes a policías estatales"
110.	Secretaría de Educación y Cultura del Gobierno del estado de Colima	"Cultura para sembrar la Paz y el Desarrollo"
111.	Instituto Colimense del Deporte (Incode)	"Deporte es salud"
112.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Colima	"No arriesgues tu vida y la de los demás"
113.	Secretaría de Educación y Cultura del Gobierno del estado de Colima,	"Proceso de inscripción al ciclo escolar 2022-2023"
114.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Colima	"Protección cerca de ti"

No.	Ente público	Campaña
115.	Secretaría de Salud del Gobierno del estado de Colima	“Salud por ti”
116.	Ayuntamiento de Tlaxicoyan, Veracruz	“Jueves de salud”
117.	Ayuntamiento de Tlaxicoyan, Veracruz	“Seguridad Pública, uso de cinturón, uso de casco, denuncia vía WhatsApp y acompañamiento policial”
118.	Ayuntamiento de Tlaxicoyan, Veracruz	“Recolección de basura y descacharrización”
119.	Presidencia Municipal del Ayuntamiento de Veracruz, Veracruz	“Carnaval de Veracruz 2022 el más alegre del mundo”
120.	Coordinación de Comunicación Social del Ayuntamiento de Veracruz, Veracruz	“Veracruz en prevención”
121.	Coordinación de Comunicación Social del Ayuntamiento de Veracruz, Veracruz	“Reconéctate con Veracruz”,
122.	Coordinación de Comunicación Social del Ayuntamiento de Veracruz, Veracruz	“Por la salud de todos”
123.	Ayuntamiento de Boca del Río, Veracruz	“Boca Prevenido”
124.	Ayuntamiento de Boca del Río, Veracruz	“Redescubre Boca del Río”
125.	Dirección de Fomento Educativo del Ayuntamiento de Papantla, Veracruz	“Capacitación a docentes en el diseño de estrategias para el desarrollo integral del alumno”
126.	Dirección de Fomento Educativo del Ayuntamiento de Papantla, Veracruz	“Conferencias de apoyo en el aspecto socioemocional a padres de familia”
127.	Dirección de Fomento Educativo del Ayuntamiento de Papantla, Veracruz	“Una escuela sin violencia”
128.	Ayuntamiento Municipal y Dirección de Salud Municipal, ambos del Ayuntamiento de Papantla, Veracruz	“Acciones de prevención de cáncer cervicouterino y mamario”
129.	Ayuntamiento Municipal y Dirección de Salud Municipal, ambos del Ayuntamiento de Papantla, Veracruz	“Prevención de Zoonosis”
130.	Ayuntamiento Municipal y Dirección de Salud Municipal, ambos del Ayuntamiento de Papantla, Veracruz	“Promoción y difusión de acciones de prevención ante la nueva oleada de COVID”,
131.	Unidad Municipal de Protección Civil del Ayuntamiento de Papantla, Veracruz	“Mochila de emergencia”
132.	Unidad Municipal de Protección Civil del Ayuntamiento de Papantla, Veracruz	“Feria Infantil”
133.	Unidad Municipal de Protección Civil del Ayuntamiento de Papantla, Veracruz	“Plan Familiar”
134.	Unidad Municipal de Protección Civil del Ayuntamiento de Papantla, Veracruz	“Un día con un bombero”
135.	Alcaldía Miguel Hidalgo de la Ciudad de México	“Escuela de Teatro, Miguel Hidalgo”
136.	Dirección Municipal de Protección Civil del Ayuntamiento de Zongolica, Veracruz	“Balnearios y ríos seguros”
137.	Dirección Municipal de Protección Civil del Ayuntamiento de Zongolica, Veracruz	“Operativo Vacacional de Semana Santa”
138.	Dirección Municipal de Protección Civil del Ayuntamiento de Zongolica, Veracruz	“Concientización sobre el distanciamiento social y medidas sanitarias por COVID”
139.	Dirección Municipal de Protección Civil del Ayuntamiento de Zongolica, Veracruz	“Prevención de incendios forestales y registro de quemadas agrícolas”

No.	Ente público	Campaña
140.	Ayuntamiento de Zongolica, Veracruz	"Concientización y prevención de accidentes de tránsito terrestre"
141.	Ayuntamiento de Zongolica, Veracruz	"Pago predial"
142.	Ayuntamiento de Ensenada, Baja California	"¡Ponte el cubrebocas!"
143.	Instituto Aguascalense de la Juventud	"Joven es Prevención"
144.	Instituto Aguascalense de la Juventud	"Distrito Artístico"
145.	Instituto Aguascalense de la Juventud	"Semana Cooltural"
146.	Instituto Aguascalense de la Juventud	"Campaña Inscripciones a Educación Básica"
147.	Gobierno del estado de Baja California Sur	"Semana Santa"
148.	Gobierno del estado de Baja California Sur	"Preinscripciones"
149.	Gobierno del estado de Baja California Sur	"COVID"
150.	Comisión de Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Aviso a la ciudadanía por falla en pozos"
151.	Secretaría de Desarrollo Social del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Concurso de oratoria"
152.	Departamento de Protección Civil del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Prevención de incendios por temporada"
153.	Secretaría del Ayuntamiento y Dirección General de Gobierno, ambos del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Servicio Nacional Militar"
154.	Instancia Municipal de Cultura del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Festival del Folklor Jesús María 2021"
155.	Instancia Municipal de Cultura del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Promoción de talleres de iniciación artística (guitarra acústica y eléctrica, danza, cartonería y música tradicional)"
156.	Instancia Municipal de la Juventud del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Asesoría psicológica"
157.	Instancia Municipal de la Juventud del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Gestiones de servicio social, prácticas profesionales y estadías"
158.	Instancia Municipal de la Juventud del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Programa psicoeducativo"
159.	Instancia Municipal de la Juventud del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Programa integral de recuperación de espacios públicos"
160.	Instancia Municipal de la Mujer del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Curso, actividades y talleres de computación / Mujeres retos y oportunidades en la red / Yo emprendo, mujer, por mí, por ellas"
161.	Instancia Municipal de la Mujer del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Programas educativos, cursos, talleres y conferencias. Temas: violencia en el noviazgo, autoestima, autocuidado y tipos de violencia"
162.	Instancia Municipal de la Mujer del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Campaña de difusión- Mujer no estás sola"
163.	Instancia Municipal de la Mujer del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Asesoría jurídica, así como atención, prevención y erradicación de la violencia contra las mujeres"
164.	Instancia Municipal de Salud Pública del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Campaña de esterilización y vacunación canina y felina 2022"
165.	Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Inscripciones de academias deportivas"

No.	Ente público	Campaña
166.	Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Torneo de fútbol 7 de bardas, categoría libre, femenil, juvenil e infantil, toros bravos unidad deportiva "Luis Donald Colosio"
167.	Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Capacitación a instructores deportivos"
168.	Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Deporte Urbano en tu Comunidad, Activación Física y Juegos Tradicionales"
169.	Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Eliminatorias municipales OlimpiAgs"
170.	Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Visorias Selectivos Municipales"
171.	Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Torneo de voleibol para servidores públicos"
172.	Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Torneo de basquetbol categoría tercera fuerza y primera fuerza, toros bravos y xonacatique"
173.	Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Torneo de voleibol categoría femenil y mixto, toros bravos"
174.	Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Torneo de beisbol categoría femenil y varonil, toros bravos"
175.	Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Torneo de fútbol 7 de bardas, categoría libre, femenil, juvenil e infantil, acuarama toros bravos"
176.	Secretaría de Medio Ambiente y Sustentabilidad del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Cursos, talleres y conferencias de educación ambiental"
177.	Presidencia Municipal del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Concurso (demostración) de Escoltas Municipal"
178.	Presidencia Municipal del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Concurso Pinta tu Bandera"
179.	Seguridad Pública y Vialidad del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Prevención del delito"
180.	Instituto Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Ponte en Marcha"
181.	Secretaría de Desarrollo Económico y del Empleo, y Dirección de Empleo y Productividad, ambas del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Reunión de vinculación"
182.	Secretaría de Desarrollo Económico y del Empleo, y Dirección de Empleo y Productividad, ambas del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Mujeres Poderosas (Taller de ventas)"
183.	Secretaría de Desarrollo Económico y del Empleo y Dirección de Desarrollo Agropecuario, ambas del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Trato Justo"
184.	Secretaría de Desarrollo Económico y del Empleo y la Coordinación de Turismo y Comercio, ambas del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Hecho con Amor"
185.	Secretaría de Desarrollo Social del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Torneo de futbol"
186.	Coordinación General de Turismo del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Cabalgata 2022"
187.	Secretaría de Participación Ciudadana del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Señorita Fiestas de Aniversario 2022"

No.	Ente público	Campaña
188.	Secretaría de Participación Ciudadana del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Cabildo Infantil"
189.	Secretaría de Desarrollo Social y Parque Temático "La Ciudad de las Familias, ambas del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Mi Bandera y Yo (Mejor Dibujo y Pensamiento)"
190.	Secretaría de Desarrollo Social del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Lenguaje de Señas"
191.	Secretaría Particular y Coordinación de Relaciones Públicas, ambas del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Festejo del Aniversario de la Fundación de Reynosa, Tamaulipas"
192.	Secretaría de Desarrollo Social del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Semana Verde"
193.	Secretaría de Desarrollo Social y Parque Temático "La Ciudad de las Familias, ambas del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Cuidando nuestro planeta (Día Internacional de la Tierra)"
194.	Departamento de Promoción y Vinculación Educativa del Ayuntamiento de Guadalupe, Zacatecas	"Registro de preinscripciones de febrero"
195.	Ayuntamiento de Calera de Víctor Rosales, Zacatecas	"Talleres de Autoempleo"
196.	Ayuntamiento de Calera de Víctor Rosales, Zacatecas	"Semana de actividades culturales"

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 pueda incidir de manera positiva o negativa en el resultado de la Jornada de votación, 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 incidir de manera positiva o negativa en el resultado de la Jornada de votación.

- 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 35, fracción IX, párrafo 7º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos deberá hacerse durante el periodo que sea estrictamente indispensable para cumplir con sus objetivos.

SEXTO.- Se consideran improcedentes para difundirse a partir del cuatro de febrero y hasta el diez de abril de dos mil veintidós las siguientes campañas:

No.	Ente público	Campaña
1.	Secretaría de Educación del Gobierno del estado de Tamaulipas	“Clases en el Hogar”
2.	Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Tamaulipas	“Página de internet www.visitatam.com ”
3.	Secretaría de Desarrollo Social del Gobierno del estado de Aguascalientes	“De la Mano Contigo, vertiente Certificado de Asistencia Funeraria”
4.	Secretaría de Desarrollo Social del Gobierno del estado de Aguascalientes	“De la Mano Contigo, vertiente Comedores Contigo”
5.	Secretaría de Desarrollo Social del Gobierno del estado de Aguascalientes	“En acción contigo”

No.	Ente público	Campaña
6.	Secretaría de Desarrollo Social del Gobierno del estado de Aguascalientes	“Contigo Podemos, vertiente Huertos Contigo”
7.	Secretaría de Desarrollo Social del Gobierno del estado de Aguascalientes	“Gobernador Contigo, vertiente Gestión Social”
8.	Instituto de Educación de Aguascalientes	“Programa de Apoyo a la Gestión Escolar”
9.	Instituto de Educación de Aguascalientes	“Universitario al 100”
10.	Instituto de Educación de Aguascalientes	“Tutor al 100”
11.	Instituto de Educación de Aguascalientes	“Creciendo Juntos”
12.	Instituto de Educación de Aguascalientes	“Que nadie se vaya de la educación”
13.	Instituto de Educación de Aguascalientes	“Programa uniformes escolares del Instituto de Educación de Aguascalientes”
14.	Instituto de Educación de Aguascalientes	“Apoyo a la Permanencia”
15.	Instituto de Educación de Aguascalientes	“Movilidad Académica en el Extranjero”
16.	Infonavit	“Para lo que suena difícil, Infonavit Fácil”
17.	Infonavit	“Infonavit, de los trabajadores para los trabajadores”
18.	CFE	“Reforma Eléctrica”
19.	Gobierno del estado de Zacatecas	“Servicios Educativos / Servicios de Salud / Necesarias para la protección civil en casos de emergencia”
20.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	“Emojinómetro Abril consciente”
21.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	“Hazlo en casa, con la agenda 2030”
22.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	“Mujeres rodando”
23.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	“Pago Anual Anticipado 2022”
24.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	Mesa de diálogo, “Aportes y retos de las mujeres en la administración pública”
25.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	Mesa de diálogo “#AmorAVeracruz”
26.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	“Programa: Jornadas de consumo solidario”
27.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	“Convocatoria: café Veracruz recuperando nuestro orgullo cafetalero”
28.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	“Campaña de Acopio de Residuos de Manejo Especial”
29.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Veracruz	“Orgullo Veracruzano”
30.	Secretaría de Educación, Cultura y Deporte del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	“Beca Educativa, NUEVA ERA”
31.	Dirección de Protección Civil y Bomberos del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	“Operativo Semana Santa”
32.	Comisión Municipal de Agua Potable y Alcantarillado del Ayuntamiento de Nuevo Laredo	“De Corazón, Cuido el Agua”
33.	Comisión Municipal de Agua Potable y Alcantarillado del Ayuntamiento de Nuevo Laredo	“Atención de Reportes de Agua, Drenaje y Trabajos de Mantenimiento o Reparación”

No.	Ente público	Campaña
34.	Secretaría de Bienestar Social del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Salud en tu Hogar"
35.	Secretaría de Bienestar Social del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Brigada Médico Asistencial"
36.	Secretaría de Bienestar Social del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Brigada de Salud Animal"
37.	Secretaría de Bienestar Social del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Farmacias Municipales UNE"
38.	Secretaría de Bienestar Social del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Clínicas de Salud UNE"
39.	Secretaría de Bienestar Social del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Atención Médica Jubilados y Pensionados y Empleados Municipales"
40.	Instituto Colimense de las Mujeres	"En el ICM ¡Estamos a tu servicio!"
41.	Dirección de Fomento Educativo del Ayuntamiento de Papantla, Veracruz	"Una escuela completamente tuya"
42.	Ayuntamiento Municipal y Dirección de Salud Municipal, ambos del Ayuntamiento de Papantla, Veracruz	"Jornada Nacional de Salud Pública"
43.	Ayuntamiento Municipal y Dirección de Salud Municipal, ambos del Ayuntamiento de Papantla, Veracruz	"Programa de enfermedades transmitidas por vector"
44.	Ayuntamiento Municipal y Dirección de Salud Municipal, ambos del Ayuntamiento de Papantla, Veracruz	"Programa de prevención de muerte materna y muerte perinatal"
45.	Alcaldía Miguel Hidalgo de la Ciudad de México	"Brigadas comunitarias de Protección Civil"
46.	Alcaldía Miguel Hidalgo de la Ciudad de México	"Campaña de fomento al turismo en Semana Santa en Miguel Hidalgo (posible nombre, "CAELE A MH)"
47.	Alcaldía Miguel Hidalgo de la Ciudad de México	"Prevención COVID-19",
48.	Alcaldía Miguel Hidalgo de la Ciudad de México	"Prevención de incendios de pastizales"
49.	Alcaldía Miguel Hidalgo de la Ciudad de México	"Protégete de las lluvias"
50.	DIF Municipal y Ayuntamiento de Zongolica, Veracruz	"Programa de desayunos escolares fríos y calientes y 1000 días de vida"
51.	Ayuntamiento de Ensenada, Baja California	"Paga primero, ahorra dinero"
52.	Ayuntamiento de Ensenada, Baja California	"Presidente en línea"
53.	Secretaría de Desarrollo Social del Gobierno del estado de Aguascalientes	"Contigo Podemos, vertiente ayuda económica temporal en apoyo a la economía familiar"
54.	Secretaría de Desarrollo Social del Gobierno del estado de Aguascalientes	"Educación Contigo, vertiente Becas Contigo"
55.	Secretaría de Desarrollo Social del Gobierno del estado de Aguascalientes	"Gobernador Contigo, vertiente intervenciones Gobernador Contigo"
56.	Secretaría de Desarrollo Social del Gobierno del estado de Aguascalientes	"Contigo Podemos, vertiente Emprendo Contigo"
57.	Sistema de Financiamiento de Aguascalientes	"Reglas de Operación del Programa para Unidades de Negocios Tradicionales del Estado de Aguascalientes",
58.	Sistema de Financiamiento de Aguascalientes	"Reglas de Operación de los Programas de Crédito del Sistema de Financiamiento de Aguascalientes"

No.	Ente público	Campaña
59.	Instituto Aguascalense de la Juventud	"Consejo Estatal para la Juventud y Comité Consultivo para la Juventud de Aguascalientes"
60.	Instituto Aguascalense de la Juventud	"Emprende Joven al 100"
61.	Instituto Aguascalense de la Juventud	"Estrechando Lazos"
62.	Instituto Aguascalense de la Juventud	"Jóvenes al servicio de Aguascalientes"
63.	Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del Gobierno del estado de Aguascalientes	"Programa Transporta"
64.	Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del Gobierno del estado de Aguascalientes	"Entrega de Apoyos Directos a la Población Vulnerable"
65.	Dirección de Seguridad Ciudadana y Movilidad del Ayuntamiento de Tlaxcala, Tlaxcala	"Acercamiento con Instituciones Educativas"
66.	Dirección de Seguridad Ciudadana y Movilidad del Ayuntamiento de Tlaxcala, Tlaxcala	"Grupos de MUCPAZ"
67.	Dirección de Seguridad Ciudadana y Movilidad del Ayuntamiento de Tlaxcala, Tlaxcala	"Trabajo coordinado con Presidentes de Comunidad"
68.	Dirección de Seguridad Ciudadana y Movilidad del Ayuntamiento de Tlaxcala, Tlaxcala	"Conformación de Comités de Vecino Vigilante"
69.	Comisión de Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Cultura del agua"
70.	Secretaría de Desarrollo Social del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Consejo de Participación Social en la Educación"
71.	Secretaría de Desarrollo Social del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Demostración de Ciencia y Tecnología"
72.	Secretaría de Desarrollo Social del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Demostración de Escolta de Bandera"
73.	Secretaría de Desarrollo Social del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Modelo de Ecosistema de Bienestar Congregación Mariana Trinitaria"
74.	Secretaría de Desarrollo Social del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Subsidio para la adquisición de calentadores solares"
75.	Sistema Municipal para el Desarrollo Integral de la Familia del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Asistencia social alimentaria"
76.	Sistema Municipal para el Desarrollo Integral de la Familia del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Talleres"
77.	Secretaría de Desarrollo Social del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Demostración de Rondas Infantiles"
78.	Instancia Municipal de la Juventud del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Expo-Universidades 2022"
79.	Instancia Municipal de Salud Pública del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Prevención, cuidados y vacunación ante COVID-19 y otras enfermedades"
80.	Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Eliminatorias municipales Copa Gobernador"
81.	Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Ligas Deportivas Escolares Municipales"
82.	Departamento de Gestión Social del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Entrega de Despensas"
83.	Departamento de Gestión Social del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Entrega de apoyos económicos"

No.	Ente público	Campaña
84.	Presidencia Municipal del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Programa de lunes con tu Alcalde”
85.	Presidencia Municipal del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Programa de miércoles ciudadano”
86.	Presidencia Municipal del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Presidente en tu escuela”
87.	Secretaría de Desarrollo Social y Dirección de Salud y Grupos Vulnerables, ambas del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	“Brigada de salud para el adulto mayor”
88.	Secretaría de Desarrollo Social y Dirección de Salud y Grupos Vulnerables, ambas del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	“Grupos vulnerables”
89.	Secretaría de Desarrollo Social y Dirección de Educación, ambas del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	“Programa Municipal de Desarrollo Social en Becas Escolares 2022”,
90.	Secretaría de Desarrollo Económico y del Empleo, y Dirección de Empleo y Productividad, ambas del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	“Feria del Autotransporte de Carga”
91.	Secretaría de Finanzas y Tesorería y Dirección de Predial y Catastro, ambas del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	“Condonación de recargos, derechos e impuestos a contribuyentes”
92.	Secretaría de Finanzas y Tesorería y Dirección de Predial y Catastro, ambas del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	“15% de descuento en impuesto predial 2022”
93.	Secretaría de Finanzas y Tesorería y Dirección de Predial y Catastro, ambas del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	“8% de descuento en impuesto predial 2022”
94.	Instituto Reynosense para la Cultura y las Artes	“Eventos Culturales Reynosa 2022”
95.	Secretaría de Participación Ciudadana y Dirección de Audiencias Públicas, ambas del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	“Audiencias Públicas”
96.	Secretaría de Desarrollo Social y Dirección de Enlace Social, ambas del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	“Entrega de Apoyo Alimenticio para los Comités Municipales de Bienestar Social”
97.	Secretaría de Desarrollo Económico y del Empleo, y Dirección de Desarrollo Agropecuario, ambas del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	“Mercado Campesino”
98.	Secretaría de Desarrollo Social y Parque Temático “La Ciudad de las Familias, ambas del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	“Reforzando Lazos Familiares (Convivencia Familiar)”
99.	Secretaría de Desarrollo Social y Dirección de Enlace Social, ambas del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	“Club de Abuelitos de SEDESOL”
100.	Secretaría de Desarrollo Social y Dirección de Enlace Social del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	“Apoyos pedagógicos, talleres de aprendizaje, costura, belleza y cocina”
101.	Secretaría de Desarrollo Social y Dirección de Enlace Social, ambas del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	“Bazar Primavera”

No.	Ente público	Campaña
102.	Secretaría de Desarrollo Social y Dirección de Desarrollo Rural, ambas del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	“Brigadas Rurales 2022”
103.	Coordinación General de Turismo del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	“Tradicional Abrazo entre Alcaldes”
104.	Secretaría de Participación Ciudadana del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	“Medalla al Mérito Ciudadano, Ing. Marte R. Gómez 2022”
105.	Secretaría de Desarrollo Social y Dirección de Atención a la Juventud, ambas del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	“Giveaway, Cena y Rosas”
106.	Secretaría de Desarrollo Social y Parque Temático “La Ciudad de las Familias, ambas del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	“Cumpleaños del mes”
107.	Secretaría de Desarrollo Social y Dirección de Educación, ambas del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	“Abanderamiento de Instituciones Educativas”
108.	Secretaría de Desarrollo Social y Dirección de Educación, ambas del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	“Concurso de Bandas de Guerra”
109.	Secretaría de Desarrollo Social y Dirección de Educación, ambas del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	“Exhibición de Escoltas”
110.	Subdirección de Salud Pública del Ayuntamiento de Guadalupe, Zacatecas	“Respirando vida”
111.	Subdirección de Salud Pública del Ayuntamiento de Guadalupe, Zacatecas	“Aula Segura”
112.	Subdirección de Salud Pública del Ayuntamiento de Guadalupe, Zacatecas	“Entre todos nos movemos”
113.	Subdirección de Salud Pública del Ayuntamiento de Guadalupe, Zacatecas	“Convenios”
114.	Subdirección de Salud Pública del Ayuntamiento de Guadalupe, Zacatecas	“Guadalupe Solidario”
115.	Ayuntamiento de Calera de Víctor Rosales, Zacatecas	“Contigo y tu predial ganamos todos”
116.	Ayuntamiento de Calera de Víctor Rosales, Zacatecas	“Aprende un segundo idioma”
117.	Ayuntamiento de Calera de Víctor Rosales, Zacatecas	“Taller de terapia ocupacional”
118.	Ayuntamiento de Calera de Víctor Rosales, Zacatecas	“Apertura de programa concurrencia”
119.	Ayuntamiento de Calera de Víctor Rosales, Zacatecas	“Cultivando el hábito de denuncia. Te escuchamos y te atendemos”
120.	Ayuntamiento de Calera de Víctor Rosales, Zacatecas	“Aniversario del municipio”
121.	Ayuntamiento de Calera de Víctor Rosales, Zacatecas	“Ceremonia de matrimonios colectivos”
122.	Ayuntamiento de Calera de Víctor Rosales, Zacatecas	“Desfile día de la bandera”
123.	Ayuntamiento de Calera de Víctor Rosales, Zacatecas	“Expo militar gran fuerza aérea de México”

No.	Ente público	Campaña
124.	Ayuntamiento de Calera de Víctor Rosales, Zacatecas	“Convocatoria a concurso de mejor elaboración de pasteles”
125.	Ayuntamiento de Calera de Víctor Rosales, Zacatecas	“1er expo. Artesanal Calera 2022”
126.	Ayuntamiento de Calera de Víctor Rosales, Zacatecas	“Concurso de bandas de guerra y escoltas”
127.	Ayuntamiento de Calera de Víctor Rosales, Zacatecas	“Convocatoria a concurso de fotografía”
128.	Ayuntamiento de Calera de Víctor Rosales, Zacatecas	“Convocatoria para transporte estudiantil”
129.	Ayuntamiento de Calera de Víctor Rosales, Zacatecas	“Campaña de reforestación municipal”
130.	Ayuntamiento de Calera de Víctor Rosales, Zacatecas	“Esterilización de mascotas”

SÉPTIMO.- Aún sin mediar la solicitud prevista en el INE/CG1717/2021, 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.

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

NOVENO.- Durante la emisión radiofónica denominada “La Hora Nacional” deberá suprimirse toda alusión a propaganda de poderes públicos o de cualquier ente público durante el tiempo que comprende el periodo de difusión del proceso de Revocación de Mandato, desde la emisión de la convocatoria y hasta la conclusión de la Jornada de votación. 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.

DÉCIMO.- 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 incidir de manera positiva o negativa en el resultado de la Jornada de votación. 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 PRIMERO.- El presente Acuerdo entrará en vigor a partir del cuatro de febrero y concluirá su vigencia al día siguiente de la Jornada de votación del proceso de Revocación de Mandato.

DÉCIMO SEGUNDO.- 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 de garantizar los servidores públicos, poderes estatales, municipios y cualquier otro ente público.

DÉCIMO TERCERO.- 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; al Infonavit y, con auxilio de las Juntas Locales respectivas, a los gobiernos estatales y por su conducto a los gobiernos municipales y a los solicitantes, lo cual se les hará saber a los Vocales Ejecutivos a través del SAI.

DÉCIMO CUARTO.- Se desechan por extemporáneas las solicitudes detalladas en considerando 75 del presente instrumento. Además, 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 QUINTO.- Se instruye al Secretario Ejecutivo para que, una vez finalizada la Jornada de votación, rinda un informe sobre el número de solicitudes desechadas por extemporaneidad, adicionales a las señaladas en el presente Acuerdo.

DÉCIMO SEXTO.- 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 sesión extraordinaria del Consejo General celebrada el 26 de enero de 2022, por votación unánime de las y 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.

**EL CONSEJERO PRESIDENTE DEL
CONSEJO GENERAL**

**EL SECRETARIO DEL
CONSEJO GENERAL**

**DR. LORENZO CÓRDOVA
VIANELLO**

**LIC. EDMUNDO JACOBO
MOLINA**