

## INE/CG170/2025

**ACUERDO DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL, MEDIANTE EL CUAL SE RESPONDE A LAS CONSULTAS PRESENTADAS CON MOTIVO DEL DIVERSO INE/CG559/2023 RELACIONADAS CON LAS EXCEPCIONES PARA LA DIFUSIÓN DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL PARA LOS PERIODOS DE CAMPAÑA, REFLEXIÓN Y JORNADA ELECTORAL DEL PROCESO ELECTORAL LOCAL 2024-2025, EN EL ESTADO DE VERACRUZ**

### G L O S A R I O

<b>Consejo General</b>	Consejo General del Instituto Nacional Electoral
<b>CPEUM/Constitución</b>	Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
<b>CRT/Comité</b>	Comité de Radio y Televisión del Instituto Nacional Electoral
<b>DEPPP</b>	Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos
<b>DOF</b>	Diario Oficial de la Federación
<b>LGCS</b>	Ley General de Comunicación Social (publicada en el DOF el 1 de abril de 2024)
<b>LGIPE</b>	Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (publicada en el DOF el 2 de marzo de 2023)
<b>LGPP</b>	Ley General de Partidos Políticos (publicada en el DOF el 2 de marzo de 2023)
<b>OPLE</b>	Organismo Público Local Electoral
<b>PEF</b>	Proceso Electoral Federal
<b>PEL</b>	Proceso Electoral Local
<b>RRTME</b>	Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral

<b>Sala Superior</b>	Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación
<b>TEPJF</b>	Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación

## A N T E C E D E N T E S

- I. Criterios, plazo de presentación de solicitudes y formulario.** El cinco de octubre de dos mil veintitrés, en sesión extraordinaria del Consejo General, se aprobó el *“Acuerdo [...] mediante el cual se modifican los plazos para la presentación de solicitudes de la propaganda gubernamental a que se refiere el artículo 41, Base III, Apartado C de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, así como el formulario que las acompaña, establecido en los diversos INE/CG003/2017, INE/CG352/2021 e INE/CG1717/2021”*, identificado con la clave INE/CG559/2023.

De conformidad con lo establecido en el Considerando 39 de dicho Acuerdo, este órgano colegiado acordó que, *“aún sin mediar la solicitud a que se refieren los considerandos previos, la difusión de la 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, a las normas reglamentarias que para cada proceso electoral o ejercicio de participación ciudadana emita este Consejo General.”*, de lo contrario podrán ser sujetos de sanción bajo las normas establecidas en el Libro Octavo de la LGIPE.

- II. Aprobación de los Calendarios y Plan Integral de los PEL 2024-2025.** El veintiséis de septiembre de dos mil veinticuatro, en sesión ordinaria, el Consejo General emitió el *“Acuerdo [...] relativo al Plan Integral y los Calendarios de coordinación de los Procesos Electorales Locales 2024-2025, en los estados de Durango y Veracruz”*, identificado con la clave INE/CG2244/2024.
- III. Aprobación del Plan integral y calendario de actividades para el PEL 2024-2025 en Veracruz.** El seis de noviembre de dos mil veinticuatro, en sesión extraordinaria, el Consejo General del Organismo Público Local Electoral del estado de Veracruz emitió el Acuerdo OPLEV/CG/223/2024, mediante el cual aprobó el Plan y calendario integral para el Proceso

Electoral Local 2024-2025, en el que se renovarán a las personas integrantes de los doscientos doce ayuntamientos.

- IV. Inicio del PEL 2024-2025 en Veracruz.** Con la sesión solemne del Consejo General del Organismo Público Local Electoral del Estado de Veracruz, celebrada el siete de noviembre de dos mil veinticuatro, dio inicio formalmente el PEL 2024-2025.
- V. Catálogo Nacional de Emisoras 2025.** El veintiséis de noviembre de dos mil veinticuatro, el Comité aprobó el *“Acuerdo [...] por el que se declara la vigencia del marco geográfico electoral relativo a los mapas de cobertura y se aprueba el Catálogo Nacional de estaciones de radio y canales de televisión que participarán en la cobertura de los Procesos Electorales Locales 2024-2025, así como del período ordinario durante 2025”*, identificado con la clave INE/ACRT/40/2024.
- VI. Publicación del Catálogo Nacional de Emisoras 2025.** El veintisiete de noviembre de dos mil veinticuatro, en sesión extraordinaria, el Consejo General emitió el *“Acuerdo [...] por el que se ordena la publicación del Catálogo Nacional de Estaciones de Radio y Canales de Televisión que participarán en la cobertura de los procesos electorales locales 2024-2025, así como el período ordinario durante 2025”*, identificado con la clave INE/CG2393/2024.
- VII. Solicitudes de diversas dependencias de la Administración Pública Federal, del Estado y Municipios.** Conforme al punto de acuerdo SEGUNDO, en relación con los puntos considerativos 31 al 36 del Acuerdo INE/CG559/2023, las solicitudes sobre la difusión de propaganda gubernamental a que se refiere el artículo 41, Base III, apartado C de la CPEUM, se hicieron llegar a este Instituto mediante el formulario electrónico que fue aprobado en el acuerdo en cita. En total se recibieron, dentro del plazo, 121 formularios<sup>1</sup> que remitieron un total de 12 entes gubernamentales conforme a lo siguiente:

### **Campañas por ente gubernamental de nivel federal**

1. Comisión Nacional del Agua.

---

<sup>1</sup> En 3 casos se advirtió que podría ser un formulario duplicado como se detalla más adelante.

Núm	Nombre de la campaña	Fecha de presentación
1.	Temporada de lluvias y ciclones 2025.	17/01/2025
2.	Hoy el Agua nos une, versión 1	04/02/2025

## 2. Comisión Nacional Forestal.

Núm	Nombre de la campaña	Fecha de presentación
3.	Prevención y reporte de Incendios Forestales versiones 2025 A y 2025 B.	20/01/2025

## 3. Secretaría de las Mujeres.

Núm	Nombre de la campaña	Fecha de presentación
4.	Es tiempo de mujeres versión 1	06/02/2025

## **Campañas por ente gubernamental de la entidad federativa y sus municipios**

### **Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de Veracruz.**

#### 4. Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de Veracruz.

Núm.	Nombre de la campaña	Fecha de presentación
5.	Promoción y Difusión ARSPS.	07/02/2025
6.	Campaña Incendios Forestales.	07/02/2025
7.	Limpia tu playa.	07/02/2025
8.	Marca Hecho en Veracruz.	07/02/2025
9.	Campaña de protección y conservación de la tortuga marina en el Centro Veracruzano de Investigación y Conservación de la Tortuga Marina.	07/02/2025
10.	Festival de las 13 Culturas.	07/02/2025
11.	Prevención y control de enfermedades clínicas y subclínicas en el estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.	07/02/2025
12.	"Rumbo a los 100 años"	07/02/2025

Núm.	Nombre de la campaña	Fecha de presentación
13.	Veracruz Sin Tortura.	07/02/2025
14.	Este 2025 ¡Regularízate!	
15.	Declaración de Situación Patrimonial y de Intereses de Modificación.	07/02/2025
16.	Campaña para el mejoramiento de la percepción de la SSP de Veracruz, en la ciudadanía.	07/02/2025

### **Ayuntamiento de Alvarado, Veracruz.**

#### **5. Ayuntamiento de Alvarado, Veracruz**

Núm.	Nombre de la campaña	Fecha de presentación
17.	Arroz a la tumbada más grande del mundo 2025. <sup>2</sup>	05/02/2025 y 06/02/2025
18.	Festividad del día las madres Alvarado y Antón Lizardo. <sup>3</sup>	05/02/2025 y 06/02/2025
19.	Operativo Semana Santa 2025.	06/02/2025
20.	Festividad del día de la marina.	06/02/2025
21.	Festividad del día del maestro.	06/02/2025
22.	Festividad del día del niño.	06/02/2025
23.	Carnaval "Feria de la PESCA 2025".	06/02/2025
24.	Cruces de mayo 2025-Tradición que nos identifica. <sup>4</sup>	05/02/2025 y 06/02/2025

### **Ayuntamiento de Córdoba, Veracruz.**

#### **6. Ayuntamiento de Córdoba, Veracruz**

<sup>2</sup> El formulario se presentó 2 veces en términos sustancialmente iguales, por lo que solo se estudia una vez.

<sup>3</sup> El formulario se presentó 2 veces en términos sustancialmente iguales, por lo que solo se estudia una vez.

<sup>4</sup> El formulario se presentó 2 veces en términos sustancialmente iguales, por lo que solo se estudia una vez.

Núm.	Nombre de la campaña	Fecha de presentación
25.	Concurso de Oratoria Nivel Preparatoria 2025.	07/01/2025
26.	Torneo de Videojuegos de la Juventud.	10/01/2025
27.	Curso para Jóvenes Emprendedores.	13/01/2025
28.	Concurso de oratoria de la juventud nivel secundaria.	13/01/2025
29.	Evento artístico juvenil.	13/01/2025
30.	Brigada médica por el día de las madres.	17/01/2025
31.	Campaña de lentes.	17/01/2025
32.	Cortes de cabello gratuito para madres de familia y padres de familia.	17/01/2025
33.	Convocatoria campaña de herramientas para el campo con subsidio.	17/01/2025
34.	Renacimiento educativo en la zona rural.	17/01/2025
35.	Estímulos a la educación básica de becas del ramo 033.	17/01/2025
36.	Actos cívicos municipales.	17/01/2025
37.	Feria del libro Córdoba 2025.	17/01/2025
38.	Torneo municipal de ajedrez.	17/01/2025
39.	Curso de manualidades para celebrar el día de las madres.	27/01/2025
40.	Charlas sobre el cuidado del agua y el medio ambiente, apoyados por hidrosistema de Córdoba.	27/01/2025
41.	Invitación al evento rondallas de la ciudad infantil.	27/01/2025
42.	Homenaje a las madres, talentos de Córdoba recital.	27/01/2025
43.	Tardes culturales de danzón.	27/01/2025
44.	Evento deportivo por el día del niño.	27/01/2025
45.	Eventos deportivos en el marco de la feria de Córdoba.	27/01/2025

<b>Núm.</b>	<b>Nombre de la campaña</b>	<b>Fecha de presentación</b>
46.	Aniversario de la fundación de Córdoba.	27/01/2025
47.	Campaña promocional de turismo feria de Córdoba renace la alegría.	27/01/2025
48.	Campaña permanente difusión Córdoba pueblo mágico.	27/01/2025
49.	Campaña permanente de difusión turística, recorridos a lugares históricos, turísticos, museos y fincas.	27/01/2025
50.	Participación de Córdoba en taza de excelencia 2025.	27/01/2025
51.	Difusión de la feria renace la alegría 2025.	27/01/2025
52.	Festival día de las madres para las madres trabajadoras del Ayuntamiento de Córdoba.	28/01/2025
53.	Inspecciones domiciliarias.	05/02/2025
54.	Trabajos con retroexcavadora.	05/02/2025
55.	Designación de jefas y jefes de manzana.	05/02/2025
56.	Apoyos velatorios.	05/02/2025
57.	Apoyos en situaciones de riesgo.	05/02/2025
58.	Recepción de solicitudes de apoyos y visitas de verificación.	05/02/2025
59.	Enlace con programas de bienestar social.	05/02/2025
60.	Campañas de esterilización canina y felina a bajo costo.	05/02/2025
61.	Campañas de adopción animales del centro de bienestar animal.	05/02/2025
62.	Actividades en centros comunitarios de Córdoba.	05/02/2025
63.	Campañas de vacunación y jornadas de salud itinerantes.	07/02/2025

Núm.	Nombre de la campaña	Fecha de presentación
64.	Pláticas en escuelas sobre nutrición, exploraciones de pie plano y detección temprana de autismo.	07/02/2025
65.	Campañas de salud mental en secundarias.	07/02/2025
66.	Salida de transporte de juegos estatales PARACONADE a representantes de Córdoba.	27/01/2025
67.	Convocatoria campaña dental por el día del padre.	17/01/2025
68.	Mi historia sobre Córdoba.	27/01/2025
69.	Integración de Comités de Contraloría Social.	05/02/2025

### **Ayuntamiento Martínez de la Torre, Veracruz.**

#### **7. Ayuntamiento de Martínez de la Torre, Veracruz**

Núm.	Nombre de la campaña	Fecha de presentación
70.	Jornadas de Salud	07/02/2025

### **Ayuntamiento Minatitlán, Veracruz.**

#### **8. Ayuntamiento de Minatitlán, Veracruz**

Núm.	Nombre de la campaña	Fecha de presentación
71.	Campaña de difusión de La Feria del Dulce.	07/02/2025
72.	Campaña de difusión del Día de la Danza.	07/02/2025
73.	Campaña de difusión del evento Mina Fest 2025.	07/02/2025
74.	Campaña de difusión del Día del Maestro.	07/02/2025
75.	Proceso Electoral Local 2024-2025.	07/02/2025

## **Ayuntamiento Soconusco, Veracruz.**

### **9. Ayuntamiento de Soconusco, Veracruz**

<b>Núm.</b>	<b>Nombre de la campaña</b>	<b>Fecha de presentación</b>
76.	Invitación a la presentación de candidatos de la feria cultural de la sal Soconusco 2025.	07/02/2025
77.	Invitación al paseo de Carros Alegóricos Culturales de la Feria de la Sal 2025.	07/02/2025
78.	Invitación a la Elección de los Reyes de la Sal SOCONUSCO 2025	07/02/2025
79.	Invitación Baile de Coronación, Pabellón Cultural y Cabalgata de la Sal.	07/02/2025
80.	Preventivo Feria Cultural de la Sal Soconusco 2024.	07/02/2025
81.	Convocatoria Participantes Feria Cultural de la Sal Soconusco 2025.	07/02/2025

## **Ayuntamiento Tlaxicoyan, Veracruz.**

### **10. Ayuntamiento de Tlaxicoyan, Veracruz**

<b>Núm.</b>	<b>Nombre de la campaña</b>	<b>Fecha de presentación</b>
82.	Caminemos juntos por la salud.	07/02/2025
83.	Eliminación de criaderos de mosquito.	07/02/2025
84.	Recolección de llantas usadas.	07/02/2025
85.	Salud visual.	07/02/2025
86.	No estás sola.	07/02/2025
87.	Servicios del DIF.	07/02/2025
88.	Día de las madres.	07/02/2025
89.	Día del niño y de la niña.	07/02/2025
90.	Números de emergencia.	07/02/2025

<b>Núm.</b>	<b>Nombre de la campaña</b>	<b>Fecha de presentación</b>
91.	Acompañamiento a mujeres víctimas de violencia.	07/02/2025
92.	Acompañamiento policial bancario y a vehículos con productos de primera necesidad.	07/02/2025
93.	Recolección de basura.	07/02/2025
94.	Campaña de vacunación de aves contra Newcastle.	07/02/2025
95.	Reto 40k por la salud rodemos juntos.	07/02/2025
96.	Día del maestro.	07/02/2025
97.	Caminemos juntos en tu localidad.	07/02/2025
98.	Esterilización de mascotas.	07/02/2025
99.	Jueves de salud.	07/02/2025
100.	Mujeres emprendedoras.	07/02/2025
101.	Campaña de salud y estudios clínicos.	07/02/2025
102.	Servicio de salud (ambulancia).	07/02/2025
103.	Campaña de difusión del sistema de alertamiento con fenómenos meteorológicos emitidos por la secretaria de protección civil estatal o el centro meteorológico nacional.	07/02/2025
104.	Campaña de cierres viales en eventos masivos.	07/02/2025
105.	Campaña de medidas preventivas en temporada de sequía y esquiaje e incendios de pastizales.	07/02/2025
106.	Campaña de prevención de accidentes viales en carreteras a través de bacheos.	07/02/2025
107.	Campaña de semana santa segura prevención de accidentes en cuerpos de agua.	07/02/2025
108.	Temporada de enjambrazón Tlalixcoyan 2025.	07/02/2025

Núm.	Nombre de la campaña	Fecha de presentación
109.	Uso de casco, cinturón de seguridad y respeto a los límites de velocidad.	07/02/2025
110.	Torneos Deportivos para Fomentar la Salud.	07/02/2025

### **Ayuntamiento de Veracruz, Veracruz.**

#### **11. Ayuntamiento de Veracruz, Veracruz**

Núm.	Nombre de la campaña	Fecha de presentación
111.	En Verano, Nuestro Puerto está de moda.	07/02/2025
112.	Carnaval de Veracruz.	07/02/2025
113.	Para disfrutar del mar, nuestro puerto está de moda.	07/02/2025
114.	Para vivir la cultura y las artes, nuestro puerto está de moda.	07/02/2025
115.	Prevenir es mejor.	07/02/2025

### **Ayuntamiento de Zaragoza, Veracruz.**

#### **12. Ayuntamiento de Zaragoza, Veracruz**

Núm.	Nombre de la campaña	Fecha de presentación
116.	Feria Anual de San Isidro Labrador 2025.	07/02/2025
117.	10 de Mayo celebración día de las madres.	07/02/2025
118.	Celebración 30 de abril Día del Niño.	07/02/2025

Asimismo, se recibieron solicitudes de manera física, ante esta autoridad y los órganos delegacionales en el estado de Veracruz, por lo que en términos del considerativo 36 del Acuerdo INE/CG559/2023, serán analizadas solo en el caso de utilizar el formulario aprobado y encontrarse en un supuesto de excepción para presentarlo de esa manera, ya fuere porque no se contaba con los medios necesarios para implementar la modalidad de formulario electrónico o por alguna falla técnica que les haya impedido el

envío por dicha vía. Mismas que podrán ser desechadas por la DEPPP en caso de no cumplir con dichos requisitos.

**VIII. Fecha límite para la recepción de solicitudes.** Conforme al punto de acuerdo PRIMERO, en relación con el considerativo 30 del Acuerdo INE/CG559/2023, las solicitudes sobre la difusión de propaganda gubernamental a que se refiere el artículo 41, Base III, apartado C de la CPEUM, para los procesos electorales locales no coincidentes con un Proceso Electoral Federal, en el supuesto que en un mismo año se celebren PEL en 2 o más entidades federativas, las solicitudes deberán presentarse al menos 60 días naturales, antes del inicio de la primera campaña en cualquiera de esas entidades.

Debido a que la primera campaña de los Procesos Electorales Locales 2024-2025 en los estados de Durango y Veracruz iniciará el 9 de abril de 2025, la fecha límite para la presentación de solicitudes de excepción a la prohibición de difundir propaganda gubernamental en radio y televisión fue el 7 de febrero de 2025, conforme a lo siguiente.

Proceso Electoral Local	Período de Campaña	Jornada Electoral	Fecha límite para presentar solicitudes
Durango	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grupo A: 9 de abril al 28 de mayo de 2025.</li> <li>• Grupo B: 19 de abril al 28 de mayo de 2025.</li> <li>• Grupo C: 29 de abril al 28 de mayo de 2025.</li> </ul>	1 de junio de 2025	7 de febrero de 2025
Veracruz	29 de abril al 28 de mayo de 2025.		

Por lo anterior, de conformidad con el Acuerdo INE/CG559/2023, cualquier solicitud extemporánea será desechada por la DEPPP.

## **CONSIDERACIONES**

### **Competencia del INE**

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 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, objetividad y paridad son principios rectores, asimismo, 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 prerrogativas, tanto de los partidos políticos como de las 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) y 160, numeral 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) y 160, numeral 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 Constitución.
4. Los artículos 162 de la LGIPE y 4, numeral 2 del RRTME disponen que el Instituto ejercerá sus facultades en materia de radio y televisión a través del Consejo General, de la Junta General Ejecutiva, de la DEPPP, del CRT, de la Comisión de Quejas y Denuncias, así como de las 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**

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, 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, así como dictar los acuerdos necesarios para hacer efectivas sus atribuciones y las demás señaladas en la ley o en cualquier 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, entre ello, la facultad de este Consejo General para autorizar de manera específica la difusión de campañas de comunicación social durante los procesos electorales, sin que ello implique que sólo las campañas aprobadas para tal efecto son las que podrían difundirse.
8. Como lo señala el artículo 6, numeral 4, inciso r) del RRTME corresponde a la DEPPP someter a la consideración del CG el proyecto de Acuerdo para dar respuesta a las solicitudes de difusión de propaganda gubernamental desde el inicio de las campañas hasta el fin de la jornada electoral de los procesos electorales y en los procesos de participación ciudadana que presenten los entes gubernamentales.

## Proceso Electoral Local 2024-2025, en el estado de Veracruz

9. En el Proceso Electoral Local 2024-2025 en el estado de Veracruz se elegirán un total de 1,054 cargos, conforme a la siguiente tabla:

Entidad	Presidencias municipales	Sindicaturas	Regidurías	Total
Veracruz	212	212	630	1,054

10. Con la finalidad de dotar de certeza a las diversas actuaciones que el Instituto y los OPL deben realizar, el veintiséis de septiembre de dos mil veinticuatro, el Consejo General emitió el Acuerdo INE/CG2244/2024, por medio del cual aprobó el Plan Integral y los Calendarios de coordinación de los Procesos Electorales Locales 2024-2025, en los estados de Durango y Veracruz.

En dicho documento, se señala que los períodos de campaña, el periodo de reflexión y la jornada electoral en cada entidad federativa se desarrollarán conforme a lo siguiente:

Proceso Electoral Local	Período de Campaña	Período de Reflexión	Jornada Electoral
Durango	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grupo A: 9 de abril al 28 de mayo de 2025.</li> <li>• Grupo B: 19 de abril al 28 de mayo de 2025.</li> <li>• Grupo C: 29 de abril al 28 de mayo de 2025.</li> </ul>	29 al 31 de mayo de 2025	1 de junio de 2025
Veracruz	29 de abril al 28 de mayo de 2025		

11. Como se especificó en los Acuerdos INE/ACRT/40/2024 en el punto de acuerdo CUARTO y su correspondiente INE/CG2393/2024, particularmente en el punto de Acuerdo QUINTO, durante los períodos de campaña, reflexión y hasta la conclusión de las jornadas electorales que se celebrará en dos mil veinticinco, en todas las emisoras que se ven y escuchan en los Estados de Durango y Veracruz, de conformidad con el Catálogo Nacional de emisoras de radio y canales de televisión aprobado por el CRT, se deberá suspender la difusión de propaganda gubernamental. Al respecto, el artículo 183, numeral 7 de la LGIPE señala que las transmisiones en los servicios de televisión

restringida deberán suprimir, durante los periodos de campaña, tanto federal como locales, los mensajes de propaganda gubernamental.

12. Ello implica que, **desde el nueve de abril y hasta el primero de junio de dos mil veinticinco, no podrá difundirse propaganda gubernamental en los medios de comunicación social con cobertura en las entidades federativas de Durango y Veracruz** de conformidad con el Catálogo Nacional de emisoras de radio y canales de televisión aprobado por el CRT.
13. De conformidad con las consideraciones indicadas, este Consejo General procederá a realizar el análisis respecto de la suspensión de la propaganda gubernamental, bajos los criterios establecidos por el TEPJF, así como por los adoptados en diversos instrumentos aprobados por este órgano, los cuales se señalan a continuación.

### **Suspensión de la difusión de propaganda gubernamental**

14. Durante el tiempo comprendido entre el inicio de la campaña electoral y hasta la conclusión de la jornada comicial, deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación social de toda propaganda gubernamental, tanto de los poderes federales y estatales, como de los municipios y de cualquier otro ente público, salvo la relativa a las campañas de información de las autoridades electorales, las relativas a servicios educativos y de salud, o las necesarias para la protección civil en casos de emergencia, de conformidad con los artículos 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C de la CPEUM; 209, párrafo 1 de la LGIPE; y 7, numeral 8 del RRTME.

La suspensión de propaganda gubernamental es aplicable a toda estación de radio y canal de televisión cuya señal sea escuchada o vista en la entidad en la que se esté desarrollando el Proceso Electoral, según lo dispuesto en el numeral 12 del referido artículo del RRTME.

15. Los párrafos séptimo y octavo del artículo 134 de la CPEUM, señalan que la propaganda que, bajo cualquier modalidad de comunicación social, difundan los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, deberá tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social. En ningún caso esta propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier persona servidora pública.

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 persona servidora pública alguna.

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, eslogans o cualquier otro tipo de referencias al gobierno federal o a algún otro gobierno estatal o administración, o a sus campañas institucionales, ni incluir elementos de propaganda personalizada de persona servidora pública alguna.

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

16. Resulta importante aclarar en este punto que las personas servidoras públicas de cualquier orden de gobierno deberán ejercer todas las facultades y obligaciones que su cargo les confiere, con la única limitante relacionada con este periodo de prohibición de no difundir propaganda gubernamental por cualquier medio de comunicación social, con excepción de la ya mencionada, esto es, **tienen prohibido llevar a cabo actos dirigidos a difundir planes, programas, logros y actividades de gobierno**, durante el tiempo que transcurra desde el inicio de las campañas electorales y hasta la conclusión de las jornadas comiciales respectivas.

Por tanto, en relación con el ejercicio de los programas sociales o acciones institucionales, el artículo 134, párrafo séptimo de la CPEUM establece que las personas servidoras públicas de la federación, las entidades federativas, los municipios y las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, tienen en todo tiempo la obligación de aplicar con imparcialidad los recursos públicos que están bajo su responsabilidad, sin influir en la equidad de la competencia entre los partidos políticos.

Conforme lo anterior, debe decirse que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales o acciones institucionales, es decir, estos pueden seguir ejerciéndose, siempre y cuando su entrega se desarrolle bajo el criterio de las buenas prácticas en la aplicación de los recursos públicos<sup>5</sup>, por tanto, los beneficios no pueden ser entregados en eventos masivos o en modalidades que afecten los principios de equidad, imparcialidad y neutralidad<sup>6</sup>.

Lo anterior, pues su ejecución *per se*, sí está permitido; sin embargo, lo prohibido es que su difusión constituya propaganda, que ésta no sea constitucionalmente indispensable y que cualquier evento gubernamental se utilice de manera parcial o para influir en el electorado.

Asimismo, debe vigilarse que los programas sociales se ajusten a su objeto y reglas de operación, y que las actividades que lleven a cabo las personas servidoras públicas involucradas en dicha actividad no resulten en actos simulados para influir en la opinión de la ciudadanía sobre alguna candidatura, partido o el proceso electoral como tal.

En ese orden de ideas, la Sala Superior emitió la Jurisprudencia 19/2019 de rubro: **“PROGRAMAS SOCIALES. SUS BENEFICIOS NO PUEDEN SER ENTREGADOS EN EVENTOS MASIVOS O EN MODALIDADES QUE AFECTEN EL PRINCIPIO DE EQUIDAD EN LA CONTIENDA ELECTORAL”**<sup>7</sup>, la cual establece precisamente lo ya mencionado.

---

<sup>5</sup> Aquellas que no impliquen de alguna forma el uso de recursos públicos, en dinero o en especie, el uso de servicios, programas, bienes y obras públicas; en general, recursos humanos, materiales o financieros que por su empleo, cargo o comisión tengan a su disposición las personas servidoras públicas para influir en el proceso consultivo.

<sup>6</sup> Conductas que no implican el uso de recursos del Estado, pero que se relacionan con la calidad de persona servidora pública que ostentan en el momento en que acontecen los hechos, esto es, las que restringen sus libertades de expresión y asociación con el objeto de evitar que sus acciones favorezcan o perjudiquen la opinión de los ciudadanos que participan en el proceso electoral.

<sup>7</sup> 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.

En concordancia con lo anterior, lo que se persigue con la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante este periodo, no tiene por objeto impedir que las personas servidoras públicas 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 obligadas 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.

Es decir, que ello no constituya una alteración a la posibilidad de una mejor realización de las tareas que encomienda la Constitución y la ley a las personas servidoras públicas en beneficio de la sociedad, pues debe procurarse que con ese actuar no se contravengan disposiciones de orden público, ya que la esencia de la prohibición constitucional radica en que no se utilicen recursos públicos para fines distintos, ni las personas servidoras públicas aprovechen la posición en que se encuentran para que, de manera explícita o implícita, hagan promoción que pueda afectar el resultado del proceso electoral<sup>8</sup>.

Esto es congruente con lo establecido por la Sala Superior en la Jurisprudencia 38/2013, de rubro y texto siguiente:

***“SERVIDORES PÚBLICOS. SU PARTICIPACIÓN EN ACTOS RELACIONADOS CON LAS FUNCIONES QUE TIENEN ENCOMENDADAS, NO VULNERA LOS PRINCIPIOS DE IMPARCIALIDAD Y EQUIDAD EN LA CONTIENDA ELECTORAL.- De la interpretación sistemática de los artículos 41 y 134, párrafos octavo y noveno, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, se colige que, a fin de respetar los principios de imparcialidad en la disposición de recursos públicos y el de equidad en la contienda, que rigen los procesos comiciales, se establece la prohibición a los servidores públicos de desviar recursos que están bajo su responsabilidad, para su promoción, explícita o implícita, con la finalidad de posicionarse ante la ciudadanía con propósitos electorales. Con los referidos mandatos no se pretende limitar, en detrimento de la función pública, las actividades que les son encomendadas, tampoco impedir que participen en actos que deban realizar en ejercicio de sus atribuciones; en ese contexto, la intervención de***

---

<sup>8</sup> Véase la tesis V/2016 del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación de rubro: "PRINCIPIO DE NEUTRALIDAD. LO DEBEN OBSERVAR LOS SERVIDORES PÚBLICOS EN EL EJERCICIO DE SUS FUNCIONES (LEGISLACIÓN DE COLIMA)" Gaceta de Jurisprudencia y Tesis en materia electoral, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Año 9, Número 18, 2016, páginas 108, 109 y 110.

*servidores públicos en actos relacionados o con motivo de las funciones inherentes al cargo, no vulnera los referidos principios, si no difunden mensajes, que impliquen su pretensión a ocupar un cargo de elección popular, la intención de obtener el voto, de favorecer o perjudicar a un partido político o candidato, o de alguna manera, los vincule a los procesos electorales.”<sup>9</sup>*

17. La Sala Superior aprobó diversos criterios en los que medularmente se analizan aspectos a considerar en materia de propaganda gubernamental, mismos que se exponen a continuación:

- Jurisprudencia 18/2011<sup>10</sup> 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 candidatura, 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<sup>11</sup> 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<sup>12</sup> de rubro **INFORMACIÓN PÚBLICA DE CARÁCTER INSTITUCIONAL. LA CONTENIDA EN PORTALES DE INTERNET Y**

<sup>9</sup>Gaceta de Jurisprudencia y Tesis en materia electoral, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Año 6, Número 13, 2013, páginas 75 y 76.

<sup>10</sup>Gaceta de Jurisprudencia y Tesis en materia electoral, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Año 4, Número 9, 2011, páginas 35 y 36.

<sup>11</sup>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.

<sup>12</sup>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.

**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 TEPJF 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, por lo que, para abonar en el sentido de este instrumento, se transcriben a continuación:

#### ***Educación***

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

De ahí que el primer análisis corresponde a los artículos 3, 26 y 28 de la Constitución, de los que se desprende que *“el concepto de educación a que alude el precepto constitucional comprende aquél que 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 concibe que 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 seguramiento 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, en el que se le concibe la educación como un concepto integral, ya 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, **tendiendo a desarrollar armónicamente, todas las facultades del ser humano y fomentado en él, a la vez, el amor a la Patria, el respeto a los derechos humanos y la conciencia de la solidaridad internacional, en la independencia y en la justicia.***

*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 en el expediente SUP-RAP-57/2010, la Sala Superior determinó respecto a la protección de la salud que *“se estatuye que la ley definirá las bases y modalidades para el acceso a los servicios de esa naturaleza, además de establecer la concurrencia de la Federación y las entidades federativas en materia de salubridad general, conforme a lo que dispone la fracción XVI del artículo 73 de la propia Ley Fundamental, precepto este último que establece, que en caso de epidemias de carácter grave o peligro de invasión de enfermedades exóticas en el país, la Secretaría de Salud tendrá obligación de dictar inmediatamente las medidas preventivas indispensables; que la autoridad sanitaria será ejecutiva y sus disposiciones serán obedecidas por las autoridades administrativas del país; y que las medidas que el Consejo de Salubridad General haya puesto en vigor en la campaña contra el alcoholismo y la venta de sustancias que envenenan al individuo o degeneran la especie humana, así como las adoptadas para prevenir y combatir la contaminación ambiental, serán después revisadas por el Congreso de la Unión en los casos que le competan.*

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

[...]

*“Los servicios públicos constituyen el conjunto de actividades desarrolladas y asumidas por la administración pública, en forma directa o indirecta, que tiene por objeto una prestación dirigida a la satisfacción de necesidades colectivas*

*de interés público, bajo un régimen especial, preponderantemente de Derecho Público.*

*En el tenor apuntado, el concepto de los servicios de salud debe entenderse como el conjunto de actividades que se llevan a cabo para la satisfacción de la aludida necesidad colectiva de interés público, las cuales, según se razonó en párrafos precedentes, comprenden todos aquellos actos, medios y recursos que son indispensables para su prestación adecuada.”*

El derecho a la protección de la salud encuentra cabida en el artículo 4 de la Constitución, el cual 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.

Ahora bien, por salud se entiende un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades. Asimismo, 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.<sup>13</sup>

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

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

---

<sup>13</sup> Artículos 1 Bis, en relación con el 2, fracciones III, IV, V, VI y VII de la Ley General de Salud.

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 diversos instrumentos aprobados por este Consejo General<sup>14</sup>, se han adoptado criterios que complementan las interpretaciones realizadas por la Sala Superior para autorizar la difusión de campañas de comunicación social durante las campañas electorales y hasta la conclusión de la jornada electoral, **criterios que mediante el Acuerdo INE/CG559/2023 se reformularon mediante una definición más clara y concisa y se complementaron** para quedar como sigue:

- **Necesidad:** las campañas deberán contener información imprescindible para la ciudadanía, es decir, que por su contenido resulte de suma

---

<sup>14</sup> 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 INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, 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/CG1644/2021, INE/CG197/2022, INE/CG203/2022, INE/CG/834/2022 INE/CG883/2022, INE/CG178/2023 e INE/CG228/2024.

importancia su difusión y, por esto mismo, no sea posible posponer su difusión.

- **Temporalidad:** las solicitudes que remitan los entes gubernamentales no podrán exceder el término que esta autoridad establezca para su presentación.

- **Vigencia:** las campañas que remitan los entes gubernamentales deberán difundirse dentro del período de prohibición constitucional, es decir, desde el inicio de las campañas electorales y hasta el término de la jornada electoral, o bien, desde la convocatoria y hasta la conclusión de la jornada consultiva de un proceso de participación ciudadana<sup>15</sup>. Todas aquellas campañas que se pretendan difundir por completo con anterioridad o posterioridad a este período no tendrán la necesidad de ser analizadas por esta autoridad.

- **Generalidad:** las campañas que pretendan difundirse deberán proporcionar información de interés general para la ciudadanía, es decir, que las personas destinatarias o receptoras finales abarquen un amplio porcentaje de la población donde pretendan transmitirse y no a un sector poblacional específico.

- **Fundamentación y motivación:** las solicitudes que remitan los entes gubernamentales deberán fundamentar y motivar de manera individual cada una de las campañas que presenten. El objetivo de este criterio consiste en que los entes señalen los preceptos jurídicos y las razones o argumentos que justifiquen la importancia, necesidad y generalidad en la difusión de la campaña respectiva.

- **Medio de difusión:** las campañas que pretendan difundirse deberán especificar que serán transmitidas en radio o en televisión.

**23.** Resulta importante destacar que existe una línea muy delgada entre una campaña que pretende difundir información meramente del trámite que debe realizarse para acceder a los beneficios de un programa social como lo son los requisitos, temporalidad y horarios, procedimiento y lugares, lo que constituye, como ya se vio, información pública de carácter institucional; y

---

<sup>15</sup> Para el caso de la Consulta Popular es pertinente aclarar que si bien es cierto la CPEUM establece que la suspensión de propaganda gubernamental debe darse a partir de la convocatoria, también lo es que no siempre la publicación en el DOF de ésta y su entrada en vigor coinciden en fechas, por tanto, la suspensión de la propaganda gubernamental será a partir de que entre en vigor la convocatoria, fecha en la que el INE también empieza la difusión de ésta.

aquellas campañas centradas en publicitar el programa como logro o acción de gobierno y la entrega de bienes o beneficios de manera directa para un sector de la población en específico, sin que sea óbice que se trate de grupos de personas en situación de vulnerabilidad. Lo anterior, porque durante el período de campañas se debe tener especial cuidado que los programas sociales no se conviertan en un foco de manipulación y propaganda gubernamental.

**Método de análisis de las campañas para que puedan difundirse durante los periodos de campaña, reflexión y jornada electoral del Proceso Electoral Local 2024-2025 en el Estado de Veracruz.**

24. Con base en los criterios antes señalados el análisis de las campañas se realizará agrupando en primer lugar aquellas campañas que por la fecha de su vigencia son anteriores o posteriores al período de campaña y hasta la Jornada Electoral; posteriormente se estudiarán agrupándolas conforme a la dependencia o entidad del gobierno estatal y municipal solicitante; para posteriormente desechar aquellas solicitudes que se hayan recibo de manera extemporánea, así como aquellas que no se hayan remitido mediante el formulario electrónico aprobado y no indiquen encontrarse en un supuesto de excepción.
  
25. El análisis a realizarse de las campañas se resume previamente en el siguiente cuadro:

Solicitudes		Número
Solicitudes presentadas en el formulario especificado en el Acuerdo INE/CG559/2023.		126
No se analizaron por temporalidad de difusión	6	
Procedentes	48	
Improcedentes	64	
Repetidas	3	
Extemporáneas	5	
Formulario broma	0	
Solicitudes presentadas de manera física fuera del periodo establecido en el Acuerdo INE/CG559/2023.		0
Solicitudes presentadas de manera física en un formato diverso al establecido en el Acuerdo INE/CG559/2023 o		78

no hayan referido las razones excepcionales por las que no se remitieron mediante el formulario electrónico.	
<b>Total</b>	204

26. Las siguientes solicitudes no serán analizadas en el presente Acuerdo ya que, la fecha de vigencia de las campañas propuestas empieza y termina con anterioridad al inicio del periodo de campaña de los Procesos Electorales Locales materia de este Acuerdo:

### Veracruz

Núm.	Dependencia	Campaña	Vigencia
1.	Ayuntamiento de Córdoba.	Integración de Comités de Contraloría Social.	Del 05/02/2025 al 31/03/2025
2.	Ayuntamiento de Soconusco.	Preventivo Feria Cultural de la Sal Soconusco 2024.	Del 17/02/2025 al 01/03/2025
3.	Ayuntamiento de Soconusco.	Convocatoria Participantes Feria Cultural de la Sal Soconusco 2025.	Del 01/03/2025 al 31/03/2025

De igual manera, las siguientes solicitudes tampoco serán analizadas debido a que la fecha de sus vigencias inicia con posterioridad al día de la Jornada Electoral de los Procesos Electorales Locales.

### Veracruz

Núm.	Dependencia	Campaña	Vigencia
1.	Ayuntamiento de Córdoba.	Salida de transporte de juegos estatales PARACONADE a representantes de Córdoba.	Del 2/06/2025 al 17/06/2025.
2.	Ayuntamiento de Córdoba.	Convocatoria campaña dental por el día del padre.	Del 2/06/2025 al 19/06/2025.
3.	Ayuntamiento de Córdoba.	Mi historia sobre Córdoba.	Del 2/06/2025 al 30/06/2025.

27. En las siguientes tablas en que se realiza el análisis de las campañas de los entes públicos, se incluirá una columna en que se identifican aquellos Acuerdos de este Consejo General en que se realizó un análisis idéntico o que guarda una estrecha similitud, en su contenido y alcance, con campañas que ya han sido analizadas en procesos electorales anteriores o procesos de participación ciudadana.

En el presente Acuerdo se plantea confirmar la calificación de procedente o improcedente establecida en los Acuerdos aprobados con anterioridad por este órgano, tomando en cuenta la vigencia en la que serán transmitidas.

### **Campañas por ente gubernamental de nivel federal**

#### 1. Comisión Nacional del Agua.

Núm	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
1.	Temporada de lluvias y ciclones 2025.	Del 15/05/2025 al 30/11/2025.	Radio, Televisión, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Cuentas oficiales de redes sociales de la Conagua.	Difundir medidas preventivas en materia de salud y protección civil.	Fomentar la prevención y protección en la población ante los efectos por la ocurrencia de fenómenos hidrometeorológicos durante la temporada de lluvias y ciclones tropicales 2025.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024.	<b>Procedente.</b> La 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.  Asimismo, la CPEUM concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente informar y proporcionar capacitaciones

Núm m	Nombre de la campaña	Temporalida d de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							que contribuyan al desarrollo humano.  En ese sentido, la campaña guarda relación con los conceptos de protección civil y educación, ya que tiene como finalidad difundir medidas y acciones preventivas en caso de inundaciones o ciclones tropicales.
2.	Hoy el Agua nos une, versión 1	Del 07/04/2025 al 30/04/2025.	Radio, Televisión, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.), Espectaculares.	Fomentar un manejo adecuado y responsable del agua en todos sus usos y promover el acceso universal al Agua como derecho humano fundamental.	Informar de manera oportuna las acciones sociales derivadas del Acuerdo para generar una cultura de concientización, ahorro, uso, reúso y cuidado del agua.	INE/CG178/2023 e INE/CG228/2024.	<b>Procedente:</b> El artículo 4 de la Constitución establece que, "Toda persona tiene derecho al acceso, disposición y saneamiento de agua para consumo personal y doméstico en forma suficiente, salubre, aceptable y asequible." Asimismo, dicho precepto señala el derecho que tiene toda persona a la protección de la salud y a un medio ambiente sano para su desarrollo y bienestar.

Número	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							<p>Aunado a lo anterior, la Constitución concibe a la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas al cuidado y buen uso del agua, ya que estas actividades corresponden a la educación informal y contribuyen a generar y/o modificar hábitos y patrones de conducta en beneficio de la ciudadanía.</p> <p>Por otra parte, la CONAGUA debe instrumentar campañas permanentes de difusión sobre la cultura del agua y fomentar el uso racional y conservación del agua como tema de seguridad nacional. Por lo que esta campaña debe exceptuarse de la</p>

Núm	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							prohibición establecida constitucionalmente de transmitir propaganda gubernamental, pues se relaciona con los conceptos de salud y educación, al tratarse de mensajes meramente informativos tendientes a fortalecer la cultura del buen uso del agua.

## 2. Comisión Nacional Forestal.

Núm	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
3.	Prevención y reporte de Incendios Forestales versiones 2025 A y 2025 B.	Del 17/02/2025 al 31/07/2025.	Radio, Televisión, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.), Espectaculares.	Difundir medidas preventivas en materia de salud y protección civil.	Difusión de mensajes y acciones para la prevención y reporte de incendios forestales.	INE/CG78/2016, INE/CG172/2018, INE/CG43/2022, INE/CG178/2023 e INE/CG228/2024.	<b>Procedente.</b> La campaña brinda información que permitirá dar a conocer a la población en general la importancia de prevenir y reportar los incendios forestales, por lo que tiene como propósito crear consciencia sobre las causas más comunes por las que se generan incendios forestales causados accidentalmente

Núm	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							<p>por la acción humana.</p> <p>Lo anterior, es necesario ya que como lo precisa la autoridad en el formulario, en los primeros meses de cada año se registra un periodo de estiaje en donde se presentan más incendios forestales, por lo cual es necesaria la difusión de mensajes de prevención.</p> <p>Además de que no se advierte que se otorgue algún beneficio.</p> <p>En este sentido, este Consejo General del INE considera que, como en años anteriores, este tipo de campañas deberán ser de las consideradas dentro de las exceptuadas a la prohibición constitucional de difundir propaganda gubernamental durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral por su vinculación al concepto de educación.</p>

### 3. Secretaría de las Mujeres.

Núm	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
4.	Es tiempo de mujeres versión 1	Del 01/03/2025 al 31/12/2025.	Radio, Televisión, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.), Espectaculares	Difundir y promover entre la población mexicana las acciones y programas que realiza la Secretaría de las Mujeres en materia de igualdad de género, derecho a una vida libre de violencia para las mujeres e igualdad sustantiva, derecho al cuidado.	Igualdad sustantiva y transversalización de la perspectiva de género, prevención, atención y erradicación de las violencias contra las mujeres, adolescentes y niñas y sistema de cuidados.	INE/CG78/2016, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG43/2022, INE/CG228/2024	<b>Procedente:</b> Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a la población con el propósito de difundir información sobre las acciones y programas que realiza la Secretaría de las Mujeres respecto a la igualdad sustantiva y transversalización de la perspectiva de género, así como la prevención, atención y erradicación de las violencias contra las mujeres, adolescentes y niñas y sistema de cuidados. Si bien la información tiene que ver con medidas de protección y atención a las mujeres, no se puede entender como un beneficio

Núm m	Nombre de la campañ a	Temporalida d de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							<p>focalizado, ya que se trata de una respuesta a una circunstancia de riesgo que, de origen, se relaciona con las mujeres.</p> <p>Pues tal y como se precisa en el formulario, abordarán temas en materia de igualdad sustantiva; transversalización de la perspectiva de género; prevención, atención y erradicación de las violencias contra las mujeres, adolescentes y niñas, y sistema de cuidados. Sin que se otorgue beneficio alguno o aborden logros o programas sociales.</p> <p>Ahora bien, la campaña tiene como objetivo sensibilizar a la población sobre el tema, por lo que, se estima oportuno recordar que en años anteriores se han</p>

Núm	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							exceptuado campañas similares por vincularse con un tema de educación precisamente por la prevención y erradicación de la violencia contra la mujer, así como perspectiva de género, en ese sentido, se estima pertinente exceptuar la campaña.

### Campañas por ente gubernamental de la entidad federativa y sus municipios

#### **Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de Veracruz.**

#### **4. Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de Veracruz.**

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
5.	Promoción y Difusión ARSPS.	Del 15/02/2025 al 15/07/2025.	Radio, Televisión, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento,	Captar el mayor número de clientes para que se capaciten con nosotros.	Se lanzará una campaña abarcando 8 estados de la república, en los cuales se encuentran los municipios que reciben más recurso para materia de capacitación a seguridad	INE/CG78/2016, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024.	<b>Procedente:</b> Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación al dirigirse a la población con el propósito de difundir información sobre capacitación en materia de

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
			pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.), Espectaculares.		pública y procuración de justicia, así mismo se utilizara una segmentación por perfiles y los cursos más importantes de cada uno.		seguridad pública y procuración de justicia, en ese sentido, se estima pertinente exceptuar la campaña.
6.	Campaña Incendios Forestales.	Del 15/01/2025 al 30/06/2025.	Radio, Televisión, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.), Espectaculares.	Difundir medidas preventivas en materia de salud y protección civil.	Campaña para difundir recomendaciones para la prevención de incendios forestales.	INE/CG78/2016, INE/CG172/2018, INE/CG334/2021, INE/CG43/2022, INE/CG178/2023 e INE/CG228/2024	<b>Procedente.</b> 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 conciencia sobre las causas más comunes en que se generan incendios forestales causados accidentalmente por la acción humana. Al respecto, este tipo de campañas deberán ser de las consideradas dentro de las exceptuadas a la prohibición constitucional de difundir propaganda gubernamental durante las campañas electorales y hasta

Núm. m.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							la Jornada Electoral por su vinculación al concepto de educación.
7.	Limpia tu playa.	Del 01/05/2025 al 30/06/2025.	Radio, Televisión, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), perifoneo.	Difundir medidas preventivas en materia de salud y protección civil.	Campaña de limpieza en la playa de municipios costeros.	INE/CG109/2021 y INE/CG228/2024	<b>Improcedente.</b> La campaña está relacionada con el ejercicio de un programa gubernamental, siendo una de las atribuciones de la función pública de carácter obligatoria del ente público.  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 la difusión de la prestación de un servicio público.
8.	Marca Hecho en Veracruz.	Del 01/01/2025 al 31/12/2025.	Radio, Televisión, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso	Dar a conocer la marca de certificación a través de los productos y servicios acreditados buscando impulsar su comercialización	Hecho en Veracruz es una marca de certificación que respalda el origen de productos y servicios que son elaborados o desarrollados	INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Procedente.</b> Se encuentra vinculada al concepto de educación por su contenido relacionado con las actividades que amplíen el conocimiento

Núm. m.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
			(periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.), Espectaculares	ón, fortalecer el consumo local posicionando el origen de los productos.	en el Estado de Veracruz, fomenta el consumo de los productos y servicios Veracruzanos ayudando a que el consumidor los distinga, facilitando su posicionamiento dentro del mercado local, nacional e internacional. La marca respalda el talento, y la creatividad de los empresarios.		social y cultural de la población. Además de que incentivara los productos y servicios hechos por manos de personas veracruzanas. En ese sentido, se encuentra exceptuada de la prohibición constitucional.
9.	Campaña de protección y conservación de la tortuga marina en el Centro Veracruzano de Investigación y Conservación de la Tortuga Marina.	Del 01/02/2025 al 31/12/2025.	Radio, Televisión, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Espectaculares.	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	Acciones preventivas, evento en temporada de desove en el CVICTM.	INE/CG334/2021 e INE/CG228/2024	<b>Procedente.</b> El artículo 3° constitucional establece el derecho de toda persona a la educación, misma que no se reduce a la que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural de la población.  Esta campaña se considera dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata

Núm. m.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							<p>suspender la difusión de programas gubernamentales durante los periodos de campaña que se lleven a cabo en los procedimientos electorales.</p> <p>Ello, pues se encuentra relacionada con el concepto de educación. Lo anterior, ya que la campaña pretende concientizar a las personas sobre la importancia de proteger y conservar el hábitat de anidación de la tortuga marina.</p>
10.	Festival de las 13 Culturas.	Del 01/05/2025 al 31/05/2025.	Radio, Televisión, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.),	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	La campaña abarca la producción y pauta de promocionales de radio, Televisión, posteos en redes sociales, mensajes de influencers, espectaculares, parabuses y comunicados de prensa.		<b>Procedente.</b> La campaña guarda relación con el concepto de educación, pues 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

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
			Espectaculares.				<p>materia, así como al ejercicio de sus derechos culturales.</p> <p>En virtud de lo anterior, tal y como se advierte del formulario, la presente campaña tiene como finalidad promover actividades de índole cultural, al dar a conocer la cultura indígena del Estado para generar el arribo de visitantes y turistas.</p> <p>Por lo que se considera que existen razones suficientes para catalogarla como excepción a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental.</p> <p>Sirva de sustento la <b>Tesis LXII/2016</b> de rubro: <b>“PROPAGANDA GUBERNAMENTAL. LA INVITACIÓN A UNA CELEBRACIÓN DE CARÁCTER CULTURAL Y SOCIAL, NO VIOLA LA PROHIBICIÓN CONSTITUCIONAL DE</b></p>

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							<p><b>DIFUNDIRLA EN PROCESO ELECTORAL”.</b></p> <p>Lo anterior, en el entendido de que la temporalidad de su difusión no podrá ir más allá del día del evento, o último día de los eventos, al no existir justificación sobre la necesidad de difundir, en el periodo de prohibición, actividades que ya se llevaron a cabo.</p>
11.	Prevención y control de enfermedades clínicas y subclínicas en el estado de Veracruz de Ignacio de la llave.	Del 01/01/2025 al 31/12/2025.	Radio, Televisión, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.), Espectaculares.	Prevención y control de enfermedades clínicas y subclínicas en el estado de Veracruz de Ignacio de la llave, que se llevará a cabo a través de la habilitación de laboratorios móviles como unidades de diagnóstico, tratamiento preventivo y asesoramiento técnico y sanitario, en las diferentes especies de interés pecuario, brindando capacitación a	Asesoramiento técnico y sanitario, en las diferentes especies de interés pecuario, brindando capacitación a los productores para la buenas prácticas pecuarias cuidando la sanidad y fortaleciendo la capacidad productiva del hato ganadero.	INE/CG334/2021 e INE/CG228/2024	<p><b>Procedente.</b> 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 el fortalecimiento de la capacidad productiva del hato ganadero y las</p>

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
				los productores para las buenas prácticas pecuarias cuidando la sanidad y fortaleciendo la capacidad productiva del hato ganadero.			buenas prácticas pecuarias. Por tanto, se estima adecuado considerar dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales durante los periodos de campaña que se lleven a cabo en los procedimientos electorales a esta campaña, ya que se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a la población de todo el estado con el propósito fomentar la corresponsabilidad de la población en el cuidado de su salud, la atención primaria y preventiva, promover hábitos saludables que eviten a la población ubicarse en situaciones de riesgo.
12.	"Rumbo a los 100 años"	Del 01/05/2025 al 01/09/2025.	Radio, Televisión, Digital (Web, Facebook, Twitter,	Difundir información que promueva la formación personal y	Conmemoración del centenario del	INE/CG228/2024.	<b>Procedente.</b> La campaña guarda relación con el concepto de educación. A su

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
			WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.), Espectaculares.	contribuya al beneficio del entorno social, económico y ambiental.	Estadio Xalapeño.		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, conmemorando el centenario del Estadio Xalapeño, por lo que se considera que existen razones suficientes para catalogarla como excepción a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental.
13.	Veracruz Sin Tortura.	Del 01/03/2025 al 31/12/2025.	Radio, Televisión, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram,	Difundir información que promueva la formación personal y contribuya al beneficio del entorno social,	La campaña "Veracruz sin Tortura" implementada en el 2024, nace de la campaña Nacional		<b>Procedente.</b> La tortura tiene graves consecuencias inmediatas y a largo plazo para el desarrollo psicológico y

Núm. m.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
			TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.), Espectaculares.	económico y ambiental.	Contra la Tortura denominada "Mexico sin Tortura", establecida en el Programa Nacional Anual de Trabajo 2025, que constituye una herramienta para la atención progresiva de las líneas de acción de la Estrategia Nacional Contra la Tortura, encaminadas esencialmente en la Prevención (Capacitación, Difusión y Campañas), así como la atención integral de las víctimas de delito y violaciones a derechos humanos relacionadas con actos de Tortura. Las entidades federativas, derivado de la obligación de promover, respetar, proteger y		social de las personas, las familias, las comunidades y los países que pueden ser físicas, psicológicas, sociales y legales, problema que puede ser evaluado como una prioridad de salud pública y tomar medidas para prevenirlo y resolverlo.  Se considera 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 violencia acerca de su derecho a recibir apoyo y reparación, y la forma en que pueden hacer valer estos derechos.

Núm. m.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
					<p>garantizar los derechos humanos de todas las personas, así como prevenir, investigar, sancionar y reparar las violaciones a los derechos humanos, a través de la coordinación de su correspondiente Secretaría de Gobierno atento a sus ejes rectores de política pública, así como a sus recursos financieros, humanos y materiales propios, realizarán actividades específicas tendientes a cumplir con las líneas de acción de la ENCT. Las actividades específicas que realizarán las dependencias e instituciones públicas federales y locales participantes,</p>		

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
					están enfocadas en atender los 2 ejes fundamentales de la ENCT, los cuales son, la Prevención de la Tortura y la Atención a las víctimas de este delito.		
14.	Este 2025 ¡Regularízate!	Del 01/01/2025 al 30/06/2025.	Radio, Televisión, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.), Espectaculares.	Difundir la realización de un trámite (lugar, fecha, horario y requisitos para el ejercicio de derechos, programas sociales y servicios públicos, así como información relativa a las obligaciones fiscales).	Campaña informativa para dar a conocer los estímulos fiscales para las y los contribuyentes al regularizar sus pagos en derechos de control vehicular, tenencia, adeudos vehiculares y verificación vehicular.	INE/CG228/2024.	<b>Procedente.</b> 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 proporciona a la ciudadanía herramientas para que tenga conocimiento de los trámites y requisitos que debe realizar.  En ese sentido, dar a conocer a la ciudadanía los requisitos y pasos necesarios para llevar a cabo el proceso de regularización vehicular, se vincula con el

Núm. m.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							<p>concepto de educación. y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.</p> <p>Lo anterior, siempre que no se trate de publicidad ni propaganda gubernamental, no haga referencia a alguna candidatura, partido político o coalición, no promocióne a algún funcionario público o logro de gobierno; por lo que resulta importante subrayar que la campaña deberá cumplir con lo establecido por la Sala Superior en la <b>tesis XIII/2017</b><sup>16</sup>.</p>
15.	Declaración de Situación Patrimonial y de Intereses de	Del 24/03/2025 al 01/06/2025.	Radio, Televisión, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube,	Difundir la realización de un trámite (lugar, fecha, horario y requisitos para el ejercicio de	La declaración patrimonial es una herramienta de transparencia que busca garantizar que	NE/CG334/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Procedente.</b> Esta campaña es acorde al concepto de educación, porque contribuye a la formación de la cultura de

<sup>16</sup> 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.

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
	Modificación.		Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.), Espectaculares.	derechos, programas sociales y servicios públicos, así como información relativa a las obligaciones fiscales).	los funcionarios públicos no se enriquecen ilícitamente. Durante el mes de mayo, las personas servidoras públicas estatales están obligadas a presentar su Declaración de Situación Patrimonial y de Intereses, con la finalidad de verificar su evolución y congruencia entre los ingresos y egresos. Esta Declaración se presenta a través del sistema DeclaraVer que administra la Contraloría General del Estado.		transparencia, rendición de cuentas y el combate a la corrupción.  Además, la difusión de la referida campaña también es 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.
16.	Campaña para el mejoramiento de la percepción de la SSP de Veracruz,	Del 01/03/2025 al 25/07/2025.	Radio, Televisión, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso	Difundir mecanismos de atención ciudadana (locatel, denuncia de delitos, fugas de agua, alerta amber, números de	-	INE/CG228/2024	<b>Improcedente.</b> Si bien en principio se podría considerar que la campaña se encuentra relacionada con el concepto de protección civil, del formulario se

Núm. m.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
	en la ciudadanía.		(periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.), Espectaculares.	emergencia, líneas de ayuda, etc.).			desprende que más bien se pretende difundir información para crear una percepción positiva de la SSP del estado de Veracruz, por lo que se trata de propaganda gubernamental que no se puede difundir desde las campañas y hasta la conclusión de la jornada electoral.

## Ayuntamiento de Alvarado, Veracruz.

### 5. Ayuntamiento de Alvarado, Veracruz

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
17.	Arroz a la tumbada más grande del mundo 2025. <sup>17</sup>	Del 25/04/2025 al 31/05/2025.	Radio, Televisión, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.),	Difundir centros o actividades turísticas.	Invitar a la población en general a ser parte de esta festividad gastronómica con finalidad de que no se pierda este platillo que nos identifica a nivel nacional, así como mencionar las líneas de emergencia para atender	INE/CG78/2016, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG228/2024	<b>Procedente.</b> De acuerdo con lo establecido en la <b>Tesis LXII/2016</b> del TEPJF de rubro <b>“PROPAGANDA GUBERNAMENTAL. LA INVITACIÓN A UNA CELEBRACIÓN DE CARÁCTER CULTURAL Y SOCIAL NO VIOLA LA PROHIBICIÓN CONSTITUCIONAL DE DIFUNDIRLA EN PROCESO</b>

<sup>17</sup> El formulario se presentó 2 veces en términos sustancialmente iguales, por lo que solo se estudia una vez.

Núm	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
			Espectaculares		<p>cualquier llamado que se genere derivado de la visita a nuestro municipio en dicha festividad. Esta campaña tiene por objetivo difundir un evento cultural/ gastronómico y buscar promover el turismo para reactivar la economía local y también mantener a la población en general informada sobre conocer lo que se implementará y establecerá como mecanismos de seguridad pública y protección civil que salvaguardarán y protegerán a la sociedad en general durante los festejos de la celebración.</p>		<p><b>ELECTORAL</b>", este tipo de propaganda puede ser difundida, al estar relacionada con un evento cultural o social como es la festividad gastronómica "Arroz a la tumbada más grande del mundo 2025", actividad culinaria de un platillo que identifica al Municipio a nivel nacional. Lo anterior, en el entendido de que la temporalidad de su difusión no podrá ir más allá del día del evento, o último día de los eventos, al no existir justificación sobre la necesidad de difundir, en el periodo de prohibición, actividades que ya se llevaron a cabo.</p>
18.	Festividad del día las madres Alvarado y	Del 01/05/2025 al 12/05/2025.	Radio, Televisión, Digital (Web, Facebook,	Difundir la invitación a un evento de	Invitar a las madres Alvaradeñas a la celebración	INE/CG228/2024	<b>Improcedente.</b> Si bien la campaña guarda relación con una invitación a una

Núm	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
	Antón Lizardo. <sup>18</sup>		Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.), Espectaculares	carácter social o cultural.	del 10 de mayo por el Día de las Madres que se llevará a cabo el 8 de mayo en el parque de Antón Lizardo y el 9 de mayo en el Parque 15 de octubre y en donde se realizaran actividades recreativas e interactivas y mantener informada a la población en general sobre las líneas de emergencia para atender cualquier llamado que se genere derivado de dicho evento y así salvaguardar la integridad de las madres de familia. La campaña va dirigida a toda la población alvaradeña.		celebración de carácter cultural, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso, pues del formulario se desprende que se entregarán regalos, rifas y actividades gratuitas a las madres de familia.
19.	Operativo Semana Santa 2025.	Del 14/04/2025 al 26/04/2025.	Radio, Televisión, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp,	Difundir centros o actividades turísticas.	Invitar a la población a visitar las playas y mantener informada a la	INE/CG178/2023, INE/CG78/2016, INE/CG172/2018, INE/CG109/202	<b>Procedente.</b> Protección Civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona protección y

<sup>18</sup> El formulario se presentó 2 veces en términos sustancialmente iguales, por lo que solo se estudia una vez.

Núm	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
			YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.), Espectaculares		población en general sobre las líneas de emergencia, la campaña va dirigida a la población en general, así como a turistas nacionales e internacionales.	1, INE/CG334/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024.	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: <i>"...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,</i>

Núm	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							<p><i>integridad y salud de la población, así como sus bienes; la infraestructura, la planta productiva y el medio ambiente...".</i></p> <p>En ese sentido, la campaña guarda relación con el concepto de protección civil, ya que tiene como finalidad difundir acciones preventivas para salvaguardar la vida e integridad de la población.</p> <p>Lo anterior, porque del mismo formulario se advierte que el motivo es poder dar a conocer lo que se implementara y establecerá como mecanismos de seguridad pública y protección civil que salvaguarden y protejan a la sociedad en general durante los festejos de la celebración de la semana santa.</p>
20.	Festividad del día de la marina.	Del 26/05/2025 al 02/06/2025.	Radio, Televisión, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista,	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	Invitar a los pescadores y pescadoras así como a la población en general a la celebración del 01 de junio por el Día de la Marina que se llevará a cabo el 30 de mayo		<b>Improcedente.</b> Si bien la campaña guarda relación con una invitación a una celebración de carácter cultural, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su

Núm	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
			suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.), Espectaculares		y en donde se realizaran actividades recreativas e interactivas y mantener informada a la población en general sobre las líneas de emergencia para atender cualquier llamado que se genere derivado de dicho evento y así salvaguardar la integridad de los asistentes. La campaña va dirigida a toda la población alvaradeña.		difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso, pues del formulario se desprende que se entregarán regalos, rifas y actividades gratuitas a la comunidad marítima del municipio.
21.	Festividad del día del maestro.	Del 09/05/2025 al 19/05/2025.	Radio, Televisión, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.), Espectaculares.	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	Invitar a los maestros Alvaradeños a la celebración del 15 de mayo por el Día del Maestro que se llevará a cabo el 16 de mayo en donde se realizaran actividades recreativas e interactivas y mantener informada a la población en general sobre	INE/CG228/2024.	<b>Improcedente.</b> Si bien la campaña guarda relación con una invitación a una celebración de carácter cultural, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda

Núm	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
					las líneas de emergencia para atender cualquier llamado que se genere derivado de dicho evento y así salvaguardar la integridad de los maestros. La campaña va dirigida a todos los maestros y maestras alvaradeños.		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, pues del formulario se desprende que habrá entrega de regalos, rifas y actividades gratuitas a las y los maestros.
22.	Festividad del día del niño.	Del 21/04/2025 al 02/05/2025.	Radio, Televisión, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.), Espectaculares.	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	Invitar a los padres de familia a llevar a sus hijos a la celebración por el día del niño que se llevara a cabo en el Parque 15 de octubre en donde se realizaran actividades educativas y recreativas que les enseñen de manera interactiva sus derechos, y mantener informada a la población en general sobre las líneas de emergencia	INE/CG334/2021 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente.</b> Si bien la campaña guarda relación con una invitación a una celebración de carácter social, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la

Núm	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
					para atender cualquier llamado que se genere derivado de dicho evento y así salvaguardar la integridad de los padres y niños. La campaña va dirigida a toda la población alvaradeña.		población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso, pues del formulario se advierte que se llevarán a cabo rifas de obsequios para la organización del evento y a las familias.
23.	Carnaval "Feria de la PESCA 2025".	Del 11/04/2025 al 05/05/2025.	Radio, Televisión, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.), Espectaculares.	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	Invitar a la población en general a ser parte de esta festividad que ya cuenta con 78 años de tradición, así como mencionar las líneas de emergencia para atender cualquier llamado que se genere derivado de la visita a nuestro municipio en dicha festividad. Esta campaña tiene por objetivo difundir un evento cultural y buscar promover el turismo para reactivar la economía local	INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Procedente.</b> En caso de tratarse de la difusión de la realización de un evento y las directrices en las que este se va a llevar a cabo, de acuerdo con lo establecido en la <b>Tesis LXII/2016</b> del TEPJF de rubro "PROPAGANDA GUBERNAMENTAL. LA INVITACIÓN A UNA CELEBRACIÓN DE CARÁCTER CULTURAL Y SOCIAL NO VIOLA LA PROHIBICIÓN CONSTITUCIONAL DE DIFUNDIRLA EN PROCESO ELECTORAL", este tipo de propaganda puede ser difundida, siempre y cuando se observen los criterios administrativos y

Núm	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
					y también mantener a la población en general informada sobre conocer lo que se implementará y establecerá como mecanismos de seguridad pública y protección civil que salvaguardarán y protegerán a la sociedad en general durante los festejos de la celebración.		jurisdiccionales detallados en este mismo Acuerdo. Lo anterior, en el entendido de que la temporalidad de su difusión no podrá ir más allá del día del evento, o último día de los eventos, al no existir justificación sobre la necesidad de difundir, en el periodo de prohibición, actividades que ya se llevaron a cabo.
24.	Cruces de mayo 2025- Tradición que nos identifica. <sup>19</sup>	Del 25/04/2025 al 31/05/2025.	Radio, Televisión, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.), Espectaculares.	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	Invitar a la población en general a participar en este evento cultural y mantener informada a la población en general sobre las líneas de emergencia, la campaña va dirigida a la población en general, la población alvaradeña, turistas nacionales e	INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Procedente.</b> La difusión por cualquier medio de comunicación de la invitación a una celebración de carácter social y con fines educativos, como lo es "Cruces de mayo 2025- Tradición que nos identifica", la cual se celebra cada año, no infringe la prohibición de difundir propaganda gubernamental, durante una campaña electoral, aun cuando no esté en los supuestos de

<sup>19</sup> El formulario se presentó 2 veces en términos sustancialmente iguales, por lo que solo se estudia una vez.

Núm	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
					internacionales.		<p>excepción expresamente señalados por los preceptos constitucionales.</p> <p>Lo anterior tiene relación con lo en la <b>Tesis LXII/2016</b> del TEPJF de rubro <b>“Propaganda gubernamental. La invitación a una celebración de carácter cultural y social no viola la prohibición constitucional de difundirla en proceso electoral”</b>; por lo que, este tipo de propaganda puede ser difundida, siempre y cuando se observen los criterios administrativos y jurisdiccionales detallados en este mismo Acuerdo.</p> <p>En virtud de lo anterior, la presente campaña encuadra con el concepto amplio de educación señalado en el artículo 3° del CPEUM, el cual, debe entenderse como un concepto integral, que no se reduce a la transmisión de conocimiento por medio de la actividad docente,</p>

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							<p>sino que se amplía al conocimiento social y cultural de la población.</p> <p>Lo anterior, en el entendido de que la temporalidad de su difusión no podrá ir más allá del día del evento, o último día de los eventos, al no existir justificación sobre la necesidad de difundir, en el periodo de prohibición, actividades que ya se llevaron a cabo.</p>

### Ayuntamiento de Córdoba, Veracruz.

#### 6. Ayuntamiento de Córdoba, Veracruz

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
25.	Concurso de Oratoria Nivel Preparatoria 2025.	Del 1/05/2025 al 30/06/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.)	Difundir información que promueva la formación personal y contribuya al beneficio del entorno social, económico y ambiental.	La campaña busca incentivar el desarrollo de las habilidades de comunicación, liderazgo y participación social de la adolescencia a nivel preparatoria.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales e impresos.

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
26.	Torneo de Videojuegos de la Juventud.	Del 1/04/2025 al 31/05/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.)	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	La campaña busca, como cada semestre, organizar un torneo de videojuegos a fin de promover la participación y sana convivencia entre las y los jóvenes del municipio.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.
27.	Curso para Jóvenes Emprendedores.	Del 1/04/2025 al 31/05/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.)	Difundir información que promueva la formación personal y contribuya al beneficio del entorno social, económico y ambiental.	La campaña busca organizar un curso para que las y los jóvenes que tengan o quieran iniciar algún emprendimiento y quieran aprender aspectos básicos de un negocio, así como el desarrollo de capacidades de negociación y habilidades humanas útiles para las ventas.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.
28.	Concurso de oratoria de la juventud nivel secundaria.	Del 1/05/2025 al 30/06/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.)	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	La campaña busca convocar a las y los jóvenes estudiantes de secundaria del municipio, entre 12 y 16 años, a participar en un	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
					concurso de oratoria Inter secundarias que organiza el Instituto Municipal de la Juventud.		
29.	Evento artístico juvenil.	Del 1/05/2025 al 30/06/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.).	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	La campaña busca convocar a las y los jóvenes del municipio de Córdoba a participar en un evento artístico musical presentado por jóvenes cordobeses en espacios públicos.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.
30.	Brigada médica por el día de las madres.	Del 20/04/2025 al 10/05/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.).	Difundir medidas preventivas en materia de salud y protección civil.	Busca brindar consultas médicas gratuitas por el día de las madres.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.
31.	Campaña de lentes.	Del 1/05/2025 al 31/01/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.).	Difundir la realización de un trámite (lugar, fecha, horario y requisitos para el ejercicio de derechos, programas sociales y servicios	Busca que las personas ciudadanas del Municipio, puedan tener acceso a lentes cuanto tengan la necesidad y no cuenten con los recursos necesarios para adquirir unos.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Del formulario se advierte que la fecha de culminación de la difusión ya aconteció, lo cual puede considerarse un error involuntario al momento del llenado, no

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
				públicos, así como información relativa a las obligaciones fiscales).			obstante, de lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.
32.	Cortes de cabello gratuito para madres de familia y padres de familia.	Del 23/04/2025 al 30/06/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.).	Difundir medidas preventivas en materia de salud y protección civil.	Incrementar el número de personas capacitadas en el oficio de talleres de barbería y belleza, así como lograr su autosuficiencia económica.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.
33.	Convocatoria campaña de herramientas para el campo con subsidio.	Del 30/05/2025 al 19/06/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.).	Difundir la realización de un trámite (lugar, fecha, horario y requisitos para el ejercicio de derechos, programas sociales y servicios públicos, así como información relativa a las obligaciones fiscales).	Brindar a las personas agricultoras de escasos recursos, acceso a herramientas e implementos agrícolas de calidad a precios subsidiados, con el fin de mejorar su productividad, sus condiciones de trabajo y su calidad de vida, contribuyendo así al desarrollo económico y social de las comunidades rurales.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
34.	Renacimiento educativo en la zona rural.	Del 2/01/2025 al 30/06/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.).	Difundir información que promueva la formación personal y contribuya al beneficio del entorno social, económico y ambiental.	Proponer docentes de diferentes disciplinas, artísticas y tecnológicas para niñas, niños y adolescentes de diferentes niveles educativos y que su institución se encuentre en la zona rural del municipio y requiera el recurso profesional.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.
35.	Estímulos a la educación básica de becas del ramo 033.	Del 1/01/2025 al 31/10/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.).	Difundir información que promueva la formación personal y contribuya al beneficio del entorno social, económico y ambiental.	Coadyuvar en la educación y en el desarrollo cognitivo físico de los niños, niñas y adolescentes, con la finalidad de evitar el rezago y la deserción escolar en el municipio de Córdoba.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.
36.	Actos cívicos municipales.	Del 5/02/2025 al 22/12/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.).	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	Promover el sentido de pertenencia de niñas, niños y adolescentes, personas funcionarias municipales y población en	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
					general, respecto de las festividades cívicas y del calendario cívico municipal 2025.		
37.	Feria del libro Córdoba 2025.	Del 24/05/2025 al 30/06/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.), Espectáculos	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	Fomentar la lectura en la comunidad de Córdoba, combinando el tema educativo con la recreación y sano esparcimiento, charlas, conferencias, ponencias, presentaciones de libros, así como comercio y promoción de la lectura.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales e impresos.
38.	Torneo municipal de ajedrez.	Del 4/04/2025 al 29/05/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.).	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	Llevar a cabo un torneo municipal de ajedrez con los grupos salientes de cursos ofrecidos por la dirección de educación y realizar una competencia con el alumnado del nivel básico.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.
39.	Curso de manualidades para celebrar el	Del 1/05/2025 al 31/01/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp,	Difundir información que promueva	Promover la difusión de los cursos de	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021,	<b>Improcedente</b> . Del formulario se advierte que la fecha de

Núm	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
	día de las madres.		YouTube, Instagram, TikTok, etc.)	la formación personal y contribuya al beneficio del entorno social, económico y ambiental.	manualidades para mujeres con motivo del día de las madres en el municipio de Córdoba, a fin de fomentar el autoempleo y generación de ingresos.	INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	culminación de la difusión ya aconteció, lo cual puede considerarse un error involuntario al momento del llenado, no obstante, de lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.
40.	Charlas sobre el cuidado del agua y el medio ambiente, apoyados por hidrosistema de Córdoba.	Del 1/06/2025 al 17/06/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.)	Difundir información que promueva la formación personal y contribuya al beneficio del entorno social, económico y ambiental.	Brindar una plática a la población sobre el tema del cuidado del agua y el medio ambiente, en el marco del día mundial del medio ambiente, para promover la cultura y conciencia ambiental.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.
41.	Invitación al evento rondallas de la ciudad infantil.	Del 30/04/2025 al 15/05/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.)	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	Generar la invitación a las niñas, niños y juventudes de Córdoba a participar en el concierto de rondallas de la ciudad infantil en el teatro Pedro Díaz de Córdoba.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
42.	Homenaje a las madres, talentos de Córdoba recital.	Del 01/05/2025 al 11/05/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.)	Difundir información que promueva la formación personal y contribuya al beneficio del entorno social, económico y ambiental.	Invitar a las mujeres cordobesas a asistir al homenaje a las madres talentos de Córdoba recital.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.
43.	Tardes culturales de danzón.	Del 20/04/2025 al 28/05/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.)	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	Invitar a la presentación de la banda musical y las personas danzoneras del municipio de Córdoba quienes se presentan todos los jueves y domingos a las 6 de la tarde en el parque 21 de mayo.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.
44.	Evento deportivo por el día del niño.	Del 20/04/2025 al 30/04/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.)	Difundir información que promueva la formación personal y contribuya al beneficio del entorno social, económico y ambiental.	Fomentar la actividad física y el deporte entre las niñas y los niños del municipio, promoviendo hábitos saludables desde edad temprana.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
45.	Eventos deportivos en el marco de la feria de Córdoba.	Del 01/05/2025 al 28/05/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.)	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	Fomentar la participación activa en las actividades físicas y deportivas entre las personas habitantes y visitantes de la ciudad, promoviendo un estilo de vida saludable y fortaleciendo el sentido de la comunidad.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.
46.	Aniversario de la fundación de Córdoba.	Del 10/04/2025 al 30/04/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.)	Difundir información que promueva la formación personal y contribuya al beneficio del entorno social, económico y ambiental.	A través del área de turismo, el municipio de Córdoba pretende generar una campaña de difusión informativa sobre el aniversario de la fundación de Córdoba (26 y 27 de abril).	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.
47.	Campaña promocional de turismo feria de Córdoba renaece la alegría.	Del 01/05/2025 al 28/05/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico,	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	Invitar a la ciudadanía de Córdoba y de la región a participar en el evento social y cultural feria renaece la alegría.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales e impresos.

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
			boletín, cartel, etc.), Espectaculares				
48.	Campaña permanente difusión Córdoba pueblo mágico.	Del 01/01/2025 al 31/12/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.), Espectaculares	Difundir centros o actividades turísticas.	Difundir centros y actividades turísticas de Córdoba en el marco de la campaña permanente de Córdoba pueblo mágico.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales e impresos.
49.	Campaña permanente de difusión turística, recorridos a lugares históricos, museos y fincas.	Del 01/01/2025 al 30/12/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.), Espectaculares	Difundir centros o actividades turísticas.	Es la campaña permanente relativa a la atracción del turismo, recordando las actividades que se ofrecen en el Ayuntamiento para otorgar a las personas visitantes la asesoría y acompañamiento necesario para una adecuada gestión turística.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales e impresos.
50.	Participación de Córdoba en taza de	Del 01/04/2025 al 28/05/2025.	Televisión	Difundir centros o	Invitar a la ciudadanía a participar en el	INE/CG228/2024	<b>Procedente.</b> La campaña guarda relación con el

Núm .	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
	excelencia 2025.			actividades turísticas.	evento taza de excelencia 2025, en el que Córdoba probablemente sea sede del mismo por tercer año consecutivo.		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 catalogarla como excepción a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental. Lo anterior,

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							en el entendido de que la temporalidad de su difusión no podrá ir más allá del día del evento, o último día de los eventos, al no existir justificación sobre la necesidad de difundir, en el periodo de prohibición, actividades que ya se llevaron a cabo.
51.	Difusión de la feria renace la alegría 2025.	Del 01/05/2025 al 28/05/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.), Espectaculares	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	La feria renace la alegría es un evento local anual con el que se celebra un aniversario más del importante acontecimiento histórico de la ciudad que marcó un precedente en la vida del país, la batalla de Córdoba ocurrida en mayo de 1821 para la consumación de la independencia de México. esta	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales e impresos.

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
					fiesta para los Cordobeses, se lleva a cabo en el mes de mayo de cada año en donde se efectúan diversas actividades: teatro del pueblo, stands de exhibiciones de empresas locales, juegos mecánicos, conciertos, actividades deportivas, venta de productos y comida).		
52.	Festival día de las madres para las madres trabajadoras del Ayuntamiento de Córdoba.	Del 09/05/2025 al 10/05/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.)	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	Difusión institucional del evento correspondiente al festival anual que rinde el Ayuntamiento de Córdoba a las madres trabajadoras del municipio.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.
53.	Inspecciones domiciliarias.	Del 01/01/2025 al 28/05/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.)	Difundir la realización de un trámite (lugar, fecha, horario y requisitos para el ejercicio de derechos, programas	Realización de inspecciones en domicilios de ciudadanos o instituciones que soliciten productos de primera necesidad como lámina de zinc, montenes,	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
				sociales y servicios públicos, así como información relativa a las obligaciones fiscales).	material para construcción, pintura y otros.		
54.	Trabajos con retroexcavadora.	Del 05/02/2025 al 28/05/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.)	Difundir la realización de un trámite (lugar, fecha, horario y requisitos para el ejercicio de derechos, programas sociales y servicios públicos, así como información relativa a las obligaciones fiscales).	Préstamo de retroexcavador a ciudadanos y jefes de manzana para realizar mantenimiento de calles no pavimentadas, limpieza de parques y áreas verdes.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.
55.	Designación de jefas y jefes de manzana.	Del 04/02/2025 al 28/05/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.)	Difundir la realización de un trámite (lugar, fecha, horario y requisitos para el ejercicio de derechos, programas sociales y servicios públicos,	Proceso de designación a jefes de manzana a solicitud de los ciudadanos en colonias sin representación.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.

Núm .	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
				así como información relativa a las obligaciones fiscales).			
56.	Apoyos velatorios.	Del 05/02/2025 al 28/05/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.)	Difundir la realización de un trámite (lugar, fecha, horario y requisitos para el ejercicio de derechos, programas sociales y servicios públicos, así como información relativa a las obligaciones fiscales).	Se brinda el préstamo de toldos y 200 piezas de pan como apoyo a familias en situación de sepelio.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.
57.	Apoyos en situaciones de riesgo.	Del 05/02/2025 al 28/05/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.)	Difundir mecanismos de atención ciudadana (locatel, denuncia de delitos, fugas de agua, alerta amber, números de emergencia, líneas de ayuda, etc.).	Activación de gestiones para brindar apoyo a familias afectadas por siniestros naturales como deslaves, suradas, incendios.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.

Núm	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
58.	Recepción de solicitudes de apoyos y visitas de verificación.	Del 05/02/2025 al 28/05/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.)	Difundir la realización de un trámite (lugar, fecha, horario y requisitos para el ejercicio de derechos, programas sociales y servicios públicos, así como información relativa a las obligaciones fiscales).	Se brinda atención a solicitudes de apoyo y materiales como láminas, pintura, paquetes alimenticios y otros.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.
59.	Enlace con programas de bienestar social.	Del 01/01/2025 al 28/05/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.)	Difundir la realización de un trámite (lugar, fecha, horario y requisitos para el ejercicio de derechos, programas sociales y servicios públicos, así como información relativa a las obligaciones fiscales).	Apoyo en la entrega de materiales a bajo costo como tinacos, láminas de zinc y calentadores solares.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.

Núm	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
60.	Campañas de esterilización canina y felina a bajo costo.	Del 05/02/2025 al 28/05/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.)	Difundir medidas preventivas en materia de salud y protección civil.	Organización de jornadas de esterilización para controlar la población de mascotas y promover la tenencia responsable.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.
61.	Campañas de adopción animales del centro de bienestar animal.	Del 05/02/2025 al 28/05/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.)	Difundir medidas preventivas en materia de salud y protección civil.	Promoción de la adopción de mascotas a través de eventos y actividades en la comunidad.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.
62.	Actividades en centros comunitarios de Córdoba.	Del 05/02/2025 al 28/05/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.)	Difundir información que promueva la formación personal y contribuya al beneficio del entorno social, económico y ambiental.	Se ofrecerán clases y talleres de bajo costo en diversas disciplinas como taekwondo, panadería, estilismo y más, para fomentar el desarrollo personal y profesional.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.
63.	Campañas de vacunación y jornadas de salud itinerantes.	Del 07/02/2025 al 28/05/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.)	Difundir medidas preventivas en materia de salud y protección civil.	Se brindan apoyos a la ciudadanía consistentes en campañas de salud permanentes, así como de vacunación.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
64.	Pláticas en escuelas sobre nutrición, exploraciones de pie plano y detección temprana de autismo.	Del 01/02/2025 al 28/05/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.)	Difundir medidas preventivas en materia de salud y protección civil.	Se ofrecen pláticas en escuelas sobre nutrición, exploraciones de pie plano y detección temprana de autismo.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.
65.	Campañas de salud mental en secundarias.	Del 01/02/2025 al 28/05/2025.	Del 07/02/2025 al 28/05/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.).	Difundir medidas preventivas en materia de salud y protección civil.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente</b> : Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales.

## Ayuntamiento Martínez de la Torre, Veracruz.

### 7. Ayuntamiento de Martínez de la Torre, Veracruz

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
66.	Jornadas de Salud	Del 01/04/2025 al 30/05/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.)	Difundir mecanismos de atención ciudadana (locatel, denuncia de delitos, fugas de agua, alerta amber, números de emergencia, líneas de ayuda, etc.).	Se ofrecen servicios médicos diversos a población vulnerable.	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022, INE/CG178/2023 e INE/CG228/2024	<b>Procedente.</b> 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

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							<p>sobre servicios médicos diversos a población vulnerable. Es así como, al vincularse con el concepto constitucional de salud, deben quedar exceptuadas de las reglas de propaganda gubernamental, pues en el sentido amplio, se fomenta un interés general de la sociedad por promover la protección del derecho a gozar de buena salud, entendido como un estado de completo bienestar físico, mental y social; además, no se desprende ningún beneficio directo a algún sector de la población, sino únicamente una campaña de orientación para acceder a servicios de salud.</p>

**Ayuntamiento Minatitlán, Veracruz.**

**8. Ayuntamiento de Minatitlán, Veracruz**

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
67.	Campaña de difusión de La Feria del Dulce.	Del 23/04/2025 al 27/04/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.)	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	Feria del dulce, un evento gastronómico cultural en donde se exponen diferentes dulces de la región de Veracruz y sus alrededores por artesanos y comerciantes.	INE/CG43/2022, INE/CG178/2023 e INE/CG228/2024	<p><b>Procedente.</b> El artículo 3°, de la Constitución señala que el Estado debe alentar el fortalecimiento y la difusión de nuestra cultura. Esta campaña tiene como objetivo difundir un evento cultural y busca promover el turismo, pues busca exponer diferentes dulces de la región de Veracruz y sus alrededores.</p> <p>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.</p> <p>En ese sentido, esta campaña encuadra en las excepciones que emanan del texto constitucional sobre la prohibición de difundir propaganda gubernamental.</p> <p>Lo anterior, en el entendido de que la temporalidad de su difusión no podrá ir más allá del día del evento, o último día de los eventos, al no</p>

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							existir justificación sobre la necesidad de difundir, en el periodo de prohibición, actividades que ya se llevaron a cabo.
68.	Campaña de difusión del Día de la Danza.	Del 26/04/2025 al 27/04/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.)	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	Campaña publicitaria dirigida al público en general.		<p><b>Procedente.</b> 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.</p> <p>En virtud de lo anterior, de acuerdo al formulario, la presente campaña tiene como finalidad promover actividades de índole cultural, como es el Día de la Danza, por lo que se considera que existen razones suficientes para catalogarla como excepción a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental.</p> <p>Sirva de sustento legal la <b>Tesis</b></p>

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							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". Lo anterior, en el entendido de que la temporalidad de su difusión no podrá ir más allá del día del evento, o último día de los eventos, al no existir justificación sobre la necesidad de difundir, en el periodo de prohibición, actividades que ya se llevaron a cabo.
69.	Campaña de difusión del evento Mina Fest 2025.	Del 09/05/2025 al 10/05/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.)	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	Campaña de difusión al público en general, incitando a la ciudadanía a participar y disfrutar de mina fest que se ha estado llevando año con año en el municipio de Minatitlán, Veracruz.		<b>Procedente.</b> 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.  En ese sentido, se concibe la educación como una forma

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							<p>integral del ser humano, que no se reduce a la educación recibida con 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 del Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones.</p> <p>En consecuencia, resulta evidente que la promoción de Minatitlán, en relación con 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>En virtud de lo anterior, la presente campaña tiene como</p>

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							<p>finalidad promover actividades de índole cultural, relacionadas con el "Mina Fest" el cual se ha estado celebrando cada año en el Municipio.</p> <p>Por lo que se considera que existen razones suficientes para catalogarla como excepción a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental. Sirva de sustento legal la <b>Tesis LXII/2016</b> de rubro:  <b>"PROPAGANDA GUBERNAMENTAL. LA INVITACIÓN A UNA CELEBRACIÓN DE CARÁCTER CULTURAL Y SOCIAL, NO VIOLA LA PROHIBICIÓN CONSTITUCIONAL DE DIFUNDIRLA EN PROCESO ELECTORAL"</b>.</p> <p>Lo anterior, en el entendido de que la temporalidad de su difusión no podrá ir más allá del día del evento, o último día de los eventos, al no existir justificación sobre la necesidad de difundir, en el periodo de prohibición, actividades que ya se llevaron a cabo.</p>

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
70.	Campaña de difusión del Día del Maestro.	15/05/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.).	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	Campaña acerca del día del maestro, celebración a todos los docentes de todos los niveles educativos de este municipio de Minatitlán, Veracruz.	INE/CG228/2024	<b>Improcedente.</b> 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 informar a la ciudadanía sobre las actividades a realizarse por el día del maestro o bien, se trata del desarrollo del evento en sí. 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.
71.	Proceso Electoral Local 2024-2025.	Del 29/04/2025 al 28/05/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.)	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	Evento del día del niño Minatitlán 2025	INE/CG228/2024	<b>Improcedente.</b> Si bien el nombre de la campaña alude al proceso electoral local, lo cierto es que del formulario se desprende que la misma se refiere a la difusión de la invitación a un evento por el día del niño en Minatitlán, no obstante, si bien, la campaña guarda relación con una invitación a una celebración de carácter cultural, la promoción de la

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso, pues del formulario se advierte que se entregarán juguetes y alimentos.

## Ayuntamiento Soconusco, Veracruz.

### 9. Ayuntamiento de Soconusco, Veracruz

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
72.	Invitación a la presentación de candidatos de la feria cultural de la sal Soconusco 2025.	Del 01/04/2025 al 12/04/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico,	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	Invitación a la ciudadanía en general para dar a conocer los nuevos promotores culturales de la feria de la Sal.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente:</b> Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
			revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.), Perifoneo				digitales e impresos.
73.	Invitación al paseo de Carros Alegóricos Culturales de la Feria de la Sal 2025.	Del 13/04/2025 al 26/04/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.), Perifoneo	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	Invitación a la ciudadanía en general a disfrutar de los paseos de Carros Alegóricos con temática cultural donde se promueve la cultura de nuestro municipio y pueblo originario nahua.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente:</b> Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales e impresos.
74.	Invitación a la Elección de los Reyes de la Sal SOCONUSCO 2025	Del 26/04/2025 al 02/05/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.), Perifoneo.	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	Invitar a la ciudadanía a la elección de los representantes culturales para el año 2025-2026.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente:</b> Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales e impresos.
75.	Invitación de Baile de Coronación, Pabellón Cultural y	Del 26/04/2025 al 04/05/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube,	Difundir la invitación a un evento de	Promoción e invitación de las actividades de la Feria cultural de la	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente:</b> Según lo dispuesto en el formulario la difusión no

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
	Cabalgata de la Sal.		Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.), Perifoneo.	carácter social o cultural.	Sal incluyen eventos masivos de bailes populares, concentración de exponentes de música tradicional, danzantes tradicionales, cabalgatas y rodeo.		implica radio y televisión, sino plataformas digitales e impresos.

### Ayuntamiento Tlaxcoyan, Veracruz.

#### 10. Ayuntamiento de Tlaxcoyan, Veracruz

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
76.	Caminemos juntos por la salud.	Del 14/01/2025 al 30/12/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), PERIFONEO.	Difundir medidas preventivas en materia de salud y protección civil.	Promover en la comunidad escolar el desarrollo integral de la población estudiantil, por medio de actividades que promueven el bienestar psicológico, nutricional, físico y de empoderamiento de la mujer.	INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Procedente.</b> La campaña está relacionada con los conceptos de salud y educación; particularmente con el fin de promover el desarrollo integral de la población estudiantil, por medio de actividades que promueven el bienestar psicológico, nutricional, físico y de empoderamiento de la mujer, a través de la actividad física.

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							<p>Además, se vincula con la idea de formar integralmente al ser humano, pues se concibe a la educación no solo en la actividad docente, sino también al acrecentamiento de la cultura del deporte y la salud. Por tanto, su difusión se encuentra amparada.</p> <p>Lo anterior, en el entendido de que la temporalidad de su difusión no podrá ir más allá del día del evento, o último día de los eventos, al no existir justificación sobre la necesidad de difundir, en el periodo de prohibición, actividades que ya se llevaron a cabo.</p>
77.	Eliminación de criaderos de mosquito.	Del 01/02/2025 al 30/12/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), PERIFONEO.	Difundir medidas preventivas en materia de salud y protección civil.	Se realiza para eliminar los criaderos del mosquito transmisor de dengue y otras enfermedades como una cuestión de salud pública, hacemos difusión de cuando	INE/CG78/2016, INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Procedente.</b> La campaña tiene como objetivo principal el fomento de la integridad física, la protección de la salud y de la vida humana, en particular durante los próximos meses en que aumenta el riesgo

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
					acudiremos a las localidades para estas actividades.		de contagio por las condiciones climáticas de la temporada. Esta campaña está enfocada a que la transmisión del dengue no se intensifique y se mantenga el control y la prevención de dicha enfermedad. Por ello debe entenderse vinculada al concepto de salud que abarca, entre otras cuestiones, el conjunto de actividades que se llevan a cabo para la satisfacción de dicha necesidad colectiva de interés público, y todos aquellos actos, medios y recursos que son indispensables para su adecuada prestación.
78.	Recolección de llantas usadas.	Del 21/01/2025 al 30/12/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), PERIFONEO.	Difundir medidas preventivas en materia de salud y protección civil.	Es una campaña dirigida a la ciudadanía para recolectar llantas usadas y con esto evitar los criaderos de mosquitos transmisores de	INE/CG78/2016, INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 <sup>e</sup> INE/CG228/2024	<b>Procedente.</b> El artículo 4°, quinto párrafo, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos garantiza para todas las personas el derecho a la protección de la salud. Por tanto, esta campaña se encuentra

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
					enfermedades de vector.		vinculada con el concepto de salud, ya que tiene como objetivo fomentar en la población la prevención de enfermedades. Es por ello, que su difusión se encuentra amparada en el precepto constitucional relacionado con las excepciones a las prohibiciones de difundir propaganda gubernamental.
79.	Salud visual.	Del 30/01/2025 al 30/12/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), PERIFONEO.	Difundir medidas preventivas en materia de salud y protección civil.	Es una campaña donde se realizan exámenes de la vista de manera gratuita para detectar problemas visuales.	INE/CG334/2021, INE/CG43/2022e INE/CG228/2024	<b>Improcedente:</b> Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, el objeto de la difusión es un programa social que otorga un beneficio, como son los estudios de la vista, es entonces que, no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante el Proceso Electoral Federal 2023- 2024, en el entendido de que la información que se pretenda difundir, deberá ser de tal importancia que

Núm. m.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							<p>impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso.</p> <p>Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.</p> <p>Lo anterior de acuerdo con lo establecido en la <b>Jurisprudencia 19/2019</b> del</p>

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							TEPJF de rubro: <b>“PROGRAMAS SOCIALES. SUS BENEFICIOS NO PUEDEN SER ENTREGADOS EN EVENTOS MASIVOS O EN MODALIDADES QUE AFECTEN EL PRINCIPIO DE EQUIDAD EN LA CONTIENDA ELECTORAL”.</b>
80.	No estás sola.	Del 01/01/2025 al 31/12/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), PERIFONEO.	Difundir información sobre programas de protección contra la violencia de niñas, niños y adolescentes, mismos que tienen carácter institucional con el fin de erradicar la violencia.	Difundir información sobre programas de protección contra la violencia de niñas, niños y adolescentes, mismos que tienen carácter institucional con el fin de erradicar la violencia.	INE/CG228/2024	<b>Procedente.</b> La campaña encuadra en los supuestos de excepción a la prohibición impuesta por la CPEUM en materia de propaganda gubernamental, pues es evidente su relación con los servicios educativos que son indispensables para la población y la protección de su salud, que tiene como finalidad la prolongación de la vida.  Ello, pues las campañas relativas a promover la erradicación de la violencia en niñas, niños y adolescentes

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							están relacionadas directamente con el concepto de educación y salud integral que proporciona la CPEUM, ya que informan de las medidas preventivas que se han de tomar ante la violencia infantil, y crean una cultura de prevención de riesgos. Por lo anterior, debe exceptuarse de la prohibición establecida constitucionalmente de transmitir propaganda gubernamental.
81.	Servicios del DIF.	Del 31/01/2025 al 30/12/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), PERIFONEO EN LOCALIDADES.	Difundir la realización de un trámite (lugar, fecha, horario y requisitos para el ejercicio de derechos, programas sociales y servicios públicos, así como información relativa a las obligaciones fiscales).	Difundir información sobre las distintas áreas de trabajo con las que cuenta el DIF municipal.	INE/CG228/2024	<b>Procedente.</b> 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 proporciona a la ciudadanía herramientas para que tenga conocimiento de los trámites y requisitos que debe realizar.

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							<p>En ese sentido, dar a conocer a la ciudadanía las diferentes áreas que integran el DIF municipal, así como todo lo relacionado con los trámites y servicios que presta, se vincula con el concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.</p> <p>Lo anterior, siempre que no se trate de publicidad ni propaganda gubernamental, no haga referencia a alguna candidatura, partido político o coalición, no promocióne a algún funcionario público o logro de gobierno; por lo que resulta importante subrayar que la campaña deberá cumplir con lo establecido por la Sala Superior en la tesis XIII/2017.</p>

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
82.	Día de las madres.	Del 05/05/2025 al 16/05/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), PERIFONEO.	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	Es un evento que se realiza de manera tradicional cada año, es de carácter social y basado en usos y costumbres.	INE/CG228/2024	<b>Improcedente.</b> Si bien la campaña guarda relación a una celebración de carácter cultural, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso, del formulario se desprende que se entregarán premios.
83.	Día del niño y de la niña.	Del 21/04/2025 al 02/05/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram,	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	Promover la recreación en niñas niños y adolescentes según fechas de usos y	INE/CG228/2024	<b>Improcedente.</b> Si bien la campaña guarda relación a una celebración de carácter cultural, la promoción de la

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
			TikTok, etc.), PERIFONEO.		costumbres nacionales.		misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso, pues del formulario se advierte que se realizarán sorteos y juegos.
84.	Números de emergencia.	Del 01/01/2025 al 31/12/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), ROTULADOS Y PERIFONEO.	Difundir mecanismos de atención ciudadana (locatel, denuncia de delitos, fugas de agua, alerta amber, números de emergencia, líneas de	En él se detallan los números de emergencia de la policía y protección civil.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente:</b> Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales e impresos.

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
				ayuda, etc.).			
85.	Acompañamiento a mujeres víctimas de violencia.	Del 01/01/2025 al 31/12/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), PERIFONEO.	Difundir mecanismos de atención ciudadana (locatel, denuncia de delitos, fugas de agua, alerta amber, números de emergencia, líneas de ayuda, etc.).	Se brinda atención inmediata para el acompañamiento a mujeres víctimas de violencia, en coordinación con el instituto municipal de la mujer y la Fiscalía especializada.	INE/CG228/2024	<p><b>Procedente.</b> La difusión de la atención y acompañamiento por parte del estado para combatir y prevenir la violencia contra la mujer 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.</p> <p>Por tanto, esta campaña debe ser considerada dentro de las excepciones previstas a la transmisión de propaganda gubernamental durante el Proceso Electoral 2023-2024, por encontrarse vinculada con los conceptos de educación e indirectamente con</p>

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							el concepto de salud mental.
86.	Acompañamiento policial bancario y a vehículos con productos de primera necesidad.	Del 01/01/2025 al 31/12/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), PERIFONEO.	Difundir mecanismos de atención ciudadana (locatel, denuncia de delitos, fugas de agua, alerta amber, números de emergencia, líneas de ayuda, etc.).	Realizar acompañamiento policial.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente.</b> No se trata de la difusión de una campaña, sino se refiere al ejercicio de un programa gubernamental, siendo una de las atribuciones de la función pública de carácter obligatoria del ente público, no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que 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.
87.	Recolección de basura.	Del 01/01/2025	Radio, Digital (Web, Facebook,	Difundir las rutas de recolección	Mantener a la ciudadanía informada	INE/CG228/2024.	<b>Improcedente.</b> De acuerdo con lo establecido en el

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
		al 31/12/2025.	Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), PERIFONEO.	de la basura.	sobre las rutas de recolección de basura para de esta forma mantener un ambiente más limpio, higiénico y saludable.		formulario, la solicitud no se refiere a una campaña gubernamental, sino al ejercicio de las obligaciones y facultades del Ayuntamiento de Tlalixcoyan y su implementación en la separación de residuos a fin de llevar a cabo los trabajos de recolección de basura ordinarios en el municipio, por lo que esta campaña no queda exenta de las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.
88.	Campaña de vacunación de aves contra Newcastle.	Del 10/01/2025 al 30/12/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), PERIFONEO.	Difundir medidas preventivas en materia de salud y protección civil.	Aplicación de vacunas para aves de traspatio contra Newcastle.		<b>Procedente.</b> 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,

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							<p>promover y realizar actividades relacionadas con la protección de la salud al realizar la vacunación de aves contra Newcastle. Por tanto, se estima adecuado considerar dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales durante los periodos de campaña que se lleven a cabo en los procedimientos electorales a esta campaña, ya que se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a la población de todo el estado con el propósito fomentar la corresponsabilidad de la población en el cuidado de su salud, la atención primaria y preventiva, promover hábitos saludables que eviten a la población ubicarse</p>

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							en situaciones de riesgo.
89.	Reto 40k por la salud rodemos juntos.	Del 01/03/2025 al 26/05/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), PERIFONEO.	Difundir medidas preventivas en materia de salud y protección civil.	Es una campaña para promover la actividad física y prevenir enfermedades cardiovasculares, a través de retos ciclistas promoviendo la salud.	INE/CG78/2016, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024.	<p><b>Procedente.</b> La campaña está relacionada con los conceptos de salud y educación; particularmente con el objetivo de incrementar la participación de la comunidad en la competencia sana y un sano desarrollo a través de la actividad física.</p> <p>Además, se vincula con la idea de formar integralmente al ser humano, pues se concibe a la educación no solo en la actividad docente, sino también al acrecentamiento de la cultura del deporte y la salud. Por tanto, su difusión se encuentra amparada.</p> <p>Lo anterior, en el entendido de que la temporalidad de su difusión no podrá ir más allá del día del evento, o último día de los eventos, al no existir justificación sobre la necesidad</p>

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							de difundir, en el periodo de prohibición, actividades que ya se llevaron a cabo.
90.	Día del maestro.	Del 02/05/2025 al 15/05/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), PERIFONEO.	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	Educación (Las campañas que se pretendan difundir deberán abarcar la transmisión del conocimiento por medio de la actividad docente, así como aquellas actividades que amplíen el conocimiento social y cultural de la población, el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y la exaltación de la cultura).	INE/CG228/2024	<b>Improcedente.</b> Si bien la campaña guarda relación con una invitación a una celebración de carácter cultural, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso, pues del formulario se desprende que habrá sorteos.

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
91.	Caminemos juntos en tu localidad.	Del 01/03/2025 al 01/08/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), PERIFONEO.	Difundir medidas preventivas en materia de salud y protección civil.	Es una campaña para acercar los servicios del DIF municipal a las localidades, donde se lleva atención médica gratuita, medicamentos, consulta psicológica para salud mental, asesoría nutricional, asesoría jurídica y todos los servicios del DIF municipal.	INE/CG228/2024	<p><b>Procedente.</b> 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 proporciona a la ciudadanía herramientas para que tenga conocimiento de los trámites y requisitos que debe realizar.</p> <p>En ese sentido, dar a conocer a la ciudadanía los servicios que presta el DIF municipal, así como todo lo relacionado con los trámites y servicios que presta, se vincula con el concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.</p> <p>Lo anterior, siempre que no se</p>

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							trate de publicidad ni propaganda gubernamental, no haga referencia a alguna candidatura, partido político o coalición, no promocióne a algún funcionario público o logro de gobierno; por lo que resulta importante subrayar que la campaña deberá cumplir con lo establecido por la Sala Superior en la <b>tesis XIII/2017</b> .
92.	Esterilización de mascotas.	Del 01/02/2025 al 30/12/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), PERIFONEO.	Difundir medidas preventivas en materia de salud y protección civil.	Difundir la esterilización de perros y gatos, para prevenir el abandono por incremento del índice de natalidad.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente.</b> Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de un programa que pretende sensibilizar a la población para evitar la proliferación de animales en situación de abandono, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							<p>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 ofrecer cirugías gratuitas de esterilización.</p> <p>Ahora bien, resulta importante aclarar que el ejercicio del programa social no debe suspenderse durante este período de prohibición, de acuerdo con lo establecido en la Jurisprudencia 19/2019 del TEPJF de rubro: <b>“Programas sociales. Sus beneficios no pueden ser entregados en eventos masivos o en modalidades que afecten el principio de equidad en la contienda electoral”</b> debiendo observarse los</p>

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							criterios administrativos y jurisdiccionales detallados en este mismo Acuerdo.
93.	Jueves de salud.	Del 01/01/2025 al 30/12/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), PERIFONEO.	Difundir medidas preventivas en materia de salud y protección civil.	Atención médica a la población en general.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Procedente.</b> 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 servicios médicos diversos a la población en general. Es así como, al vincularse con el concepto constitucional de salud, deben quedar exceptuadas de las reglas de propaganda gubernamental, pues en el sentido amplio, se fomenta un interés general de la sociedad por promover la protección del derecho a gozar de buena salud, entendido como un estado de

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							completo bienestar físico, mental y social; además, no se desprende ningún beneficio directo a algún sector de la población, sino únicamente una campaña de orientación para acceder a servicios de salud.
94.	Mujeres emprendedoras.	Del 01/01/2025 al 31/12/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), PERIFONEO.	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	Es una campaña permanente para apoyar a la economía de las mujeres donde ellas pueden vender sus productos y generar ingresos.		<p><b>Procedente.</b> La campaña guarda relación con el concepto de educación, pues 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.</p> <p>En virtud de lo anterior, tal y como se advierte del formulario, la presente campaña tiene como finalidad promover actividades de índole cultural, pues se busca</p>

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							<p>acceder a un servicio a fin de dar a conocer los productos que las mujeres del municipio ofertan.</p> <p>Por lo que se considera que existen razones suficientes para catalogarla como excepción a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental.</p> <p>Sirva de sustento la <b>Tesis LXII/2016</b> de rubro: <b>“PROPAGANDA GUBERNAMENTAL. LA INVITACIÓN A UNA CELEBRACIÓN DE CARÁCTER CULTURAL Y SOCIAL, NO VIOLA LA PROHIBICIÓN CONSTITUCIONAL DE DIFUNDIRLA EN PROCESO ELECTORAL”.</b></p> <p>Lo anterior, en el entendido de que la temporalidad de su difusión no podrá ir más allá del día del evento, o último día de los eventos, al no existir justificación sobre la necesidad</p>

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							de difundir, en el periodo de prohibición, actividades que ya se llevaron a cabo.
95.	Campaña de salud y estudios clínicos.	Del 05/02/2025 al 30/12/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), PERIFONEO.	Difundir medidas preventivas en materia de salud y protección civil.	Gestionar jornadas de salud para distintas localidades del municipio.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Procedente.</b> 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 servicios médicos diversos a la población en general. Es así como, al vincularse con el concepto constitucional de salud, deben quedar exceptuadas de las reglas de propaganda gubernamental, pues en el sentido amplio, se fomenta un interés general de la sociedad por promover la protección del derecho a gozar de buena salud, entendido como un estado de

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							completo bienestar físico, mental y social; además, no se desprende ningún beneficio directo a algún sector de la población, sino únicamente una campaña de orientación para acceder a servicios de salud.
96.	Servicio de salud (ambulancia).	Del 01/01/2025 al 30/12/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), PERIFONEO.	Difundir medidas preventivas en materia de salud y protección civil.	Se publicarán los números de emergencia en caso de que alguna persona requiera el servicio de ambulancia en caso de accidente o traslado ambulatorio.	INE/CG228/2024	<p><b>Procedente.</b> La Constitución dispone en el artículo 4°, cuarto párrafo, el derecho que tiene toda persona a la protección de la salud.</p> <p>A su vez, el artículo 63, fracción VI, de la Ley General de Salud, establece que: "...La acción en materia de prevención y control de accidentes comprende: (...) VI. La promoción de la participación y capacitación de la comunidad en la prevención y primeros auxilios de accidentes (...)"</p>

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							Es por ello por lo que esta campaña se vincula con el concepto de salud ya que tiene como objetivo difundir medidas en esa materia como la publicación los números de emergencia en caso de que alguna persona requiera el servicio de ambulancia en caso de accidente o traslado ambulatorio, por ende, debe considerarse como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.
97.	Campaña de difusión del sistema de alertamiento con fenómenos meteorológicos emitidos por la secretaria de protección civil estatal o el centro meteorológico nacional.	Del 01/01/2025 al 31/12/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), PERIFONEO.	Difundir medidas preventivas en materia de salud y protección civil.	Se difundirá el flyer informando a la comunidad en general los pronósticos emitidos por la secretaria de protección civil o el centro meteorológico nacional.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Procedente.</b> 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.

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							<p>Asimismo, la CPEUM concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente informar y proporcionar capacitaciones que contribuyan al desarrollo humano.</p> <p>En ese sentido, la campaña guarda relación con los conceptos de protección civil y educación, ya que tiene como finalidad difundir los pronósticos de fenómenos meteorológicos emitidos por la Secretaría de Protección Civil o el Centro Meteorológico Nacional.</p>
98.	Campaña de cierres viales en eventos masivos.	Del 01/01/2025 al 31/12/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), PERIFONEO.	Difundir medidas preventivas en materia de salud y protección civil.	Se difundirá el flyer informando a la comunidad en general las avenidas, calles que se cerraran a la vialidad.	INE/CG334/2021 e INE/CG228/2024	<b>Procedente.</b> Ya que la campaña pretende difundir información sobre la ubicación de las avenidas y calles que tendrán cierres por eventos masivos, para que los transeúntes, conductores y público en general tomen sus previsiones, por lo

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							<p>que se advierte que solo constituye información sobre servicios a la comunidad.</p> <p>Lo anterior, siempre que no se trate de publicidad ni propaganda gubernamental, que 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 actual proceso electoral.</p>
99.	Campaña de medidas preventivas en temporada de sequía y esquiaje e incendios de pastizales.	Del 01/01/2025 al 31/12/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), PERIFONEO.	Difundir medidas preventivas en materia de salud y protección civil.	Se difundirán las medidas preventivas con la finalidad de reducir el riesgo de la población.	INE/CG078/2016, INE/CG172/2021, INE/CG334/2021, INE/CG043/2022, INE/CG626/2021, INE/CG178/2023 e INE/CG228/2024	<b>Procedente.</b> 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.

Núm. m.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							<p>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 de conducta en beneficio de la ciudadanía, y a la conservación de los recursos naturales como parte del medio ambiente.</p> <p>La protección de los recursos forestales de México representa, también, un factor de crecimiento económico y real importancia para el desarrollo sustentable de país.</p> <p>Por tanto, la campaña se encuentra vinculada con los conceptos de educación y protección civil al tener como finalidad la prevención de</p>

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							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.
100.	Campaña de prevención de accidentes viales en carreteras a través de bacheos.	Del 01/01/2025 al 31/12/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), PERIFONEO.	Difundir medidas preventivas en materia de salud y protección civil.	Se difundirán las medidas preventivas con la finalidad de evitar accidentes viales.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Improcedente.</b> Por falta de motivación, ya que del formulario no se advierte de manera clara, en el objetivo y descripción de la campaña, si se trata del ejercicio de una acción de gobierno, o bien, de la difusión de la misma.  En ese sentido, como ha sido criterio de este Consejo General, por un lado, la materia de este Acuerdo no es la de autorizar el ejercicio de acciones o programas de gobierno. Y por el otro, la difusión de

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							<p>acciones o programas es impropio al constituir propaganda gubernamental que difunde logros.</p> <p>En este sentido, la difusión de la misma no cumple con los criterios de motivación, 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 la difusión de un logro.</p>
101.	Campaña de semana santa segura prevención de accidentes en cuerpos de agua.	Del 01/01/2025 al 31/12/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), PERIFONEO.	Difundir medidas preventivas en materia de salud y protección civil.	Se difundirán las medidas preventivas con la finalidad de evitar accidentes o algún deceso por ahogamiento.	INE/CG0782016, INE/CG172/2018, INE/CG334/2021, INE/CG043/2022, INE/CG178/2023 e INE/CG228/2024	<p><b>Procedente.</b></p> <p>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 las vidas humanas, los bienes y el entorno en el que vive.</p> <p>Asimismo, la CPEUM concibe la educación como necesaria para la</p>

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							<p>formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente informar y proporcionar capacitaciones que contribuyan al desarrollo humano.</p> <p>En ese sentido, la campaña analizada se vincula con los conceptos de protección civil y educación, ya que busca informar a la población sobre las medidas de seguridad y autocuidado con el fin de salvaguardar su integridad durante la Semana Santa.</p>
102.	Temporada de enjambrazón Tlalixcoyan 2025.	Del 01/01/2025 al 31/12/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), PERIFONEO.	Difundir medidas preventivas en materia de salud y protección civil.	Elaboración de flyers con información sobre el control de enjambres de abejas el cual se difundirá a través de los medios antes especificados.		<p><b>Procedente.</b> 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>Asimismo, la CPEUM concibe la</p>

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							<p>educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente informar y proporcionar capacitaciones que contribuyan al desarrollo humano.</p> <p>En ese sentido, la campaña guarda relación con los conceptos de protección civil y educación, ya que tiene como finalidad difundir el control de enjambres de abejas para alertar a la población que hacer en estos casos a fin de salvaguardar vidas humanas.</p>
103.	Uso de casco, cinturón de seguridad y respeto a los límites de velocidad.	Del 01/01/2025 al 31/12/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), PERIFONEO.	Difundir medidas preventivas en materia de salud y protección civil.	Se difundirán los beneficios sobre el uso de cinturón de seguridad, el casco de seguridad para motociclistas, así como el respetar los límites de velocidad.	INE/CG172/2018, INE/CG334/2021, INE/CG43/2022, INE/CG178/2023 e INE/CG228/2024	<p><b>Procedente.</b> La campaña guarda relación con los conceptos de seguridad y educación.</p> <p>Es decir, su principal objetivo es la difusión de medidas preventivas de seguridad como lo son, el uso de cinturón de seguridad, el casco de</p>

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							seguridad para motociclistas, así como el respetar los límites de velocidad.  Lo anterior debe ser considerado como de aquellas campañas exceptuadas a la prohibición constitucional por estar vinculada al concepto de educación, particularmente con la integridad del ser humano.
104.	Torneos Deportivos para Fomentar la Salud.	Del 15/01/2025 al 10/09/2025.	Radio, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), PERIFONEO.	Difundir medidas preventivas en materia de salud y protección civil.	Es una campaña para fomentar el deporte y así establecer hábitos saludables previniendo enfermedades por falta de actividad física.	INE/CG078/2016, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG043/2022 e INE/CG228/2024	<b>Procedente.</b> El artículo 4° de la CPEUM fundamenta el derecho que tiene toda persona a la protección de la salud.  Asimismo, de conformidad con el artículo 1° Bis, en relación con el 2, fracciones III, IV, V, VI y VII de la Ley General de Salud, por salud se entiende un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades.  población evitar situaciones que

Núm. m.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							<p>deteriore su salud. Por otro lado, el artículo 3° constitucional establece el derecho de toda persona a la educación, misma que no se reduce a la que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural del pueblo.</p> <p>En este sentido, la campaña guarda relación con los conceptos de salud y educación, ya que se trata de la difusión de un evento que busca promover el deporte y los hábitos saludables a fin de prevenir enfermedades por falta de actividad física. Por lo tanto, esta campaña encuadra en la excepción a la prohibición de difundir propaganda gubernamental.</p> <p>Lo anterior, en el entendido de que la temporalidad de su difusión no podrá ir más allá del día del evento,</p>

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							o último día de los eventos, al no existir justificación sobre la necesidad de difundir, en el periodo de prohibición, actividades que ya se llevaron a cabo.

## Ayuntamiento de Veracruz, Veracruz.

### 11. Ayuntamiento de Veracruz, Veracruz

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
105.	En Verano, Nuestro Puerto está de moda.	Del 29/04/2025 al 31/07/2025.	Radio, Televisión, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.), Espectaculares, Parabuses	Difundir centros o actividades turísticas.	Se promoverán los atractivos y actividades recreativas del puerto de Veracruz para que más turistas nos visiten durante el verano.	INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<b>Procedente.</b> 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.  En ese sentido, se concibe la educación como una forma integral del ser humano, que no se reduce a la educación recibida con la actividad

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							<p>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 del Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones.</p> <p>En consecuencia, resulta evidente que la promoción del Puerto de Veracruz, en relación con 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>En virtud de lo anterior, la presente campaña tiene como finalidad promover actividades de índole</p>

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							<p>cultural, relacionadas con el Puerto de Veracruz.</p> <p>Por lo que se considera que existen razones suficientes para catalogarla como excepción a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental. Sirva de sustento legal la Tesis LXII/2016 de rubro:</p> <p><b>“PROPAGANDA GUBERNAMENTAL. LA INVITACIÓN A UNA CELEBRACIÓN DE CARÁCTER CULTURAL Y SOCIAL, NO VIOLA LA PROHIBICIÓN CONSTITUCIONAL DE DIFUNDIRLA EN PROCESO ELECTORAL”.</b></p> <p>Lo anterior, en el entendido de que la temporalidad de su difusión no podrá ir más allá del día del evento, o último día de los eventos, al no existir justificación sobre la necesidad de difundir, en el periodo de prohibición, actividades que ya se llevaron a cabo.</p>

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
106.	Carnaval de Veracruz.	Del 29/04/2025 al 06/07/2025.	Radio, Televisión, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.), Espectaculares, Parabuses.	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	Se promoverán los atractivos y actividades recreativas del puerto de Veracruz para que más turistas nos visiten durante el carnaval.	INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<p><b>Procedente.</b> En caso de tratarse de la difusión de la realización de un evento y las directrices en las que este se va a llevar a cabo, de acuerdo con lo establecido en la Tesis LXII/2016 del TEPJF de rubro <i>“Propaganda gubernamental. La invitación a una celebración de carácter cultural y social no viola la prohibición constitucional de difundirla en proceso electoral”</i>, este tipo de propaganda puede ser difundida, siempre y cuando se observen los criterios administrativos y jurisdiccionales detallados en este mismo Acuerdo.</p> <p>Lo anterior, en el entendido de que la temporalidad de su difusión no podrá ir más allá del día del evento, o último día de los eventos, al no existir justificación sobre la necesidad de difundir, en el periodo de prohibición, actividades que ya se llevaron a cabo.</p>

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
107.	Para disfrutar del mar, nuestro puerto está de moda.	Del 29/04/2025 al 29/08/2025.	Radio, Televisión, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.), Espectaculares, Parabuses.	Difundir centros o actividades turísticas.	Se promoverán los atractivos y actividades recreativas del puerto de Veracruz para que más turistas nos visiten para disfrutar del mar.	INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<p><b>Procedente.</b> 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>En ese sentido, se concibe la educación como una forma integral del ser humano, que no se reduce a la educación recibida con 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 del Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas</p>

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							<p>sus manifestaciones y expresiones.</p> <p>En consecuencia, resulta evidente que la promoción del Puerto de Veracruz, en relación con 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>En virtud de lo anterior, la presente campaña tiene como finalidad promover actividades de índole cultural, relacionadas con el Puerto de Veracruz.</p> <p>Por lo que se considera que existen razones suficientes para catalogarla como excepción a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental. Sirva de sustento legal la Tesis LXII/2016 de rubro:  <b>“PROPAGANDA GUBERNAMENTAL. LA INVITACIÓN A UNA</b></p>

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							<p><b>CELEBRACIÓN DE CARÁCTER CULTURAL Y SOCIAL, NO VIOLA LA PROHIBICIÓN CONSTITUCIONAL DE DIFUNDIRLA EN PROCESO ELECTORAL”.</b></p> <p>Lo anterior, en el entendido de que la temporalidad de su difusión no podrá ir más allá del día del evento, o último día de los eventos, al no existir justificación sobre la necesidad de difundir, en el periodo de prohibición, actividades que ya se llevaron a cabo.</p>
108.	Para vivir la cultura y las artes, nuestro puerto está de moda.	Del 28/04/2025 al 09/09/2025.	Radio, Televisión, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.), Espectaculares, Parabuses.	Promover actividades y carteleras culturales.	Se promoverán las actividades y carteleras artísticas y culturales con la finalidad que locales y turistas participen en ellas.	INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024	<p><b>Procedente.</b> 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>En ese sentido, se concibe la educación como una forma integral del ser humano, que no se</p>

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							<p>reduce a la educación recibida con 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 del Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones.</p> <p>En consecuencia, resulta evidente que la promoción del Puerto de Veracruz, en relación con 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>En virtud de lo anterior, la presente</p>

Número	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							<p>campaña tiene como finalidad promover actividades de índole cultural, relacionadas con la promoción de actividades y carteleras artísticas y culturales en el Puerto de Veracruz.</p> <p>Por lo que se considera que existen razones suficientes para catalogarla como excepción a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental. Sirva de sustento legal la Tesis LXII/2016 de rubro:</p> <p><b>“PROPAGANDA GUBERNAMENTAL. LA INVITACIÓN A UNA CELEBRACIÓN DE CARÁCTER CULTURAL Y SOCIAL, NO VIOLA LA PROHIBICIÓN CONSTITUCIONAL DE DIFUNDIRLA EN PROCESO ELECTORAL”.</b></p> <p>Lo anterior, en el entendido de que la temporalidad de su difusión no podrá ir más allá del día del evento, o último día de los eventos, al no existir justificación sobre la necesidad</p>

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							de difundir, en el periodo de prohibición, actividades que ya se llevaron a cabo.
109.	Prevenir es mejor.	Del 29/04/2025 al 10/06/2025.	Radio, Televisión, Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.)	Difundir medidas preventivas en materia de salud y protección civil.	Se describirán consejos sobre medidas de prevención en materia de salud y protección civil.		<b>Procedente.</b> 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: <i>“...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,</i>

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
							<p>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...".</p> <p>En ese sentido, la campaña guarda relación con el concepto de protección civil, ya que tiene como finalidad difundir acciones preventivas para salvaguardar la vida e integridad de la población.</p> <p>Lo anterior, porque del mismo formulario se advierte que el motivo es poder dar a conocer lo que se implementará y establecerá como mecanismos de seguridad pública y protección civil que salvaguarden y protejan a la sociedad en general y turistas.</p>

## Ayuntamiento de Zaragoza, Veracruz.

### 12. Ayuntamiento de Zaragoza, Veracruz

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
110.	Feria Anual de San Isidro Labrador 2025.	Del 15/04/2025 al 15/10/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.), Impreso (periódico, revista, suplemento, pancarta, tríptico, boletín, cartel, etc.), pinta de bardas y perifoneo local.	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	Invitación al pueblo en general a la celebración cultural en honor a san isidro labrador, bailes populares, cabalgata, coronación de la reyna, juegos pirotécnicos, feria, ventas, juegos mecánicos, turismo.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024.	<b>Improcedente:</b> Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales e impresos.
111.	10 de Mayo celebración día de las madres.	Del 01/05/2025 al 11/05/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.)	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	El Municipio de Zaragoza, Ver., como cada año celebra el 10 de Mayo día de las madres, en donde se les entrega diversos regalos y se cuenta con show en el parque central Rafael Hernández Ochoa.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024.	<b>Improcedente:</b> Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales e impresos.

Núm.	Nombre de la campaña	Temporalidad de difusión	Medio de difusión	Objetivo de la campaña	Descripción de la campaña	Acuerdo INE	Calificación
112.	Celebración 30 de abril Día del Niño.	Del 15/04/2025 al 30/04/2025.	Digital (Web, Facebook, Twitter, WhatsApp, YouTube, Instagram, TikTok, etc.)	Difundir la invitación a un evento de carácter social o cultural.	Difusión de la celebración del 30 de Abril día del niño.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG43/2022 e INE/CG228/2024.	<b>Improcedente:</b> Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino plataformas digitales e impresos.

28. La propaganda gubernamental, cuya difusión sea procedente, no podrá incluir nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier persona servidora pública, 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, eslogans 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.

29. Aún sin mediar la solicitud prevista en el Acuerdo INE/CG559/2023, 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, a las normas reglamentarias emitidas por este Consejo General.
30. Cualquier contravención a lo señalado en el presente instrumento se procederá conforme al Libro Octavo de la LGIPE.

31. En el presente Acuerdo y en el identificado con la clave INE/CG559/2023 se detallaron los conceptos jurisdiccionales, criterios administrativos y 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 siete de febrero de dos mil veinticinco, por lo que cualquier solicitud presentada después de la fecha señalada será desechada por la DEPPP bajo dicha causal, no obstante, a efecto de dar

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, temporalidad, vigencia, generalidad, fundamentación y motivación, así como el medio de difusión que complementan las interpretaciones realizadas por la Sala Superior y por este Instituto.

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

### Estado de Veracruz

Núm.	Dependencia	Campaña	Fecha en que se recibieron
1	Ayuntamiento de Tlalixcoyan	Torneos deportivos para fomentar la salud.	08/02/2025
2	Sistema Municipal DIF del Municipio de Huatusco	Celebración del día del niño, evento social o cultural.	10/02/2025
3	Sistema Municipal DIF del Municipio de Huatusco	Celebración del día de las madres, evento social o cultural.	10/02/2025
4	Ayuntamiento de Córdoba	Celebración del día mundial de la tierra.	10/02/2025
5	Comisión Municipal de Agua Potable y Saneamiento del Municipio de Huatusco	Educación cívica y cuidado del agua.	10/02/2025

32. Por último, en el presente Acuerdo, así como en el identificado con la clave INE/CG559/2023 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, las solicitudes recibidas de manera física o por correo electrónico, sin utilizar el formulario aprobado o no se refieran las razones excepcionales por las que no se remitieron mediante el formulario electrónico serán desechadas por la DEPPP bajo dicha causal, no obstante, a efecto de dar claridad y certeza, se mencionan aquellas solicitudes que se recibieron de manera física 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 por este Instituto.

Las campañas que comprenden las solicitudes recibidas de manera física y por correo electrónico son las siguientes:

### Estado de Veracruz

Núm.	Dependencia	Campaña	Medio de recepción
1	Ayuntamiento de Coatzacoalcos	Expo Feria	Formulario recibido por escrito
2	Ayuntamiento de Coatzacoalcos	Expo Papalotl	Formulario recibido por escrito
3	Ayuntamiento de Coatzacoalcos	Playa incluyente	Formulario recibido por escrito
4	Ayuntamiento de Coatzacoalcos	Operativo Semana Santa 2025	Formulario recibido por escrito
5	Ayuntamiento de Coatzacoalcos	Día del niño	Formulario recibido por escrito
6	Ayuntamiento de Coatzacoalcos	Día de las madres	Formulario recibido por escrito
7	Ayuntamiento de Coatzacoalcos	Día de las madres	Formulario recibido por escrito
8	Ayuntamiento de Coatzacoalcos	Día del maestro	Formulario recibido por escrito
9	Ayuntamiento de Coatzacoalcos	Programa de regularización y apoyo	Formulario recibido por escrito
10	Ayuntamiento de Coatzacoalcos	Tour Quetzalcoatl	Formulario recibido por escrito
11	Ayuntamiento de Coatzacoalcos	Asambleas comunitarias informativas en 7 colonias de Coatzacoalcos	Formulario recibido por escrito
12	Ayuntamiento de Coatzacoalcos	Servicio Militar Nacional 2025	Formulario recibido por escrito
13	Ayuntamiento de Coatzacoalcos	Día del Trabajo	Formulario recibido por escrito
14	Ayuntamiento de Coatzacoalcos	Día de la Batalla de Puebla	Formulario recibido por escrito
15	Ayuntamiento de Coatzacoalcos	Día internacional de la enfermera	Formulario recibido por escrito
16	Ayuntamiento de Coatzacoalcos	Día de la Marina	Formulario recibido por escrito
17	Ayuntamiento de Coatzacoalcos	Día de la Educadora	Formulario recibido por escrito
18	Ayuntamiento de Minatitlán	La Feria del Libro"	Formulario recibido por correo electrónico
19	Ayuntamiento de Minatitlán	"DÍA DEL MAESTRO"	Formulario recibido por correo electrónico
20	Ayuntamiento de Minatitlán	"DÍA DE LA DANZA"	Formulario recibido por correo electrónico
21	Ayuntamiento de Minatitlán	"Mina fest"	Formulario recibido por correo electrónico
22	Ayuntamiento de Minatitlán	"La feria del dulce"	Formulario recibido por correo electrónico
23	Ayuntamiento de Papantla	Capacitación y concientización a la población sobre quemas forestales.	Formulario recibido por correo electrónico
24	Ayuntamiento de Papantla	Capacitación contra incendios.	Formulario recibido por correo electrónico
25	Ayuntamiento de Papantla	Simulacros en temas de protección civil.	Formulario recibido por correo electrónico
26	Ayuntamiento de Papantla	Riesgo de uso de pirotecnia.	Formulario recibido por correo electrónico

Núm.	Dependencia	Campaña	Medio de recepción
27	Ayuntamiento de Papantla	Evaluación de vivienda en riesgo.	Formulario recibido por correo electrónico
28	Ayuntamiento de Papantla	Capacitación de primeros auxilios.	Formulario recibido por correo electrónico
29	Ayuntamiento de Papantla	Reducción de riesgos de microempresas.	Formulario recibido por correo electrónico
30	Ayuntamiento de Papantla	Día mundial de la conciencia sobre el autismo.	Formulario recibido por correo electrónico
31	Ayuntamiento de Papantla	Estrategia municipal de prevención del suicidio.	Formulario recibido por correo electrónico
32	Ayuntamiento de Papantla	Reunión mensual del Subcomité Interinstitucional de dengue.	Formulario recibido por correo electrónico
33	Ayuntamiento de Papantla	Día internacional de la lucha contra el maltrato infantil.	Formulario recibido por correo electrónico
34	Ayuntamiento de Papantla	Jornada Nacional de Vacunación antirrábica canina y felina.	Formulario recibido por correo electrónico
35	Ayuntamiento de Papantla	Semana de Vacunación de las Américas.	Formulario recibido por correo electrónico
36	Ayuntamiento de Papantla	Mes de superviviente del cáncer infantil.	Formulario recibido por correo electrónico
37	Ayuntamiento de Papantla	Día mundial del medio ambiente.	Formulario recibido por correo electrónico
38	Ayuntamiento de Papantla	Día mundial del cáncer de próstata.	Formulario recibido por correo electrónico
39	Ayuntamiento de Papantla	Día mundial de la donación la leche humana.	Formulario recibido por correo electrónico
40	Ayuntamiento de Papantla	Día mundial del donante de sangre.	Formulario recibido por correo electrónico
41	Ayuntamiento de Papantla	Día internacional de la partera.	Formulario recibido por correo electrónico
42	Ayuntamiento de Papantla	Día nacional de la salud materno perinatal.	Formulario recibido por correo electrónico
43	Ayuntamiento de Papantla	Día internacional de la enfermería.	Formulario recibido por correo electrónico
44	Ayuntamiento de Papantla	Día mundial de la Hipertensión.	Formulario recibido por correo electrónico
45	Ayuntamiento de Papantla	Concursos de escoltas de nivel federal y estatal.	Formulario recibido por correo electrónico
46	Ayuntamiento de Papantla	Cuidado del Agua y medio ambiente.	Formulario recibido por correo electrónico
47	Ayuntamiento de Papantla	Demostración de cuentacuentos en nivel secundaria.	Formulario recibido por correo electrónico
48	Ayuntamiento de Papantla	Desfile de Aniversario de la Batalla de Puebla.	Formulario recibido por correo electrónico
49	Ayuntamiento de Papantla	Desfile del día del trabajo.	Formulario recibido por correo electrónico
50	Ayuntamiento de Papantla	Feria del Corpus Christi.	Formulario recibido por correo electrónico
51	Ayuntamiento de Papantla	Feria de la Lectura.	Formulario recibido por correo electrónico

Núm.	Dependencia	Campaña	Medio de recepción
52	Ayuntamiento de Papantla	Festejo del día del maestro.	Formulario recibido por correo electrónico
53	Ayuntamiento de Papantla	Desfile día del Trabajo.	Formulario recibido por correo electrónico
54	Ayuntamiento de Papantla	Carnaval de la Alegría.	Formulario recibido por correo electrónico
55	Ayuntamiento de Papantla	Desfile conmemorativo a la batalla del 5 de mayo.	Formulario recibido por correo electrónico
56	Ayuntamiento de Papantla	Día de la Madre	Formulario recibido por correo electrónico
57	Ayuntamiento de Papantla	Festejo día del maestro.	Formulario recibido por correo electrónico
58	Ayuntamiento de Papantla	30 de abril día del niño.	Formulario recibido por correo electrónico
59	Ayuntamiento de Papantla	Rancho Fest Festival Playero.	Formulario recibido por correo electrónico
60	Ayuntamiento de Cotaxtla	Honores a la bandera todos los lunes y fechas conmemorativas del año.	Formulario recibido por correo electrónico
61	Ayuntamiento de Cotaxtla	Aplicación de exámenes y entrega de certificados de IVEA.	Formulario recibido por correo electrónico
62	Ayuntamiento de Cotaxtla	Prevención de Incendio de pastizales en esta temporada de Estiaje y Sequia.	Formulario recibido por correo electrónico
63	Ayuntamiento de Cotaxtla	Semana Santa 2025.	Formulario recibido por correo electrónico
64	Ayuntamiento de Cotaxtla	Estado del tiempo.	Formulario recibido por correo electrónico
65	Ayuntamiento de Cotaxtla	Estado del tiempo.	Formulario recibido por correo electrónico
66	Ayuntamiento de Cotaxtla	Estado del tiempo.	Formulario recibido por correo electrónico
67	Ayuntamiento de Soconusco	Preventivo feria cultural de la sal 2025.	Formulario recibido por correo electrónico
68	Ayuntamiento de Soconusco	Presentación de candidatos feria cultural de la sal 2025.	Formulario recibido por correo electrónico
69	Ayuntamiento de Soconusco	Invitación de presentación de candidatos feria cultural de la sal 2025.	Formulario recibido por correo electrónico
70	Ayuntamiento de Soconusco	Invitación de paseo de carros alegóricos feria cultural de la sal 2025.	Formulario recibido por correo electrónico
71	Ayuntamiento de Soconusco	Elección de reyes de la feria cultural de la sal 2025.	Formulario recibido por correo electrónico
72	Ayuntamiento de Soconusco	Baile de coronación de la feria cultural de la sal 2025.	Formulario recibido por correo electrónico
73	Ayuntamiento de Soconusco	Invitación de Pabellón de la feria cultural de la sal 2025.	Formulario recibido por correo electrónico
74	Ayuntamiento de Soconusco	Invitación de cabalgata de la feria cultural de la sal 2025.	Formulario recibido por correo electrónico
75	Ayuntamiento de Soconusco	Invitación rodeo baile de la feria cultural de la sal 2025.	Formulario recibido por correo electrónico
76	Ayuntamiento de Choapas	"Como evitar el golpe de calor", "Sigamos previniendo el dengue".	Formulario recibido por correo electrónico

Núm.	Dependencia	Campaña	Medio de recepción
77	Ayuntamiento de Huatusco	Celebración del día del Niño, evento social o cultural.	Formulario recibido por correo electrónico
78	Ayuntamiento de Huatusco	Celebración del día de las Madres, evento social o cultural.	Formulario recibido por correo electrónico

Fundamentos para emitir el acuerdo:

<b><i>Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos</i></b>
Artículos 41, párrafo segundo, Base III, primer párrafo, apartados A, B y C, segundo párrafo; Base V, Apartado A, párrafo primero y 134, párrafos séptimo y octavo
<b><i>Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales</i></b>
Artículos 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, párrafo 1, inciso a); 183, numeral 7 y 209, numeral 1
<b><i>Ley General de Partidos Políticos</i></b>
Artículo 23, numeral 1, inciso d); 26, numeral 1, inciso a) y 49
<b><i>Ley General de Comunicación Social</i></b>
Artículos 3; 6, 8, inciso IV y 21
<b><i>Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral</i></b>
Artículos 5, numeral 1 y 2; 6 numerales 1, inciso a), 4, inciso r); 7, numerales 7, 8 y 12

De acuerdo con los antecedentes, consideraciones y fundamentos señalados, este Consejo General emite el siguiente:

## ACUERDO

**PRIMERO.** Se responde a las consultas formuladas en materia de propaganda gubernamental, relacionadas con lo dispuesto en el artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, para el Proceso Electoral Local 2024-2025 en el estado de Veracruz, conforme a lo establecido en los puntos subsecuentes de este Acuerdo.

**SEGUNDO.** En términos de lo dispuesto en la parte final de la Jurisprudencia 18/2011, emitida por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, las campañas de información, servicios educativos, de salud y las de protección civil en caso de emergencia, a que se refieren los artículos 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C, segundo párrafo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 209, párrafo 1 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales; 21 de la Ley General de Comunicación Social y 7, numeral 8 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, deberán colmar los principios de equidad e imparcialidad que rigen los procesos electorales.

**TERCERO.** Deberá suprimirse o retirarse toda propaganda gubernamental en todos los medios de comunicación social, tanto del gobierno federal, de los estados, como de los municipios, y de cualquier otro ente público, en los términos y con las excepciones establecidas en el artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C, párrafo segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, a partir del nueve de abril y hasta el primero de junio de dos mil veinticinco, incluyendo las emisoras de radio y canales de televisión previstos en el Catálogo señalado en el Antecedente V del presente Acuerdo.

**CUARTO.** Se establecen las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental prevé el artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C, segundo párrafo, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, siempre y cuando no incluyan nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier persona servidora pública, ni contengan logotipos, eslogans o cualquier otro tipo de referencias al gobierno federal o a algún otro gobierno o administración, o a sus campañas institucionales, conforme ha quedado precisado en el punto considerativo 27, en específico en la columna denominada calificación del análisis que se realizó agrupado por cada dependencia o entidad del gobierno federal, estatal y municipal solicitante.

**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 puedan incidir de manera positiva o negativa en el resultado de la jornada electoral, o bien elementos de propaganda personalizada de alguna persona servidora pública.
- b) No podrá difundir logros de gobierno, obra pública, ni emitir información dirigida a justificar o convencer a la población de la pertinencia o logros de una administración en los diversos niveles de gobierno.

- c) Su contenido se limitará a identificar el nombre de la institución de que se trata sin hacer alusión a cualquiera de las frases, imágenes, voces o símbolos que pudieran ser constitutivos de propaganda política o electoral.
- d) La propaganda podrá incluir el nombre de la dependencia y su escudo oficial como medio identificativo, siempre y cuando éstos no se relacionen de manera directa con la gestión de algún gobierno o administración federal o local.
- e) La propaganda no podrá contener logotipos, eslogans 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 persona servidora pública alguna.
- f) La propaganda exceptuada mediante este acuerdo, en todo momento, deberá tener fines informativos sobre la prestación de un servicio, alguna campaña de educación o de orientación social, por lo que no está permitida la exaltación, promoción o justificación de algún programa o logro obtenido en los gobiernos local o federal o de alguna administración específica.
- g) La difusión de la propaganda que se encuadre en los supuestos establecidos en el artículo 41, Base III, Apartado C, segundo párrafo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, deberá hacerse durante el periodo que sea estrictamente indispensable para cumplir con sus objetivos.

**SEXTO.** Se consideran improcedentes para difundirse a partir del nueve de abril y hasta el primero de junio de dos mil veinticinco las campañas institucionales, conforme ha quedado precisado en el punto considerativo 27, en específico en la columna denominada calificación del análisis que se realizó agrupado por cada dependencia o entidad del gobierno estatal y municipal solicitante, en que se califica como Improcedente.

**SÉPTIMO.** Aún sin mediar la solicitud prevista en el Acuerdo INE/CG559/2023, 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, a las normas reglamentarias emitidas por este Consejo General.

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

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

**DÉCIMO.** Durante la emisión radiofónica denominada “La Hora Nacional” deberá suprimirse toda alusión a propaganda de poderes públicos o de cualquier ente público desde el inicio de los respectivos periodos de campañas y hasta el día en que se celebre la Jornada Electoral respectiva. Asimismo, no podrán difundirse frases o referencias al gobierno federal o a algún otro gobierno, o a sus campañas institucionales, ni elementos de propaganda personalizada de persona servidora pública alguna. Por otra parte, deben 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 PRIMERO.** El presente Acuerdo entrará en vigor a partir del nueve de abril y concluirá su vigencia al día siguiente de la Jornada Electoral del Proceso Electoral Local 2024-2025 en el estado de Veracruz.

**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 garantizar las personas servidoras públicas, poderes estatales, municipios y cualquier otro ente público.

**DÉCIMO TERCERO.** Se instruye a la Secretaría Ejecutiva para que, por conducto de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, notifique el presente Acuerdo a los concesionarios que se incluyen en el Catálogo Nacional de emisoras de radio y canales de televisión aprobado por el Comité de Radio y Televisión mediante acuerdo identificado con la clave INE/ACRT/40/2024, el cual se actualiza mensualmente por dicho órgano colegiado. Lo anterior, de conformidad con el artículo 48, numeral 3 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral.

**DÉCIMO CUARTO.** Se faculta a la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos para que notifique de manera electrónica a los poderes federales y estatales, así como a los municipios y cualquier otro ente público que haya presentado solicitudes mediante formulario electrónico, a los correos electrónicos que se identifican en los formularios electrónicos.

**DÉCIMO QUINTO.** Se desechan por extemporáneas las solicitudes detalladas en el considerando 30 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 SEXTO.** Se faculta a la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos para que comunique a los poderes federales y estatales, así como a los municipios y cualquier otro ente público que hayan presentado su solicitud de manera física o por correo electrónico, su desechamiento en términos del considerando 31.

Se instruye a la Secretaría Ejecutiva para que, una vez finalizada la Jornada Electoral, rinda un informe sobre el número de solicitudes desechadas por extemporaneidad, adicionales a las señaladas en el presente Acuerdo.

**DÉCIMO SÉPTIMO.** Se instruye a la Secretaría Ejecutiva a que implemente las medidas necesarias para la oportuna publicación de un extracto del presente Acuerdo en el DOF.

El presente Acuerdo fue aprobado en lo general en sesión extraordinaria del Consejo General celebrada el 19 de febrero de 2025, por votación unánime de las y los Consejeros Electorales, Maestro Arturo Castillo Loza, Norma Irene De La Cruz Magaña, Doctor Uuc-kib Espadas Ancona, Maestro José Martín Fernando Faz Mora, Carla Astrid Humphrey Jordan, Maestra Rita Bell López Vences, Maestro Jorge Montaña Ventura, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas, Maestro Jaime Rivera Velázquez, Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez y de la Consejera Presidenta, Licenciada Guadalupe Taddei Zavala.

Se aprobó en lo particular calificar como procedente la campaña del Considerando 27, numeral 5 respecto de la “Promoción y Difusión ARSPS.”, en los términos del Proyecto de Acuerdo originalmente circulado, por siete votos a favor de las y los Consejeros Electorales, Norma Irene De La Cruz Magaña, Doctor Uuc-kib Espadas Ancona, Maestro José Martín Fernando Faz Mora, Carla Astrid Humphrey Jordan, Maestro Jorge Montaña Ventura, Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez y de la Consejera Presidenta, Licenciada Guadalupe Taddei Zavala y, cuatro votos en contra de las y los Consejeros Electorales, Maestro Arturo Castillo Loza, Maestra Rita Bell López Vences, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas y Maestro Jaime Rivera Velázquez.

Se aprobó en lo particular calificar como procedente la campaña del Considerando 27, numeral 14 respecto de “Este 2025 ¡Regularízate!”, en los términos del Proyecto de Acuerdo originalmente circulado, por diez votos a favor de las y los Consejeros Electorales, Maestro Arturo Castillo Loza, Norma Irene De La Cruz Magaña, Doctor Uuc-kib Espadas Ancona, Maestro José Martín Fernando Faz Mora, Carla Astrid Humphrey Jordan, Maestra Rita Bell López Vences, Maestro Jorge Montaña Ventura, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas, Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez y de la Consejera Presidenta, Licenciada Guadalupe Taddei Zavala y, un voto en contra del Consejero Electoral, Maestro Jaime Rivera Velázquez.

**LA CONSEJERA PRESIDENTA  
DEL CONSEJO GENERAL**

**LA SECRETARIA DEL  
CONSEJO GENERAL**

**LIC. GUADALUPE TADDEI  
ZAVALA**

**DRA. CLAUDIA ARLETT  
ESPINO**