

INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL

ACUERDO del Consejo General del Instituto Nacional Electoral, mediante el cual se responde a las consultas presentadas al amparo del INE/CG03/2017 relacionadas con propaganda gubernamental para los procesos electorales locales 2021-2022 de los estados de Aguascalientes, Durango, Hidalgo, Oaxaca, Quintana Roo y Tamaulipas.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Instituto Nacional Electoral.- Consejo General.- INE/CG197/2022.

ACUERDO DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL, MEDIANTE EL CUAL SE RESPONDE A LAS CONSULTAS PRESENTADAS AL AMPARO DEL INE/CG03/2017 RELACIONADAS CON PROPAGANDA GUBERNAMENTAL PARA LOS PROCESOS ELECTORALES LOCALES 2021-2022 DE LOS ESTADOS DE AGUASCALIENTES, DURANGO, HIDALGO, OAXACA, QUINTANA ROO Y TAMAULIPAS

GLOSARIO

CENSIA	Centro Nacional para la Salud de la Infancia y la Adolescencia
Comité/CRT	Comité de Radio y Televisión del Instituto Nacional Electoral
CNTS	Centro Nacional de la Transfusión Sanguínea
Consejo General	Consejo General del Instituto Nacional Electoral
CONAFOR	Comisión Nacional Forestal
CONAGUA	Comisión Nacional del Agua
CONAFE	Consejo Nacional de Fomento Educativo
CONAPO	Consejo Nacional de Población
CONAPRED	Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación
CONSAR	Comisión Nacional del Sistema del Ahorro para el Retiro
CPEUM/Constitución	Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
DEPPP	Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos
IFT	Instituto Federal de Telecomunicaciones
INBAL	Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura
INE/Instituto	Instituto Nacional Electoral
INAH	Instituto Nacional de Antropología e Historia
INALI	Instituto Nacional de Lenguas Indígenas
IMSS	Instituto Mexicano del Seguro Social
IPN	Instituto Politécnico Nacional
ISSSTE	Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado
JGE	Junta General Ejecutiva del Instituto Nacional Electoral
LGCS	Ley General de Comunicación Social
LGIPE	Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales
LGPP	Ley General de Partidos Políticos
LOTENAL	Lotería Nacional
OPL	Organismos Públicos Locales Electorales
Reglamento/RRTM	Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral
Sala Superior	Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.
SEP	Secretaría de Educación Pública
SENER	Secretaría de Energía
SEGOB	Secretaría de Gobernación
SHCP	Secretaría de Hacienda y Crédito Público
SICT	Secretaría de Infraestructura, Comunicaciones y Transportes
SEMARNAT	Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales

ANTECEDENTES

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

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

- II. **Aprobación del Plan Integral y los Calendarios de los Procesos Electorales Locales 2021-2022.** El veintiocho de julio de dos mil veintiuno en sesión ordinaria, el Consejo General aprobó el *“Acuerdo [...] por el que se aprueba el Plan Integral y los Calendarios de Coordinación de los Procesos Electorales Locales 2021-2022 en los estados de Aguascalientes, Durango, Hidalgo, Oaxaca, Quintana Roo y Tamaulipas”* identificado con la clave INE/CG1421/2021.

- III. **Facultad de atracción del INE.** El veinte de octubre de dos mil veintiuno, en sesión extraordinaria, el Consejo General aprobó la *Resolución [...] por el que se aprueba ejercer la facultad de atracción para determinar fechas únicas de conclusión del periodo de precampañas y para recabar apoyo de la ciudadanía para las candidaturas independientes, durante los Procesos Electorales Locales 2021-2022 en Aguascalientes, Durango, Hidalgo, Oaxaca, Quintana Roo y Tamaulipas*, identificada con la clave INE/CG1601/2021. En el punto resolutivo PRIMERO se establece lo siguiente:

PRIMERO. *Se ejerce la facultad de atracción para determinar fechas únicas de conclusión del periodo de precampañas y del periodo para recabar apoyo de la ciudadanía para las candidaturas independientes, durante los Procesos Electorales Locales 2021-2022 en Aguascalientes, Durango, Hidalgo, Oaxaca, Quintana Roo y Tamaulipas, conforme a los siguientes calendarios:*

<i>Entidades</i>	<i>Fecha fin de precampaña</i>	<i>Fecha fin para solicitar apoyo de la ciudadanía</i>
<i>Aguascalientes, Durango, Hidalgo, Oaxaca, Quintana Roo y Tamaulipas</i>	<i>Jueves, 10 de febrero de 2022</i>	<i>Jueves, 10 de febrero de 2022</i>

- IV. **Catálogo Nacional de Emisoras.** El veinticinco de noviembre de dos mil veintiuno, en la décimo primera sesión ordinaria, el Comité aprobó el *“Acuerdo [...] por el que se declara la vigencia del Marco Geográfico Electoral relativo a los mapas de cobertura, se aprueba el Catálogo Nacional de estaciones de radio y canales de televisión que participarán en la cobertura de los Procesos Electorales Locales Ordinarios 2021-2022 y el Periodo Ordinario durante 2022, y se actualiza el Catálogo de Concesionarios autorizados para transmitir en idiomas distintos al español y de aquellos que transmiten en lenguas indígenas nacionales que notifiquen el aviso de traducción a dichas lenguas”*, identificado como INE/ACRT/47/2021. Publicación ordenada mediante el diverso INE/CG1733/2021.

- V. **Solicitud del Senado de la República.** El veintiséis de enero de dos mil veintidós, mediante oficio LXV/CCS/025/2022, el Coordinador de Comunicación Social del Senado solicitó que su campaña *“¡Ahora es ley!: Salud y Bienestar”* fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

- VI. **Solicitud del Ayuntamiento de Durango, Durango.** El veintiséis de enero de dos mil veintidós, mediante oficio DMAF/4765/01/2022, la Directora Municipal de Administración y Finanzas del mencionado Ayuntamiento solicitó que su campaña *“Descuentos por pronto pago”*¹ fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

¹ No presentó formulario.

Adicionalmente, el quince de marzo de dos mil veintidós, mediante oficio sin número, la Directora del Instituto Municipal del Arte y la Cultura del mencionado ayuntamiento solicitó al OPLE de Durango, que su campaña “Festival Internacional Ricardo Castro”² fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Dicha solicitud fue remitida el veinticinco de marzo de dos mil veintidós al INE.

VII. Solicitud del Gobierno del estado de Oaxaca. El veintiocho de enero de dos mil veintidós, mediante oficio SDIFO/DG/DJ/0026/2022, el Director Jurídico del Sistema DIF Oaxaca solicitó que dos (2) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Pon un alto a la Pornografía Infantil”, y
- 2) “Rompe la cadena de trata”.

Igualmente, el dos de febrero de dos mil veintidós, mediante oficio SIPINNA/OAX/SE/0099/2022, la Secretaría Ejecutiva del Sistema Local de Protección Integral de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes del mencionado estado solicitó que la campaña “ASINO #YoSíTeCreo” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.³

Adicionalmente, el veintitrés de febrero de dos mil veintidós, mediante oficio ST/SOT/006/2022, la Subsecretaría de Operación Turística de la Secretaría de Turismo del Poder Ejecutivo del mencionado gobierno solicitó que la campaña “Campaña de Promoción Turística del estado de Oaxaca” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.⁴

Asimismo, el veinticinco de febrero de dos mil veintidós, mediante oficio CGCSV/70/2022, el Coordinador General de Comunicación Social y Vocero del Gobierno del mencionado estado solicitó que doce (12) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Actividades de Artes Escénicas”;
- 2) “Conciertos de música clásica a través de la orquesta sinfónica de Oaxaca”;
- 3) “Conciertos de música tradicional a través de la orquesta primavera de Oaxaca”;
- 4) “Conciertos de música tradicional y popular a través de la banda de música del estado”;
- 5) “Cultura en tu colonia, barrio y municipio”;
- 6) “Presentaciones de la Compañía estatal de danza contemporánea”;
- 7) “Presentaciones de la Compañía estatal de danza costumbrista”;
- 8) “Festival de Primavera Rodolfo Morales”;
- 9) “La Guelaguetza (Convocatoria Diosa Centéotl 2022)”;
- 10) “Presentaciones de los miércoles del danzón (marimba del estado de Oaxaca)”;
- 11) “Exposición de orfebrería de plata”, y
- 12) “Exposición de talladores de hueso”.

Del mismo modo, el dos de marzo de dos mil veintidós, mediante oficio SCAO/SPE/UJ/060/2022, el Jefe de la Unidad Jurídica de la Secretaría de las Culturas y Artes del mencionado estado solicitó que cinco (5) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Guelaguetza”;
- 2) “Campaña de Promoción Turística del estado de Oaxaca”;⁵
- 3) “Vacunación COVID”;
- 4) “Promoción cultural de Oaxaca”, y
- 5) “Protección Civil”.

² No presentó formulario.

³ No presentó formulario.

⁴ El tres de marzo del presente año, mediante oficio ST/SOT/009/2022, la misma servidora pública del estado remitió de nueva cuenta la misma solicitud y formulario.

⁵ Se trata de la misma campaña del oficio ST/SOT/006/2022.

También, el mismo día, mediante oficio CG/DES/0134/2022, el Coordinador General de Educación Media Superior y Superior, Ciencia y Tecnología del mencionado gobierno solicitó que la campaña “Becas para la carrera de Medicina en la Universidad Anáhuac Oaxaca. Convocatoria 2022” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

Finalmente, el cuatro de marzo de dos mil veintidós, mediante oficio ICAPET/DG/093/2022, el Director General del Instituto de Capacitación y Productividad para el Trabajo del mencionado estado solicitó que la campaña “Convocatorias para los diversos cursos de capacitación para el trabajo y certificación de competencias laborales de conformidad con la oferta educativa del ICAPET” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

VIII. Solicitudes de SEGOB y diversas dependencias de la Administración Pública Federal. El catorce de febrero de dos mil veintidós, mediante oficio SG/UNMC/010/2022, el Titular de la Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación de la SEGOB remitió diecinueve (19) solicitudes de diversas dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, así como los formularios y soportes correspondientes a sus campañas de comunicación social que pretenden difundir durante la campaña, periodo de reflexión y jornada electoral de los Procesos Electorales Locales Ordinarios 2021-2022.

Adicionalmente, el cuatro de marzo del presente año, mediante oficio SC/UNMC/018/2022, el Titular de la Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación de la SEGOB remitió dos (2) solicitudes más del ISSSTE y CENSIA.

Las mencionadas solicitudes son las siguientes:

- 1) **Solicitud CONAFE.** El quince de diciembre de dos mil veintiuno, mediante oficio DCD/212/2021, el Director de Cultura y Difusión de la CONAFE solicitó, a través de la SEP, que la campaña “Captación de aspirantes a líderes para la educación comunitaria” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- 2) **Solicitud CONAPO.** El quince de diciembre de dos mil veintiuno, mediante oficio SG/CPPAI/155/2021, la Coordinadora de Programas de Población y Asuntos Internacionales de la CONAPO solicitó, a través de SEGOB, que la campaña “Derechos sexuales y reproductivos. Versiones: ¡Yo decido! y ¡Yo exijo respeto!” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- 3) **Solicitud CONAFOR.** El tres de enero de dos mil veintidós, mediante oficio CAPE/GCP-60/2022, el Gerente de Comunicación y Producción de la CONAFOR solicitó, a través de la SEMARNAT, que la campaña “Prevención y reporte de incendios forestales. Versiones 2022 A y B” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- 4) **Solicitud de la CONSAR.** El cinco de enero de dos mil veintidós, mediante oficio D00/700/001/2022, la Coordinadora General de Información y Vinculación de la CONSAR solicitó, a través de la SHCP, que su campaña “El SAR lo hacemos todos. Versiones: 1) Conociendo el SAR; 2) Feria de las Afores Mérida; 3) Feria de las Afores Ciudad de México, y 4) Feria de las Afores Monterrey” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- 5) **Solicitud de la SHCP.** El seis de enero de dos mil veintidós, mediante oficio 395-005, el Titular de la Unidad de Comunicación Social y Vocero de la mencionada Secretaría solicitó, a través de la SEGOB, que su campaña “Declaración anual e informativa, versión Declaración anual 2021” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- 6) **Solicitud de la LOTENAL.** El seis de enero de dos mil veintidós, mediante oficio SPPM/00015/2022, el Gerente de Relaciones Públicas y encargado del despacho de la Subdirección de Promoción y Publicidad en Medios de la LOTENAL, a través de la SHCP, remitió cuatro (4) de sus campañas con distintas versiones para que sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- a) “Si juegas, gana México, versiones:
 - i. Historias
 - ii. Asistencia social”;
 - b) “¡Alegría Lotería!, versiones:
 - i. Familia Lotería Nacional Fusionada
 - ii. Marcas de Lotería Nacional
 - iii. Premios
 - iv. Venta en Línea”;
 - c) “Marcas Deportivas, versiones:
 - i. Deportivas Lotería
 - ii. Embajadores”, y
 - d) “Sorteos Especiales, versiones:
 - i. Gran Sorteo Especial
 - ii. Sorteos Tradicionales
 - iii. Pueblos Mágicos”.
- 7) **Solicitud INBAL.** El doce de enero de dos mil veintidós, mediante oficio DDRP/004/2022, la Directora de Difusión y Relaciones Públicas del INBAL solicitó, a través de la Secretaría de Cultura, que la campaña “Difusión de la Cultura y Patrimonio Artístico y Literario” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- 8) **Solicitud INALI.** El doce de enero de dos mil veintidós, mediante oficio INALI.C.C.5.1/002/2022, el Director de Comunicación Social y Enlace del INALI solicitó, a través de la Secretaría de Cultura, que la campaña “Diversidad Lingüística. Versión Decenio Internacional de las Lenguas Indígenas” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- 9) **Solicitud SENER.** El trece de enero de dos mil veintidós, mediante oficio DGCS/112.020/2022, la Directora General de Comunicación Social de la SENER solicitó que la campaña “Horario de verano. Versión: Inicio resto de la República” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- 10) **Solicitud INAH.** El trece de enero de dos mil veintidós, mediante oficio 401.9C.3-2022/009, el Director de Medios de Comunicación del INAH solicitó, a través de la Secretaría de Cultura, que la campaña “Difusión de la Cultura y del Patrimonio Antropológico e Histórico” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- 11) **Solicitud Secretaría de Salud.** El trece de enero de dos mil veintidós, mediante oficio DGCS-56-2022, la Directora General de Comunicación Social de la Secretaría de Salud solicitó, a través de la SEGOB, que la campaña “Promoción de la salud. Versiones varias” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- 12) **Solicitud CNTS.** El trece de enero de dos mil veintidós, mediante oficio CNTS-DG-108-2022, el Director General del CNTS solicitó a través de la Secretaría de Salud, que la campaña “Donación Voluntaria y Altruista de Sangre” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- 13) **Solicitud CONAGUA.** El catorce de enero de dos mil veintidós, mediante oficio B00.10.08, el Coordinador General de Comunicación y Cultura del Agua de la CONAGUA solicitó, a través de la SEMARNAT, que dos (2) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de difusión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:
- 1. “Lluvias y ciclones tropicales 2022. Versión: lluvias y ciclones tropicales 2022”, y
 - 2. “Cultura del agua 2022. Versiones: Cultura del agua 1/2022 y cultura del agua 2/2022”.

- 14) **Solicitud de IPN.** El catorce de enero de dos mil veintidós, mediante oficio CII/021/2022, el Coordinador de Imagen Institucional del IPN solicitó, a través de la SEP, que dos (2) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de difusión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:
 1. “Convocatoria de Ingreso”, y
 2. “Promover la educación virtual”.
- 15) **Solicitud IMSS.** El catorce de enero de dos mil veintidós, mediante oficio 00 9001/GB0000/GB00/2022/0007, el Titular de la Unidad de Comunicación Social del IMSS solicitó, a través de la SEGOB, que la campaña “PreveniMSS. Versión Varias” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- 16) **Solicitud ISSSTE.** El catorce de enero de dos mil veintidós, mediante oficio UCS/003/2022, la Encargada de la Unidad de Comunicación Social del ISSSTE solicitó, a través de la SEGOB, que la campaña “Ya PREVISSSTE. Versión: OKEY” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- 17) **Solicitud SICT.** El catorce de enero de dos mil veintidós, mediante oficio 1.1.-006/2022, la Directora General de Comunicación Social de la SICT solicitó, a través de la SEGOB, que dos (2) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de difusión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:
 1. “Carretera Segura. Versiones: Automóviles, Autotransporte y Accidentes Autos”, y
 2. “Caminos al AIFA”.
- 18) **Solicitud CONAPRED.** El catorce de enero de dos mil veintidós, mediante oficio CONAPRED/SCS/011/2022, el Subdirector de Comunicación Social del CONAPRED solicitó, a través de la SEGOB, que la campaña “La igualdad hace la fuerza. Versión: No dejar a nadie atrás, no dejar a nadie afuera” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- 19) **Solicitud de Secretaría de Cultura.** El catorce de enero de dos mil veintidós, mediante oficio DGCS/EPACS/001/2022, el Director General de Enlace de Comunicación Social y Vocero de la Secretaría de Cultura solicitó, a través de la SEGOB, que la campaña “Actividades y Servicios Culturales” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- 20) **Solicitud CENSIA.** El dos de marzo de dos mil veintidós, mediante oficio CENSIA-0032-2022, el Director General del CENSIA solicitó, a través de la Secretaría de Salud, que la campaña “Promoción de la vacunación” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- 21) **Segunda solicitud ISSSTE.** El dos de marzo de dos mil veintidós, mediante oficio UCS/032/2022, la Encargada de la Unidad de Comunicación Social del ISSSTE solicitó, a través de la SEGOB, que la campaña “Ya PREVISSSTE. Versiones varias” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

IX. Solicitud del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo. El veintidós de febrero de dos mil veintidós, mediante oficio MTBH/CJMA/0067/2022, el Presidente Municipal del mencionado Ayuntamiento solicitó que ciento siete (107) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Operativo cazadores de tormentas”;
- 2) “Si tienes cabeza usa casco”;
- 3) “Conoce tus derechos”;
- 4) “Uno por uno Tulancingo avanza”;
- 5) “Por las esquinas Tulancingo avanza”;
- 6) “Campaña Naranja”;

- 7) "Transporte seguro";
- 8) "Difusión de medidas preventivas en materia de protección civil por fenómenos afectables a la ciudadanía";
- 9) "Taller "Esta era yo"";
- 10) "Conferencia Autoestima de las mujeres";
- 11) "Conferencia Empoderamiento y desarrollo de las mujeres";⁶
- 12) "Convocatoria de dibujo y video "Semana de la mujer y la niña en la ciencia"";
- 13) "Conferencia Derechos Humanos de las Mujeres";⁷
- 14) "Taller Violentómetro";
- 15) "Conferencia Prevención de la Violencia de Género contra las Mujeres";
- 16) "Conferencia. Violencia laboral - Mobbing";
- 17) "Tulancingo sin violencia contra las mujeres";
- 18) "Viernes de la cultura de la legalidad";
- 19) "Registro Avanza a ti, 2do. periodo";
- 20) "Registro Avanza a ti, 1er. periodo";
- 21) "Defunciones por COVID-19";
- 22) "Difusión de cápsulas culturales del archivo histórico María Luisa Ross Landa del Municipio de Tulancingo";
- 23) "Creación de escuelas deportivas en Polígonos";
- 24) "Inauguración de la escuela municipal de box";
- 25) "Curso de motociclismo urbano";
- 26) "Inauguración de la escuela municipal de tenis de mesa";
- 27) "Campeonato estatal de ciclismo de montaña";
- 28) "Campeonato nacional de ciclismo de montaña";
- 29) "Día de la mujer";
- 30) "Día del Artesano";
- 31) "Equinoccio entrada de la primavera";
- 32) "Centro Artesanal, Cultural y Gastronómico";
- 33) "Escuela de artes y oficios";
- 34) "1er. Concurso municipal de canto Tulancingo 2022";
- 35) "1ra. Rondalla de Tulancingo";
- 36) "Cabina de Radio y Televisión Digital en Tulancingo";
- 37) "Exposiciones Fotográficas";
- 38) "Exposiciones Fotográficas";⁸
- 39) "Develación de placa "Ricardo Garibay"";
- 40) "Aniversario del motociclismo a nivel nacional";
- 41) "Noche de museos (homenajes y entregas de reconocimientos a personajes distinguidos de Tulancingo)";
- 42) "Colocación de códigos QR en los principales sitios históricos y atractivos turísticos de Tulancingo";
- 43) "Presentación del libro efemérides de Tulancingo y su difusión";

⁶ Remiten cuatro formularios idénticos de la misma campaña.

⁷ Remiten dos formularios idénticos de la misma campaña.

⁸ No obstante que el nombre de la campaña es el mismo que la anterior, el contenido de los formatos es diferente.

- 44) “Crear museos itinerantes y conferencias sobre la historia de Tulancingo para colonias y comunidades del municipio”;
- 45) “Impartir conferencias de historia de Tulancingo al personal de presidencia y a los taxis de la región”;
- 46) “Creación de la página de la historia de Tulancingo en el sitio web de la presidencia”;
- 47) “Difusión de la historia de Tulancingo a través de postales para Facebook”;
- 48) “Difusión del patrimonio histórico a través del pabellón cultural del Centro Artesanal, Cultural y Gastronómico de Tulancingo”;
- 49) “Programa Integral de Fortalecimiento a la Educación (PIDE)”;
- 50) “Presidente y Cabildo por un día”;
- 51) “Becas a tu alcance”;
- 52) “Fomento a la lectura con la población del Municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo”;
- 53) “Fomento a la lectura con la población del Municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo”;
- 54) “Fomento a la lectura con la población del Municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo”;⁹
- 55) “Fomento a la lectura con la población del Municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo”;¹⁰
- 56) “Fomento a la lectura con la población del Municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo”;¹¹
- 57) “Fomento a la lectura con la población del Municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo”;¹²
- 58) “Fomento a la lectura con la población del Municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo”;¹³
- 59) “Por un joven con ganas de emprender 2022”;
- 60) “Bolsa de trabajo para jóvenes”;
- 61) “Jóvenes dando color a las vialidades”;
- 62) “Promoción del empleo formal”;¹⁴
- 63) “Campañas de Sanidad Vegetal”;
- 64) “Campañas de Vacunación”;
- 65) “Inocuidad en los productos cárnicos y lácteos”;
- 66) “Campaña para fomentar la eliminación de productos agroquímicos de alta residualidad”;
- 67) “Talleres de capacitación en manejo integral del hato ganadero”;
- 68) “Inocuidad en la producción hortícola”;
- 69) “Incubadoras en el sector avícola”;
- 70) “Cursos de parcelas demostrativas”;
- 71) “Programa de herramientas agrícolas”;
- 72) “Mejorando la vivienda”;
- 73) “Programa de kilo por kilo de la SEDAGRO”;
- 74) “Programa de entrega de fertilizante”;
- 75) “Programa de rollo por rollo”;
- 76) “Fomento a la productividad acuícola y pesquera, donación de crías de peces”;
- 77) “Entrega de vientres ovinos”;
- 78) “Entrega de aves de postura”;

⁹ No obstante que el nombre de la campaña es el mismo que la anterior, el contenido de los formatos es diferente.

¹⁰ No obstante que el nombre de la campaña es el mismo que las dos anteriores, el contenido de los formatos es diferente.

¹¹ No obstante que el nombre de la campaña es el mismo que las tres anteriores, el contenido de los formatos es diferente.

¹² No obstante que el nombre de la campaña es el mismo que las cuatro anteriores, el contenido de los formatos es diferente.

¹³ No obstante que el nombre de la campaña es el mismo que las cinco anteriores, el contenido de los formatos es diferente.

¹⁴ Remiten dos formularios idénticos de la misma campaña.

- 79) "Entrega de árboles frutales, café y maguey";
- 80) "Entrega de paquetes de conejos";
- 81) "Repoblamiento de ganado lechero con semen sexado";
- 82) "Talleres de capacitación";
- 83) "Enlace de ventanilla itinerante SINIIGA";
- 84) "Mejoramiento de la imagen urbana";
- 85) "¡Se te cayó!" y "Yo limpio, tu limpias, todos limpiamos";
- 86) "Embelllecimiento de los diferentes parques y jardines del municipio";
- 87) "Programa CEAVIF avanza a tu comunidad";
- 88) "Atenciones jurídicas y psicológicas";
- 89) "Torneos mixtos de fútbol";
- 90) "Credencialización INAPAM cerca de ti";
- 91) "Inauguración de cursos y talleres de capacitación para el autoempleo";
- 92) "Salud a tu alcance";
- 93) "Campaña de esterilizaciones a perros y gatos";
- 94) "Campaña auditiva";
- 95) "Con ellas Tulancingo avanza";
- 96) "Candidatos a cirugías de cataratas";¹⁵
- 97) "Campaña de vacunación antirrábica";
- 98) "Campaña contra la obesidad";
- 99) "Campaña masiva de esterilizaciones y adopciones. Por una segunda oportunidad Tulancingo Avanza";
- 100) "Campaña de prevención de violencia con talleres, conferencias y weribars, presenciales y virtuales";
- 101) "Acceso a la atención médica de tercer nivel de alta especialidad";
- 102) "Cursos de fisioterapia";
- 103) "Carrera por el 30 Aniversario de la creación de la CAAMT";
- 104) "Tulancingo preventivo 2022";
- 105) "Cultura del Agua";
- 106) "Semana del Agua", y
- 107) "Avisos a la ciudadanía en caso de emergencias hidráulicas".

X. Oficios informativos a los Órganos Constitucionales Autónomos. El veinticinco de febrero de dos mil veintidós, mediante oficios INE/DEPPP/DE/DAGTJ/00773/2022 al INE/DEPPP/DE/DAGTJ/00780/2022, la DEPPP informó a los Órganos Constitucionales Autónomos la fecha límite de presentación de solicitudes relacionadas con la propaganda gubernamental.

XI. Oficio informativo a SEGOB. El veinticinco de febrero de dos mil veintidós, mediante oficio INE/DEPPP/DE/DAGTJ/00772/2022, la DEPPP informó a la Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación de la SEGOB la fecha límite de presentación de solicitudes relacionadas con la propaganda gubernamental.

XII. Oficio informativo al Poder Legislativo Federal. El veinticinco de febrero de dos mil veintidós, mediante oficios INE/DEPPP/DE/DAGTJ/00781/2022 e INE/DEPPP/DE/DAGTJ/00782/2022, la DEPPP informó a la Cámara de Diputados y Senadores, respectivamente, la fecha límite de presentación de solicitudes relacionadas con la propaganda gubernamental.

¹⁵ Se remitieron dos formatos de esta campaña, pero con vigencia distinta.

- XIII. Oficio informativo al Poder Judicial Federal.** El veinticinco de febrero de dos mil veintidós, mediante oficio INE/DEPPP/DE/DAGTJ/00783/2022 la DEPPP informó a la SCJN la fecha límite de presentación de solicitudes relacionadas con la propaganda gubernamental.
- XIV. Oficio de solicitud de colaboración a las Juntas Vocales Ejecutivas.** El veinticinco de febrero de dos mil veintidós, mediante oficio INE/DEPPP/DE/DAGTJ/00771/2022, la DEPPP solicitó el auxilio de las Juntas Locales Ejecutivas del mismo Instituto, para que informaran a los gobiernos estatales correspondientes a su entidad y, por su conducto, a los respectivos gobiernos municipales de cada estado la fecha límite de presentación de solicitudes relacionadas con la propaganda gubernamental.
- XV. Aviso del IFT.** El dos de marzo de dos mil veintidós, mediante oficio IFT/212/CGVI/0180/2022, la Coordinadora General de Vinculación Institucional del IFT informó que el mencionado Instituto no tiene programados promocionales en radio y televisión para difundirse durante el periodo prohibido.
- XVI. Solicitud del Ayuntamiento de Tampico, Tamaulipas.** El dos de marzo de dos mil veintidós, mediante oficio sin número, el Secretario General del mencionado Ayuntamiento solicitó que cuatro (4) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:
- 1) “Paga a tiempo y sigamos construyendo un tampico saludable”;
 - 2) “Pon atención al Ómicron”;
 - 3) “Haz lo tuyo, mientras tanto síguete cuidando”, y
 - 4) “Al COVID lo expulsamos todos”.
- XVII. Solicitud del Gobierno del estado de Durango.** El dos de marzo de dos mil veintidós, mediante oficio sin número, la Directora de Comunicación Social del mencionado gobierno solicitó que dieciséis (16) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:
- 1) “Campaña de corte de circulación y cierre de calles”;
 - 2) “Captación de alumnos”;
 - 3) “Prevención del suicidio”;
 - 4) “Cirugía extramuros”;
 - 5) “Entrega de pañales”;
 - 6) “Campaña más allá”;
 - 7) “Campaña de equidad de género”;
 - 8) “Campaña de bienestar nutricional, físico y de salud”;
 - 9) “Campaña contingencias y desastres naturales”;
 - 10) “Campaña regreso seguro y digno a clases”;
 - 11) “Campaña reunión nacional de academias 2022”;
 - 12) “Campaña prevención del delito”;
 - 13) “Campaña inscripción a programas sociales”;
 - 14) “Campaña pago de contribuciones”;
 - 15) “Campaña contingencia sanitaria”, y
 - 16) “Campaña vacunación contra COVID-19”.

Adicionalmente, el tres de marzo de dos mil veintidós, mediante oficio sin número, la Directora de Comunicación Social del mencionado gobierno solicitó que ocho (8) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Campaña difusión de derechos de trabajadoras domésticas”;
- 2) “Campaña semana conmemorativa a la erradicación al trabajo infantil”;
- 3) “Campaña reconocimiento a empresas responsables contra el trabajo infantil”;

- 4) "Campaña blindaje electoral";
- 5) "Campaña premio honestidad en corto, novena edición";
- 6) "Campaña premio nacional de contraloría 2022 etapa estatal";
- 7) "Campaña transparencia de entes públicos", y
- 8) "Campaña declaraciones patrimoniales 2022".

XVIII. Solicitud del Gobierno del estado de Puebla. El tres de marzo de dos mil veintidós, mediante oficio CGCAD/51/2022, la Coordinadora General de Comunicación y Agenda Digital del mencionado estado solicitó que seis (6) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) "Promoción turística";
- 2) "Fortalecimiento de la Educación y de la Cultura";
- 3) "Conmemoración de la Batalla el 5 de Mayo de 1862";
- 4) "Promoción de la Feria de Puebla 2022";
- 5) "Cuidado del Medio Ambiente", y
- 6) "Prevención de Incendios Forestales".

XIX. Solicitud del Ayuntamiento de Ciudad Madero, Tamaulipas. El tres de marzo de dos mil veintidós, mediante oficio PM29/22, el Secretario del mencionado Ayuntamiento solicitó que tres (3) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) "Campaña prevención de la salud (difusión de flyers)";
- 2) "Campaña prevención de la salud (difusión de flyers)", y
- 3) "Campaña prevención de la salud (difusión de flyers)".¹⁶

XX. Solicitud del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes. El cuatro de marzo de dos mil veintidós, mediante oficio STP/064/2022, la Secretaria Técnica de la Presidencia del mencionado Ayuntamiento solicitó que cincuenta y seis (56) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) "Aviso a la ciudadanía por falla en pozos";
- 2) "Cultura del Agua";
- 3) "Cursos y Talleres de Desarrollo Comunitario";
- 4) "Concurso de Oratoria";
- 5) "Concurso de Poesía";
- 6) "Consejo de Participación Social en la Educación";
- 7) "Demostración de Brinca tu Cuerda";
- 8) "Demostración de Ciencia y Tecnología";
- 9) "Demostración de Escolta de Bandera";
- 10) "Demostración de Rondas Infantiles";
- 11) "Modelo de ecosistema de bienestar Congregación Mariana Trinitaria";
- 12) "Programa Subsidio para la adquisición de calentadores solares";
- 13) "Asistencia social alimentaria";
- 14) "Talleres";
- 15) "Prevención de Incendios por temporada"
- 16) "Semana Santa";

¹⁶ Los tres formularios se tratan de la misma campaña, pero con vigencia y objetivo distinto.

- 17) "Temporada de Invierno";¹⁷
- 18) "Campaña Cohete";
- 19) "Servicio Nacional Militar";
- 20) "Festival del Foklor Jesús María 2021";
- 21) "Promoción de talleres de iniciación artística (guitarra acústica y eléctrica, danza, cartonería y música tradicional)";
- 22) "Expo – Universidades 2022";
- 23) "Programa Psicoeducativo";
- 24) "Asesoría Psicológica";
- 25) "Gestiones de Servicio Social, prácticas profesionales y estadías";
- 26) "Programa integral de recuperación de espacios públicos";
- 27) "Campaña de difusión: Mujer no estás sola";
- 28) "Programas Educativos, cursos, talleres y conferencias. Temas: violencia en el noviazgo, autoestima, autocuidado y tipos de violencia";
- 29) "Curso, actividades y talleres de computación (mujeres retos y oportunidades en la red, yo emprendo, mujer por mí por ellas)";
- 30) "Asesoría jurídica, así como atención, prevención y erradicación de la violencia contra las mujeres";
- 31) "Prevención, cuidados y vacunación ante COVID19 y otras enfermedades";
- 32) "Campaña de esterilización y vacunación canina y felina 2022";
- 33) "Visorías selectivos municipales";
- 34) "Ligas Deportivas Escolares Municipales";
- 35) "Eliminatorias municipales OlimpiAgs";
- 36) "Deporte Urbano en tu Comunidad / Activación Física y Juegos Tradicionales";
- 37) "Eliminatorias Municipales Copa Gobernador";
- 38) "Capacitación a instructores deportivos";
- 39) "Torneo de futbol 7 de bardas, categoría libre, femenino, juvenil e infantil, toros bravos unidad deportiva "Luis Donald Colosio"";
- 40) "Torneo de voleibol para servidores públicos, toros bravos";
- 41) "Torneo de basquetbol categoría tercera fuerza y primera fuerza, toros bravos y xonacatique";
- 42) "Torneo de voleibol categoría femenino y mixto, toros bravos";
- 43) "Torneo de béisbol categoría femenino y varonil, toros bravos";
- 44) "Torneo de futbol 7 de bardas, categoría libre, femenino, juvenil e infantil, acuarama toros bravos";
- 45) "Inscripciones de academias deportivas";
- 46) "Cursos, talleres y conferencias de educación ambiental";
- 47) "Entrega de apoyos económicos";
- 48) "Calendario Cívico 2022";¹⁸
- 49) "Presidente en tu escuela";
- 50) "Concurso Pinta tu Bandera";
- 51) "Concurso (demostración) de escoltas municipales";

¹⁷ Presentaron dos formularios de la misma campaña. Uno de ellos con otro nombre en el archivo, pero el mismo contenido.

¹⁸ Se trata de un calendario y no un formulario o mención de campaña alguna.

- 52) "Programa de miércoles ciudadano";
- 53) "Programa de Lunes con tu Alcalde";
- 54) "Entrega de despensas";
- 55) "Campaña de prevención del delito", y
- 56) "Reglas de operación del Programa "Voluntarios de mejoramiento urbano".¹⁹

XXI. Solicitud del Ayuntamiento de Alvarado, Veracruz. El cuatro de marzo de dos mil veintidós, mediante correo electrónico, el Director de Comunicación Social del mencionado Ayuntamiento solicitó que cinco (5) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) "Arroz a la Tumbada más grande del mundo 2022";
- 2) "Cruces de Mayo 2022 – Tradición que nos identifica";
- 3) "Operativo Semana Santa 2022";
- 4) "Día de las Madres", y
- 5) "Día del Niño".

XXII. Solicitud del Ayuntamiento de Boca del Río, Veracruz. El cuatro de marzo de dos mil veintidós, mediante oficio PM/162/2022, el Secretario Particular del mencionado Ayuntamiento solicitó que tres (3) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) "Boca Prevenido";
- 2) "Redescubre Boca del Río",²⁰ y
- 3) "Por la salud de los boqueños".

XXIII. Solicitud del Ayuntamiento de La Antigua, Veracruz. El cuatro de marzo de dos mil veintidós, mediante correo electrónico, personal de Comunicación Social del mencionado Ayuntamiento solicitó que tres (3) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) "En La Antigua sabe mejor";
- 2) "DIF cerca de ti", y
- 3) "Prevención Comunitaria".

XXIV. Solicitud del Ayuntamiento de Calvillo, Aguascalientes. El cuatro de marzo de dos mil veintidós, mediante correo electrónico, la Secretaría de Gobernación del mencionado Ayuntamiento solicitó que dieciséis (16) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) "Hazlo en tu comunidad";
- 2) "Atención al migrante";
- 3) "Mejoramiento de vivienda "Calentador Solar";
- 4) "Concursos";
- 5) "Escuelas Culturales";
- 6) "Exposición del Mezcal y Maguey Aguascalientes";
- 7) "Festejo del día de la Madre";
- 8) "Día del niño";
- 9) "Estufas ecológicas ahorradores de leña";
- 10) "Programa de eventos turísticos de Calvillo";
- 11) "Fiestas de Mayo 2022";

¹⁹ Se trata de las Reglas de Operación de un programa social y no un formulario o mención de campaña alguna.

²⁰ Remiten el mismo formulario dos veces.

- 12) "Paga tu predial y obtén grandes descuentos en el Rezago";
- 13) "Congregación Mariana Trinitaria";
- 14) "Paga tu recibo a tiempo y participa para grandes premios 2022";
- 15) "Programas de eventos culturales de Santa Cruz", y
- 16) "Reapertura CEDECOS (Centros de Desarrollo Comunitario)".

XXV. Solicitud del Ayuntamiento de Chignautla, Puebla. El cuatro de marzo de dos mil veintidós, mediante oficio sin número, la Secretaria General del mencionado Ayuntamiento solicitó que dos (2) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) "Programa de esterilización municipal", y
- 2) "Programa del Festival Artístico Cultural Chignautla 2022".

XXVI. Solicitud del Ayuntamiento de Puebla, Puebla. El cuatro de marzo de dos mil veintidós, mediante correo electrónico, el Titular de la Unidad Jurídica de la Coordinación General de Comunicación Social del mencionado Ayuntamiento solicitó que siete (7) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) "Promoción del Turismo en Puebla";²¹
- 2) "Prevención COVID";
- 3) "Seguridad vial";
- 4) "Seguridad ciudadana";
- 5) "Plan General de Protección Civil";
- 6) "Mercados de Puebla", y
- 7) "Conciencia Ambiental".

XXVII. Solicitud del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas. El cuatro de marzo de dos mil veintidós, mediante oficio SAY/00383/2022, el Secretario del mencionado Ayuntamiento solicitó que treinta y cuatro (34) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) "Casas Club y Grupos en Comunidad";
- 2) "Centro de Rehabilitación Integral";
- 3) "Cirugías Oftalmológicas: Catarata y Pterigiones";
- 4) "Estoy contigo";
- 5) "Programa Integral de Atención a Adultos Mayores "Vida Plena" (Bolsa de trabajo adultos mayores y personas con discapacidad)";
- 6) "Programa de Nutrición y Seguridad Alimentaria (Programas Alimentarios);
- 7) "Programa Integral de Atención a Adultos Mayores "Vida Plena" (Brigada Médica Adulto Activo)";
- 8) "Programa de apoyo a la niñez "Reynosa Ciudad de los Niños (Pannarti)";
- 9) "Programa Municipal de Atención a personas y grupos en situación de vulnerabilidad "A tu lado" (Avanzando Contigo)";
- 10) "Programa de Becas Municipales "Contamos Contigo" (Apoyando tu futuro);
- 11) "Programa de capacitación para el empleo (Centros para el Desarrollo Integral de la Familia CEDIF)";
- 12) "Programa Integral de Atención y Cuidado de la Salud "Primero Sanos" (Programa de Salud Integral de la Mujer)";

²¹ Se enviaron dos formularios de la misma campaña.

- 13) "Programa Integral de Atención y Cuidado de la Salud "Primero Sanos" (Programa de Salud Dental);
- 14) "Programa Integral de Atención y Cuidado de la Salud "Primero Sanos" (Aparatos Funcionales);
- 15) "Programa Integral de Atención a Adultos Mayores "Vida Plena" (Atención a personas Adultas Mayores, Adulto Activo);
- 16) "Programa Integral de Atención y Cuidado de la Salud "Primero Sanos" (Procuración de Fondos y Donaciones);"²²
- 17) "Programa Municipal de Atención a personas y grupos en situación de vulnerabilidad "A tu lado" (Contigo soy capaz);
- 18) "Programa Integral de Atención y Cuidado de la Salud "Primero Sanos" (Programa de Salud Familiar y Peticiones Especiales);
- 19) "Eventos Culturales Reynosa 2022";²³
- 20) "Feria del Empleo";
- 21) "Programa Municipal de Atención a personas y grupos en situación de vulnerabilidad "A tu lado" (Desarrollo Comunitario);
- 22) "Programa permanente de entrega de apoyo alimenticio para las familias de la comunidad";²⁴
- 23) "Apoyo de Canasta Básica para las diversas familias";
- 24) "Grupos vulnerables";
- 25) "Brigada de salud";
- 26) "Reconocimiento a las madres Reynosenses";
- 27) "Día de las madres";
- 28) "Día del maestro";
- 29) "Programa Municipal de Desarrollo Social en Becas Escolares 2022"
- 30) "Inscripciones CAI Guardería";
- 31) "Actividad del día de las madres";
- 32) "Actividad del día del maestro";
- 33) "Actividad del día del niño", y
- 34) "Torneo de Fútbol Infantil "INTERCAI".

XXVIII. Solicitud del Ayuntamiento de San Fernando, Tamaulipas. El cuatro de marzo de dos mil veintidós, mediante correo electrónico, el Coordinador de Protección Civil y Bomberos del mencionado Ayuntamiento solicitó que la campaña "Operativo Vacacional Semana Mayor 2022" fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

XXIX. Solicitud del Ayuntamiento de Tamazunchale, San Luis Potosí. El cuatro de marzo de dos mil veintidós, mediante oficio 0033/PM/2022, el Presidente Municipal del mencionado Ayuntamiento solicitó que dos (2) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) "Promoción de los parajes y balnearios turísticos del municipio", y
- 2) "Feria y 20º Concurso Nacional del Huapango, Edición 2022".

²² Se remitieron dos formularios de la misma campaña.

²³ Presentaron dos formularios de la misma campaña. Uno de ellos con otro nombre en el archivo, pero el mismo contenido.

²⁴ Presentaron dos formularios de la misma campaña. Uno de ellos con otro nombre en el archivo, pero el mismo contenido.

XXX. **Solicitud del Ayuntamiento de Torreón, Coahuila.** El cuatro de marzo de dos mil veintidós, mediante correo electrónico, el Director de Comunicación Social del mencionado Ayuntamiento solicitó que diecisiete (17) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Agarra la onda...Y tu basura también”;
- 2) “Agua para todos”;
- 3) “Cambio de modalidad en el pago de parquímetros”;
- 4) “Campaña Predial. Contribuyente Cumplido”;
- 5) “Circuito Colón”;
- 6) “Cuidar de ti”;
- 7) “Espérate”;
- 8) “Haz Turismo Responsable”;
- 9) “JuventudES”;
- 10) “La Poderosa”;
- 11) “Moviendo Torreón: la chamba está en las calles”;
- 12) “Ni tú, ni yo. Educación y cultura cívica”;
- 13) “Operativo semana santa 2022”;
- 14) “Proximidad Social”;
- 15) “Reclutamiento”;
- 16) “Torreón, mi destino eres”, y
- 17) “Tu mejor decisión”.

XXXI. **Solicitud del Ayuntamiento de Veracruz, Veracruz.** El cuatro de marzo de dos mil veintidós, mediante oficio CCS/0040/2022, el Coordinador de Comunicación Social del mencionado Ayuntamiento solicitó que cinco (5) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “AVGM Veracruz”;
- 2) “Por la salud de todos”;
- 3) “Reconéctate con Veracruz”;
- 4) “Carnaval de Veracruz 2022. El más alegre del mundo”, y
- 5) “Veracruz en prevención”.

XXXII. **Solicitud del Ayuntamiento de Xicotepec de Juárez, Puebla.** El cuatro de marzo de dos mil veintidós, mediante oficio SG/MFG/129/2022, la Secretaría de Gobernación del mencionado Ayuntamiento solicitó que cinco (5) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Campaña de Vacunación Antirrábica”;
- 2) “Campaña de esterilización canina y felina”;
- 3) “Xicote Bike 5ª Edición 2022”;
- 4) “Campaña para prevención de la temporada de sequía”, y
- 5) “71ª Feria de la primavera Xicotepec 2022”.

XXXIII. **Solicitud del Ayuntamiento de San Salvador el Verde, Puebla.** El cuatro de marzo de dos mil veintidós, mediante correo electrónico, el Presidente Municipal del mencionado Ayuntamiento solicitó que tres (3) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) "Alto al bullying";
- 2) "Talleres de CECADE", y
- 3) "UBR".

XXXIV. Solicitud del Gobierno de la Ciudad de México. El cuatro de marzo de dos mil veintidós, mediante oficio SAF/CGCC/084/2022, el Coordinador General de Comunicación Ciudadana del mencionado gobierno solicitó que veinte (20) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) "Reportes *0311";
- 2) "Denuncias 089";
- 3) "Altépetl";
- 4) "Atención a las causas de la inseguridad";
- 5) "Bienestar educativo";
- 6) "CDMX Digital";
- 7) "Contra la Violencia de Género y Discriminación por Género";
- 8) "COVID-19: Diversas atenciones por COVID-19";
- 9) "Cuidado del Agua";
- 10) "Diversidad LGBT+";
- 11) "Ecobici";
- 12) "Educación Superior";
- 13) "Emplacamiento";
- 14) "Lunas";
- 15) "Macro Simulacro";
- 16) "Mi centro histórico";
- 17) "Ponte Pila";
- 18) "Salud en tu vida";
- 19) "Fortalecimiento del Sistema de ambulancias de la Ciudad de México: Salvando Vidas", y
- 20) "Red de Recarga Externa".

XXXV. Solicitud del Gobierno del estado de Jalisco. El cuatro de marzo de dos mil veintidós, mediante oficio DCC CGC-002/2022, la Directora de Enlace de Coordinaciones de Comunicación del mencionado gobierno solicitó que nueve (9) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) "Ante la Pandemia, Jalisco se defiende";
- 2) "Acciones contra la violencia en razón de género";
- 3) "Prevención del delito y medidas de seguridad en temporada vacacional";
- 4) "Prevención de incendios forestales";
- 5) "Donación de órganos";
- 6) "Aguas, el dengue está en casa";
- 7) "Jalisco es México";
- 8) "Farmacia viviente", y
- 9) "Prevención del consumo de drogas".

XXXVI. Solicitud del Gobierno del estado de Morelos. El cuatro de marzo de dos mil veintidós, mediante oficio CEAGUA/SE-46/2022, el Encargado de Despacho de la Comisión Estatal del Agua del mencionado gobierno solicitó que la campaña “Programa de Limpieza y Desazolve Cauces en varias comunidades del Estado de Morelos” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

Adicionalmente, el mismo día, mediante correo electrónico, la Enlace del Sistema SEPASE por parte de la Coordinación de Comunicación Social del mencionado gobierno solicitó que la campaña “Campaña informativa sobre sanciones a quienes cometan violencia de género” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

También, en la misma fecha, mediante oficio sin número, el Jefe de Departamento de Relaciones Públicas de la Mesa Directiva del Congreso del Estado de Morelos solicitó que la campaña “Campaña de difusión del Parlamento de Mujeres 2022” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

Del mismo modo, el día en cuestión, mediante oficio STyC/UEJ/091/2022, la Titular de la Unidad de Enlace Jurídico de la Secretaría de Turismo del mencionado gobierno solicitó que diecinueve (19) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Escuela de Escritores Ricardo Garibay”;
- 2) “El Programa Nacional Salas de Lectura y Salas de Lectura Morelos festejan el Día Internacional del Libro y el derecho de autor”;
- 3) “Caravanas de la Biblioteca Vagabunda”;
- 4) “Mujer: escribir cambia tu vida”;
- 5) “Fondo editorial del Estado de Morelos (FEDEM)”;
- 6) “Feria de ilustración ILUSTRATE”;
- 7) “Exposición ILUSTRATE”;
- 8) “Ruedas, raíces y turbinas”;
- 9) “Dibujo al aire libre”;
- 10) “Abstracciones”;
- 11) “Escena en construcción. Programación Subdirección de Teatros 2022”;
- 12) “Oferta educativa y promoción cultural. Programación Subdirección de Teatros 2022”;
- 13) “Martes de teatro y jueves de danza. Programación Subdirección de Teatros 2022”;
- 14) “Encuentro universitario. Programación Subdirección de Teatros 2022”;
- 15) “Morelos la eterna primavera”;
- 16) “Susana Alexander. Las mujeres ya no tienen llenadero”
- 17) “Ballet Folklórico de México de Amalia Hernández”;
- 18) “Diego El Cigala “Muy íntimo””, y
- 19) “Difusión de las Convocatorias de admisión de la oferta educativa agosto 2022 – enero 2023 del Centro Morelense de las Artes”.

Finalmente, el ocho de marzo de dos mil veintidós, mediante oficio SDEyT/UEJ/142/2022, el Titular de la Unidad de Enlace Jurídico de la Secretaría de Desarrollo Económico y del Trabajo del mencionado gobierno del estado informó que la secretaría no tiene programados promocionales en radio y televisión para difundirse durante el periodo prohibido.

XXXVII. Solicitud del Ayuntamiento de San Luis Potosí, San Luis Potosí. El cuatro de marzo de dos mil veintidós, mediante oficio DCS/CA/90/2022, el Director de Comunicación Social del mencionado Ayuntamiento solicitó que la campaña “Festival San Luis en Primavera” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

XXXVIII. Solicitud del Gobierno del estado de Tamaulipas. El cuatro de marzo de dos mil veintidós, mediante oficio SGG/SLSG/0431/2022, el Subsecretario de Legalidad y Servicios Gubernamentales del mencionado gobierno solicitó que treinta (30) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Ángeles Azules”;
- 2) “Nuestros niños, nuestro futuro”;
- 3) “Tamaulipas unido contra el abuso sexual infantil”;
- 4) “Promover las imágenes ganadoras del Concurso de Prevención de Ciberdelitos”;
- 5) “Parques y centros de bienestar”;
- 6) “Aprendiendo a invertir”;
- 7) “Cerca de ti”;
- 8) “Los pequeños negocios mueven la economía”;
- 9) “Productos Tamaulipecos, Nuestro Orgullo”;
- 10) “Tu empresa crece”;
- 11) “Proceso de admisión en educación básica, ciclo escolar 2022-2023”;
- 12) “Proceso de selección del personal docente para desempeñarse como asesor técnico pedagógico en la educación básica, ciclo escolar 2022-2023”;
- 13) “Proceso de selección para otorgar el reconocimiento beca comisión a las maestras y maestros en educación básica, ciclo escolar 2022-2023”;
- 14) “Proceso de cambios de centro de trabajo en educación básica, ciclo escolar 2022-2023”;
- 15) “Proceso promoción a horas adicionales educación básica, ciclo escolar 2022-2023”;
- 16) “Proceso de selección para la promoción horizontal por niveles con incentivos en educación básica 2022”;
- 17) “Proceso promoción a funciones directivas o de supervisión en educación básica, ciclo escolar 2022-2023”;
- 18) “Proceso de selección de docentes y técnicos docentes para realizar funciones adicionales de tutoría en apoyo del personal de nuevo ingreso en educación básica, ciclo escolar 2022-2023”;
- 19) “Conmemorando los 100 años de la SEP”;
- 20) “Clases en tu hogar radio”;
- 21) “Línea de emergencia 911”;
- 22) “Estaciones Tam – Seguridad en carretera”;
- 23) “Difusión en campo de la Línea de Emergencia 911 (Secretariado Ejecutivo del Sistema Estatal de Seguridad Pública”;
- 24) “Protocolo de Playas ante Pandemia por Coronavirus”;
- 25) “Línea de apoyo ante Covid-19”;
- 26) “App Compra Tam 2022”;
- 27) “Conoce Tam 2022”;
- 28) “Reserva de Playas 2022”;
- 29) “Semana Santa 2022”, y
- 30) “Campaña Verano 2022”.

XXXIX. Solicitud del Gobierno del estado de Veracruz. El cuatro de marzo de dos mil veintidós, mediante oficio DJ/085/2022, el Director Jurídico de la Secretaría de Desarrollo Económico y Portuario del mencionado gobierno del estado solicitó que siete (7) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Programa para el Desarrollo del Istmo de Tehuantepec (PDIT)”;
- 2) “Ciclo de webinars: generalidades del comercio exterior en Asia”;
- 3) “Difusión de la participación de productos veracruzanos en el Festival Que Gusto! en París, Francia”;
- 4) “Difusión de la participación de productos veracruzanos en la Expo Dubái 2020”;
- 5) “Campaña de promoción de lanzamiento de la Plataforma Electrónica Veracruz tu Estado Industrial”;
- 6) “Convocatorias 2022 del Programa “Listos para Comercializar””, y
- 7) “Convocatorias 2022 del Programa “Impulso Productivo””.

Adicionalmente, el mismo día, mediante oficio CGE/DJ/0480/2022, la Directora Jurídica de la Contraloría General del mencionado gobierno del estado solicitó que su campaña “DECLARAVER” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

XL. Solicitud del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas. El cuatro de marzo de dos mil veintidós, mediante oficio SA-0403/III/2022, el Secretario del mencionado Ayuntamiento solicitó que sesenta y dos (62) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

- 1) “Programa de atención a niñas, niños y adolescentes trabajadores en riesgo y trabajo infantil en el municipio de Nuevo Laredo”;
- 2) “Espacios de alimentación, encuentro y desarrollo”;
- 3) “Nutriendo Tamaulipas”;
- 4) “Campañas y brigadas médico-asistenciales”;
- 5) “Consulta médica y dental; salud integral de la mujer”;
- 6) “Centro de Autismo”;
- 7) “Aliméntate bien”;
- 8) “Atención psicológica DIF”;
- 9) “Atención ciudadana”;
- 10) “Rehabilitación y educación especial CRI”;
- 11) “Centro de atención infantil comunitario”;
- 12) “Activando el corazón. Institución/Organismo”;
- 13) “Domingo de deportes”;
- 14) “Torneo binacional de pesca”;
- 15) “Tarde de danzón”
- 16) “Karaoke “El Mercadito””;
- 17) “Festival canino”;
- 18) “Festival del tequila”;
- 19) “Festival del vino”;
- 20) “Campechaneando”;
- 21) “Consume carne local”;
- 22) “Reforestación y huertos en casa”;
- 23) “Programa municipal para la capacitación industrial”;

- 24) "Inauguración de nuevas empresas o expansiones";
- 25) "Participación en expos y ferias";
- 26) "Empleo en tu colonia";
- 27) "Feria del empleo";
- 28) "Fondo de apoyo financiero mi pymes, mujeres y jóvenes emprendedores";
- 29) "Arranque rápido de empresas";
- 30) "Expo Viva Fresh";
- 31) "Brigada de salud animal";
- 32) "Brigada de vacunación";
- 33) "Miércoles de salud brigada médico asistencial";
- 34) "Clínicas de salud municipal";
- 35) "Farmacias municipales UNE";
- 36) "Salud a tu Hogar";
- 37) "Brigadas de apoyo VPH";
- 38) "Apoyo médico jubilado y pensionados";
- 39) "Brigadas de apoyo COVID-19";
- 40) "Campaña permanente de prevención de enfermedades, accidentes y eventos meteorológicos";
- 41) "Campaña permanente de difusión del patrimonio y cultura gastronómica y artística de la ciudad";
- 42) "Vínculos Asertivos";
- 43) "Detección temprana de autismo";
- 44) "Asesoría Psicológica especial";
- 45) "Programa de apoyo psicopedagógico y educación especial";
- 46) "Beca educativa "Nueva Era"";
- 47) "Protege "T"";
- 48) "Eliminación del rezago educativo, un camino rumbo a la excelencia";
- 49) "Concurso de juegos y rondas tradicionales "Nueva Era"";
- 50) "Convocatoria mensual para ingresar a la preparatoria abierta";
- 51) "Sin agua no hay vida";
- 52) "Atención a reportes de agua, drenaje y trabajos de mantenimiento o reparación";
- 53) "Difusión del estado climatológico";
- 54) "Operativo Carrusel";
- 55) "Operativo apoyo a migrantes";
- 56) "Prevención de Incendios";
- 57) "Operativo Semana Santa";
- 58) "Capacitación respuesta a emergencias";
- 59) "Prevención de accidentes en el hogar";
- 60) "Puesto de Hidratación";
- 61) "Actividad del Plan de Contingencia en caso de ser necesario", y
- 62) "Inscripción y actividades de la academia de protección civil".

- XLI. Solicitud del Gobierno del estado de Coahuila.** El cuatro de marzo de dos mil veintidós, mediante oficio CJ/1522/2022, el Consejero Jurídico del mencionado gobierno del estado solicitó que diez (10) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:
- 1) “Coahuila seguro”;
 - 2) “Mejora Coahuila”;
 - 3) “Reactivación Económica”;
 - 4) “Rebásalo, campaña contra el cáncer infantil”;
 - 5) “Haz turismo responsable”;
 - 6) “Prevención de incendios PROTECCIÓN CIVIL”;
 - 7) “Regreso a clases seguros”;
 - 8) “Salud, hazlo por ti”;
 - 9) “Siéntete segura”, y
 - 10) “Tú eres parte”.
- XLII. Aviso de la Alcaldía Iztapalapa.** El cuatro de marzo de dos mil veintidós, mediante oficio DGJ/DJ/SSL/JUDCyAJ/032/2022, el J.U.D. de Contratos y Asesoría Jurídica informó que la mencionada alcaldía no tiene programados promocionales en radio y televisión para difundirse durante el periodo prohibido.
- XLIII. Solicitud del Ayuntamiento de Miahuatlán, Veracruz.** El cinco de marzo de dos mil veintidós, mediante correo electrónico, la Secretaría del mencionado Ayuntamiento solicitó que cuatro (4) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:
- 1) “Aparatos auditivos”;
 - 2) “Campaña de lentes”;
 - 3) “Ingresos a CRISVER”, y
 - 4) “Apoyos funcionales”.
- XLIV. Solicitud del Ayuntamiento de Nealtican, Puebla.** El ocho de marzo de dos mil veintidós, mediante correo electrónico, la Directora de Comunicación Social del mencionado Ayuntamiento solicitó que dos (2) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:
- 1) “Esterilización Canina y Felina Nealtican 2021”, y
 - 2) “Conociendo a Nealtican y sus tradiciones”.²⁵
- XLV. Solicitud del Ayuntamiento de El Llano, Aguascalientes.** El diez de marzo de dos mil veintidós, mediante oficio DIR-053/2022, la Secretaría del mencionado Ayuntamiento solicitó que su campaña “Operativo semana santa, prevención de incendios, golpes de calor, quemaduras por exposición al sol, prevención de accidentes en el hogar” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- XLVI. Solicitud del Ayuntamiento de Villa de Guadalupe, San Luis Potosí.** El diez de marzo de dos mil veintidós, mediante oficio PM/071/2022, el Presidente Municipal del mencionado Ayuntamiento solicitó que su campaña “Integración de los organismos electorales administración 2021-2024” fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- XLVII. Fecha límite para recepción de solicitudes.** Conforme a los oficios referidos en los antecedentes VI, párrafo segundo y X al XIV, la fecha límite para la recepción de solicitudes para las campañas electorales en las entidades de Aguascalientes, Durango, Hidalgo, Oaxaca, Quintana Roo y Tamaulipas fue el pasado cuatro de marzo, por lo que cualquier solicitud extemporánea para dichas entidades será desechada en el presente Acuerdo y posterior a la aprobación de éste, el desechamiento lo realizará la DEPPP.

²⁵ Presentó un solo formulario por las dos campañas.

CONSIDERACIONES**Competencia del Instituto Nacional Electoral**

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

Competencia en materia de administración de tiempos del Estado en radio y televisión

2. El INE es la autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines y a los de otras autoridades electorales, así como al ejercicio de los derechos y las prerrogativas de los partidos políticos y candidatos independientes; es independiente en sus decisiones y funcionamiento, de conformidad con los artículos 41, Base III, apartados A y B, así como Base V de la CPEUM; 30 párrafo 1, inciso h); 160, párrafo 1 de la LGIPE y 7, numeral 3 del RRTME.
3. Como lo señalan los artículos 1, párrafos 1 y 2; 2, párrafo 1, incisos b) y c), 160, párrafo 2 de la LGIPE, en relación con el 49 de la LGPP, las disposiciones de la Ley son de orden público y de observancia general en el territorio nacional y reglamentan las normas constitucionales relativas al acceso a radio y televisión para los partidos políticos, el INE y las autoridades electorales en las entidades federativas, en términos de la 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 los Vocales Ejecutivos y Juntas Ejecutivas de los órganos desconcentrados locales y distritales.

Acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación.

5. Los partidos políticos tienen derecho al uso de manera permanente de los medios de comunicación social y, en específico, a la radio y televisión en los términos establecidos en las disposiciones constitucionales y legales atinentes, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 41, Base III, primer párrafo de la CPEUM; 23, numeral 1, inciso d), 26, numeral 1, inciso a) y 49 de la LGPP.

Competencia del Consejo General

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

Asimismo, puede conocer de las infracciones a la normativa electoral y, en su caso, imponer las sanciones que correspondan y dictar los acuerdos necesarios para hacer efectivas sus atribuciones y las demás señaladas en la ley o en otra legislación aplicable.
7. Como lo señalan los artículos 3, 6 y 21, fracción IV de la LGCS, el INE como ente público se encuentra obligado al cumplimiento de las disposiciones contenidas en dicha Ley, como lo es, la facultad de este Consejo General para autorizar de manera específica la difusión de campañas de comunicación social durante los procesos electorales, sin que ello implique que sólo las campañas aprobadas para tal efecto son las que podrían difundirse.

Procesos Electorales Locales Ordinarios 2021-2022

8. En los Procesos Electorales Locales 2021-2022, serán 6 entidades federativas que tendrán elecciones ordinarias, destacando que en las seis será elegida la persona titular del Ejecutivo, así como la integración de la Legislatura de Quintana Roo y las y los integrantes de los Ayuntamientos de los 39 municipios de Durango, como se muestra a continuación:

No.	Entidad	Gubernatura	Diputaciones		Presidencias	Sindicaturas	Regidurías	Gran Total
1	Aguascalientes	1						1
2	Durango	1			39	39	327	406
3	Hidalgo	1						1
4	Oaxaca	1						1
5	Quintana Roo	1	15	10				26
6	Tamaulipas	1						1
Total		6	15	10	39	39	327	436

9. Con base en las disposiciones establecidas en las legislaciones electorales de las entidades con proceso electoral y de acuerdo con las determinaciones adoptadas por los OPL, los Procesos Electorales Locales iniciarán en fechas diversas, sin embargo, con la finalidad de dotar de certeza a las diversas actuaciones que el Instituto y los OPL deben realizar, el veintiocho de julio de dos mil veintiuno, el Consejo General emitió el Plan Integral y los Calendarios de Coordinación de los Procesos Electorales Locales 2021-2022.
10. Así, conforme a la normatividad, la jornada electoral se llevará a cabo el 5 de junio de 2022, por lo que el inicio del periodo de campañas y periodo de reflexión serán los siguientes:

Entidad	Campaña		Periodo de reflexión	Jornada electoral
Aguascalientes	3 de abril al 1 de junio		2 al 4 de junio	5 de junio
Durango	Gubernatura	3 de abril al 1 de junio		
	Ayuntamientos	13 de abril al 1 de junio		
Hidalgo	3 de abril al 1 de junio			
Oaxaca	3 de abril al 1 de junio			
Quintana Roo	Gubernatura	3 de abril al 1 de junio		
	Diputaciones	18 de abril al 1 de junio		
Tamaulipas	3 de abril al 1 de junio			

11. Como se especificó en los Acuerdos INE/ACRT/47/2021 y su correspondiente INE/CG1733/2021, particularmente en el Punto de Acuerdo QUINTO en todas aquellas emisoras de radio y canales de televisión que deban cubrir estos Procesos Electorales Locales, desde el inicio de las campañas y hasta el día de la Jornada Electoral, no podrá transmitir propaganda gubernamental, salvo las que se ajusten a las excepciones contenidas en el artículo 134 párrafo octavo de la CPEUM. Al respecto, el artículo 183, numeral 7 de la LGIPE señala que las transmisiones en los servicios de televisión restringida deberán suprimir, durante los periodos de campaña, tanto federal como locales, los mensajes de propaganda gubernamental.

Ello implica que **desde el tres de abril y hasta el cinco de junio de dos mil veintidós, no podrá difundirse propaganda gubernamental en los medios de comunicación social de Aguascalientes, Durango, Hidalgo, Oaxaca, Quintana Roo y Tamaulipas**, incluyendo aquellas emisoras de radio o canales de televisión de otras entidades federativas vecinas o aledañas cuyas señales tengan cobertura en esas entidades.

Suspensión de la difusión de propaganda gubernamental

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

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

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

La propaganda que se transmita deberá tener carácter institucional y abstenerse de incluir frases, imágenes, voces o símbolos que pudieran ser constitutivos de propaganda política o electoral, o bien elementos de propaganda personalizada de servidor público alguno.

Es decir, no podrá difundir logros de gobierno, obra pública, ni emitir información sobre programas y acciones que promuevan innovaciones en bien de la ciudadanía.

El contenido se limitará a identificar el nombre de la institución de que se trata sin hacer alusión a cualquiera de las frases, imágenes, voces o símbolos que pudieran ser constitutivos de propaganda política o electoral.

La propaganda podrá incluir el nombre de la dependencia y su escudo oficial como medio identificativo, siempre y cuando éstos no se relacionen de manera directa con la gestión de algún gobierno o administración federal o local.

Además, no podrá contener logotipos, slogans o cualquier otro tipo de referencias al gobierno federal o a algún otro gobierno o administración, o a sus campañas institucionales, ni incluir elementos de propaganda personalizada de servidor público alguno.

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

14. Resulta importante aclarar en este punto que los servidores públicos 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 y en relación con el ejercicio de los programas sociales o acciones institucionales, el artículo 134, párrafo séptimo de la CPEUM establece que los servidores públicos de la federación, las entidades federativas, los municipios y las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, tienen en todo tiempo la obligación de aplicar con imparcialidad los recursos públicos que están bajo su responsabilidad, sin influir en la equidad 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,²⁶ por tanto, los beneficios no pueden ser entregados en eventos masivos o en modalidades que afecten los principios de equidad, imparcialidad y neutralidad.²⁷

Lo anterior, pues su ejecución, inclusive durante el proceso consultivo en un contexto electoral *per se*, si 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.

²⁶ 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 los servidores públicos para influir en el proceso consultivo.

²⁷ Conductas que no impliquen el uso de recursos del Estado, pero que se relacionan con la calidad de servidor público 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.

Asimismo, debe vigilarse que los programas sociales, se ajusten a su objeto y reglas de operación; y que las actividades que lleven a cabo los servidores públicos involucrados en dicha actividad no resulten en actos simulados para influir en la opinión de la ciudadanía sobre algún candidato, 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”**²⁸, la cual establece precisamente lo ya mencionado.

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 los servidores públicos lleven a cabo los actos que por su propia naturaleza deben efectuar en los diferentes órdenes de gobierno y menos prohibir que ejerzan sus atribuciones en la demarcación territorial que corresponda, pues ello podría atentar contra el desarrollo y correcto desenvolvimiento de la función pública que están obligados a cumplir en beneficio de la población, ya que no resulta razonable que se paralicen las actividades que el gobierno implementa en beneficio de la sociedad.

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 los servidores públicos 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 los servidores públicos aprovechen la posición en que se encuentran para que, de manera explícita o implícita, hagan promoción que pueda afectar el resultado del proceso electoral.²⁹

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 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.”³⁰

15. Ahora bien, la Sala Superior aprobó diversos criterios en las que medularmente se analizan aspectos a considerar en materia de propaganda gubernamental, mismos que se exponen a continuación:

- Jurisprudencia 18/2011 de rubro **PROPAGANDA GUBERNAMENTAL. LOS SUPUESTOS DE EXCEPCIÓN A QUE SE REFIERE EL ARTÍCULO 41, BASE III, APARTADO C, DE LA CONSTITUCIÓN FEDERAL, DEBEN CUMPLIR CON LOS PRINCIPIOS DE EQUIDAD E IMPARCIALIDAD**, de la que se desprende que la finalidad de la prohibición de difundir propaganda gubernamental es evitar que ésta influya o pueda influir en las preferencias

²⁸ Gaceta de Jurisprudencia y Tesis en materia electoral, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Año 12, Número 24, 2019, páginas 29 y 30.

²⁹ 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.

³⁰ 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.

electorales de los ciudadanos, ya sea a favor o en contra de determinado partido político o de su candidato, en tanto el sistema democrático ha sido diseñado para que los poderes públicos, los órganos a través de los tres niveles de gobierno y cualesquiera entes públicos observen una conducta imparcial en las elecciones.

- Tesis LXII/2016 de rubro **PROPAGANDA GUBERNAMENTAL. LA INVITACIÓN A UNA CELEBRACIÓN DE CARÁCTER CULTURAL Y SOCIAL, NO VIOLA LA PROHIBICIÓN CONSTITUCIONAL DE DIFUNDIRLA EN PROCESO ELECTORAL**, en la que se argumenta que la colocación de lonas, pendones o gallardetes, u otro tipo de propaganda, que invite a festejar un día social y culturalmente importante, no infringe la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante las campañas electorales, siempre que se ajuste al principio de equidad en la contienda.
- Tesis XIII/2017 de rubro **INFORMACIÓN PÚBLICA DE CARÁCTER INSTITUCIONAL. LA CONTENIDA EN PORTALES DE INTERNET Y REDES SOCIALES, PUEDE SER DIFUNDIDA DURANTE CAMPAÑAS Y VEDA ELECTORAL**, interpretación que sostiene que, en atención al principio de imparcialidad, la información pública de carácter institucional es aquella que versa sobre servicios que presta el gobierno en ejercicio de sus funciones, así como de temas de interés general, siempre que no se trate de publicidad o propaganda gubernamental y no se haga referencia a candidatura o partido político o promocióne a algún funcionario público o logros de gobiernos, es decir, *solo debe ser información relacionada con trámites administrativos y servicios a la comunidad*.

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

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

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

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

Educación

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

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

Asimismo, *“la educación debe ser democrática, considerando a la democracia no sólo como una estructura jurídica y un régimen político, sino como un sistema de vida fundado en el constante mejoramiento económico, social y cultural del pueblo, que debe ser nacional en cuanto a la necesidad de atender a la comprensión de nuestros problemas, aprovechamiento de los recursos, la defensa y aseguramiento de nuestra independencia política y económica, así como a la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura.”*

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

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

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

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

Salud

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

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

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

[...]

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

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

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

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

Por salud se entiende un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades y para lograr la protección se debe de considerar el acrecentamiento de los valores; la extensión de actitudes solidarias y responsables de la población; el conocimiento; la enseñanza y la investigación científica y tecnológica que coadyuven a la creación, mejoramiento, conservación, restauración y disfrute de las condiciones y servicios de salud que contribuyan al desarrollo social.³¹

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

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

18. 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

19. 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

20. Como se desprende de diversos instrumentos³² aprobados por este Órgano, en el análisis de las solicitudes se han empleado los criterios siguientes:
- **Necesidad**, relacionado con que la campaña, por su contenido, no pueda ser difundida en otro momento.
 - **Importancia**, relacionado con la relevancia del tema que se pretenda dar a conocer.
 - **Temporalidad**, relacionado con la oportunidad en la que se presente la solicitud para la difusión de la campaña, tomando en consideración el fin que se persigue.
 - **Generalidad**, que la campaña sea dirigida al grueso de la población, y no a un sector específico.
 - **Fundamentación y motivación**, relacionado con la debida justificación por parte del ente público, y de manera individualizada, de cada una de las campañas que pretenda difundir.

³¹ Artículos 1 Bis, en relación con el 2, fracciones III, IV, V, VI y VII de la Ley General de Salud.

³² El Consejo General ha emitido diversos acuerdos relacionados con la atención a solicitudes para exceptuar la prohibición a la difusión de propaganda gubernamental, desde el inicio de las campañas hasta el fin de la Jornada Electoral, identificados con las claves CG40/2009; CG601/2009; CG155/2010; CG135/2011; CG180/2011; CG220/2011; CG75/2012; CG94/2013; CG131/2013; CG83/2014; INE/CG61/2015; INE/CG120/2015; INE/CG133/2015; INE/CG199/2015; INE/CG1081/2015; INE/CG78/2016; INE/CG173/2016; INE/CG280/2016; INE/CG396/2016; INE/CG65/2017; INE/CG 172/2018; INE/CG119/2019; INE/CG245/2019 INE/CG235/2020; INE/CG310/2020; INE/CG311/2020; INE/CG109/2021; INE/CG334/2021; INE/CG377/2021; INE/CG431/2021; INE/CG626/2021, INE/CG1644/2021 e INE/CG43/2022.

Análisis de las campañas para que puedan difundirse durante los periodos de campaña, reflexión y Jornada Electoral de los Procesos Electorales Locales de Aguascalientes, Durango, Hidalgo, Oaxaca, Quintana Roo y Tamaulipas

21. Con base en los criterios señalados se realizará el análisis agrupando en primer lugar, las campañas que no se analizarán debido a que su vigencia es previa o posterior al periodo en que debe suspenderse la propaganda gubernamental durante los procesos electorales; posteriormente se analizarán aquellas campañas que son idénticas a aquellas que han sido anteriormente declaradas procedentes o improcedentes por éste órgano colegiado para los distintos periodos de campaña de procesos electorales o bien, para el proceso de Consulta Popular y Revocación de Mandato; después, se estudiarán y agruparán conforme a la dependencia o entidad del gobierno federal, estatal y municipal solicitantes; finalmente se desecharán aquellas solicitudes que se hayan recibido de manera extemporánea.
22. Conforme a lo anterior, las siguientes solicitudes no serán analizadas en el presente Acuerdo porque la fecha de vigencia de la campaña propuesta inicia y termina con anterioridad al inicio del periodo de campaña de los Procesos Electorales Locales materia de este Acuerdo:

No.	DEPENDENCIA	CAMPAÑAS	VIGENCIA
1.	Dirección Municipal de Administración y Finanzas del Ayuntamiento de Durango, Durango	"Descuentos por pronto pago"	Enero, febrero y marzo
2.	Secretaría de las Culturas y Artes de Oaxaca, Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno del estado de Oaxaca	"Festival de Primavera Rodolfo Morales"	Del 18 al 27 de marzo
3.	Instancia Municipal de las Mujeres del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Taller 'Esta era yo'"	8 de marzo
4.	Instancia Municipal de las Mujeres del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	Conferencia. 'Empoderamiento y desarrollo de las mujeres'"	25 de marzo
5.	Instancia Municipal de las Mujeres del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Convocatoria de dibujo y video, 'Semana de la Mujer y la niña en la Ciencia'"	Del 7 al 11 de febrero
6.	Instancia Municipal de las Mujeres del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Taller 'Violentómetro'"	21 de febrero
7.	Instancia Municipal de las Mujeres del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Conferencia. Violencia laboral-Mobbing"	25 de febrero
8.	Secretaría de Cultura, Educación, Deporte y Juventud del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Inauguración de la escuela municipal de box"	25 de marzo
9.	Secretaría de Cultura, Educación, Deporte y Juventud del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Curso de motociclismo urbano"	Del 6 al 27 de marzo
10.	Secretaría de Cultura, Educación, Deporte y Juventud del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Inauguración de la escuela municipal de tenis de mesa"	22 de marzo
11.	Dirección de Sanidad del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Campaña auditiva"	Del 9 al 23 de febrero
12.	Dirección de Sanidad del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Con ellas Tulancingo avanza"	Del 21 de febrero al 8 de marzo

13.	Dirección de Atención a Pueblos, Comunidades y Población Indígena del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Acceso a la Atención Médica de Tercer Nivel de Alta Especialidad"	Del 01 de febrero al 01 de abril
14.	Sistema para el Desarrollo Integral de las familias del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	Cursos de fisioterapia	Del 05 de febrero al 01 de abril
15.	Comisión de Agua y Alcantarillado del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Semana del agua"	Del 21 al 25 de marzo
16.	Instituto de Cultura del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Festival del folklor Jesús María 2021"	Del 26 de enero al 06 de febrero
17.	Departamento de Protección Civil del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Campaña Cohete"	Del 01 de diciembre de 2021 al 02 de febrero de 2022
18.	Secretaría de Desarrollo Social del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Cursos y Talleres de Desarrollo Comunitario"	Del 03 al 24 de enero de 2022
19.	Secretaría de Desarrollo Social y Departamento de Apoyo a la Educación, ambos del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Concurso de Oratoria"	Del 01 al 03 de marzo de 2022
20.	Secretaría de Desarrollo Social y Departamento de Apoyo a la Educación, ambos del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Demostración de Ciencia y Tecnología"	31 de marzo de 2022
21.	Secretaría de Desarrollo Social y Departamento de Apoyo a la Educación, ambos del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Demostración de Escolta de Bandera"	18 de febrero de 2022
22.	Secretaría de Desarrollo Social del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Modelo de Ecosistema de Bienestar Congregación Mariana Trinitaria"	03 de enero de 2022
23.	Regiduría de Salud del Municipio de Chignautla, Puebla	"Programa de esterilización municipal"	Del 07 al 08 de marzo

24.	Regiduría de Educación del Municipio de Chignautla, Puebla	"Programa del festival artístico cultural Chignautla 2022"	Del 07 al 08 de marzo
25.	Sistema DIF del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Programa integral de atención a adultos mayores 'Vida Plena' (Brigada Médica Adulto Activo)"	07 al 15 de marzo de 2022
26.	Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento de Torreón, Coahuila	"Campaña Predial. Contribuyente Cumplido"	Del 01 de enero al 31 de marzo de 2022
27.	Dirección de Salud del Ayuntamiento de Xicotepec de Juárez, Puebla	"Campaña de Vacunación Antirrábica"	Del 04 de marzo al 01 de abril
28.	Dirección de Salud del Ayuntamiento de Xicotepec de Juárez, Puebla	"Campaña de esterilización canina y felina"	Del 04 de marzo al 01 de abril
29.	Área de Psicología del Ayuntamiento de San Salvador el Verde, Puebla	"Alto al Bullying"	Del 08 al 09 de marzo
30.	Mesa Directiva del Congreso del Estado de Morelos	"Campaña de difusión del Parlamento de Mujeres 2022"	Del 04 al 08 de marzo
31.	Dirección de Comunicación y Desarrollo Institucional del Gobierno del estado de Morelos	"Ruedas, raíces y turbinas"	Del 07 de febrero al 24 de marzo
32.	Secretaría de Turismo y Cultura, Centro Cultural Teopanzolco del Gobierno del Estado de Morelos	"Diego El Cigala "Muy íntimo"	Del 18 al 23 de marzo

De igual manera, las siguientes solicitudes tampoco serán analizadas pues las fechas de su vigencia inicia con posterioridad al día de la jornada electoral de todos los Procesos Electorales Locales materia del presente Acuerdo:

No.	DEPENDENCIA	CAMPAÑAS	VIGENCIA
1.	Secretaría de Desarrollo Social y Departamento de Apoyo a la Educación del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Concurso de Poesía"	Del 09 al 10 de junio.
2.	CONSAR	"El SAR lo hacemos todos" 1. Versión: Feria de las Afores Ciudad de México 2. Versión: Feria de las Afores Monterrey"	1. Del 20 de junio al 31 de julio 2. Del 1 al 30 de noviembre

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

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

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	OBJETIVO	ACUERDO INE	CALIFICACIÓN
Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del estado de Oaxaca	“Pon un alto a la Pornografía Infantil” , con vigencia del 11 de abril al 06 de mayo	Informar y concientizar a la población del estado de Oaxaca acerca del consumo de la pornografía infantil, y cómo las niñas, niños y adolescentes son explotados para crear este contenido.	INE/CG626/2021	Procedente. Al tratarse de un grupo de atención prioritaria, esta campaña pretende generar conciencia en la sociedad sobre las implicaciones de la pornografía infantil, por lo cual se considera parte de los conceptos de educación y salud, al prestar atención ante un tema tan alarmante que afecta a la sociedad en general. En atención a lo anterior, de acuerdo a lo establecido en la Convención sobre los Derechos del Niño, la Constitución Federal, así como la Ley General de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes, se deben adoptar las medidas necesarias y urgentes para proteger los derechos de la niñez y adolescencia. En ese sentido, esta campaña encuadra en el supuesto de excepción a la difusión de propaganda gubernamental.
Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del estado de Oaxaca	“Rompe la cadena de trata” , con vigencia del 09 de mayo al 09 de septiembre	Informar a la sociedad sobre cómo los niños son explotados laboralmente para que la sociedad sepa identificar las situaciones de explotación laboral infantil, y así fomentar la denuncia.	INE/CG626/2021	Procedente. La Organización Internacional del Trabajo (OIT) define el trabajo infantil como todo aquel que priva a niñas, niños y adolescentes de su potencial y dignidad, y que es perjudicial para su desarrollo físico y psicológico. Puede producir efectos negativos, inmediatos o futuros para su desarrollo físico, mental, psicológico o social, e impide el disfrute pleno de sus derechos humanos, en especial obstaculiza su asistencia o permanencia en la escuela y reduce su rendimiento en ella. Aunado a lo anterior, de conformidad con el artículo 123, apartado A, fracción III de la CPEUM, está prohibida la utilización del trabajo de los menores de quince años. A su vez, los mayores de esta edad y menores de dieciséis tendrán como jornada máxima la de seis horas. Por lo que, esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud. En consecuencia, se considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental.

Secretaría de Turismo y Coordinación General de Comunicación Social, ambos del Gobierno del estado de Oaxaca	“Campaña de Promoción Turística del estado de Oaxaca” , con vigencia del 15 de marzo al 31 de diciembre ³³	Promoción, divulgación y difusión de los principales destinos turísticos, así como la actividades logísticas y administrativas en torno a la festividad de la Guelaguetza 2022	INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022	Procedente. Se considera que la promoción de cualquier parte del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Lo anterior, toda vez que la norma fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural del pueblo, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida, costumbres y gastronomía, entre otros. En consecuencia, resulta evidente que la promoción del estado de Oaxaca se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer que esta próxima a celebrarse la Guelaguetza y la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres, así como su gastronomía.
--	--	--	--	--

³³ La vigencia se obtuvo de la combinación de los dos formularios enviados por las dos autoridades que solicitaron la difusión de esta campaña.

Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Oaxaca	“Guelaguetza”, con vigencia del 01 de abril al 03 de agosto	Diversificar el mercado turístico, aprovechar el potencial cultural de Oaxaca y generar flujo turístico de locales, nacionales y extranjeros para transmitir, preservar el patrimonio cultural y generar una mayor derrama económica en el Estado y por ende el país.	INE/CG172/2018, INE/CG377/2021 e INE/CG626/2021	Procedente. Se considera que la promoción de una fiesta nacida en 1932, que celebra la cultura y el folclor de más de 50 comunidades de 17 etnias que llegan de las 8 regiones de Oaxaca, cuyas costumbres y tradiciones darán a conocer a los mexicanos y al mundo la cultura, la gastronomía, las artesanías y las costumbres del pueblo Oaxaqueño constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Lo anterior, toda vez que la norma fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural del pueblo, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida, costumbres y gastronomía, entre otros. En consecuencia, resulta evidente que la promoción del estado de Oaxaca y de un evento cultural tan importante como la Guelaguetza, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres. Máxime cuando la Guelaguetza se lleva a cabo año con año en la misma época del año.
---	---	---	---	---

Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Oaxaca	“Campaña de vacunación” , con vigencia del 01 de abril al 31 de diciembre	Dar a conocer el proceso, lugares y puntos en donde se llevará a cabo la vacunación contra el COVID-19. Coadyuvar en la prevención de contagios.	INE/CG377/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022	Procedente. La campaña tiene como finalidad informar a la población sobre el programa de vacunación por COVID-19, cuestión que determina las medidas y protocolos de salud y protección civil que las autoridades estiman se deben aplicar. En atención a lo anterior, el artículo 4° de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, se considera adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental, por su vinculación con los conceptos de salud y protección civil.
Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Oaxaca	“Promoción cultural de Oaxaca” , con vigencia del 01 de abril al 31 de diciembre	Tiene objetivo posicionar a Oaxaca dentro del mercado turístico a la vez que la población mexicana conozca con oportunidad las actividades, bienes y servicios que se realizan en materia artística, gastronómica y cultural.	INE/CG377/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022	Procedente. Se considera que la promoción de cualquier parte del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural del pueblo, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida, costumbres y gastronomía, entre otros. En consecuencia, resulta evidente que la promoción del estado de Oaxaca sobre sus lugares y destinos turísticos se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres, así como su gastronomía.

Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Oaxaca	“Protección Civil” , con vigencia del 01 de abril al 31 de diciembre	Informar a la ciudadanía sobre las recomendaciones que deben asumir ante situaciones de contingencia ocasionadas por fenómenos perturbadores de origen natural como los geólogos o los hidrometereológicos, así mismo los de origen antrópico o humano tales como los químicos, sanitarios ecológicos o socio organizativo.	INE/CG377/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022	Procedente. Protección Civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona protección y asistencia a la ciudadanía ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y el entorno en el que vive. En ese sentido, el artículo 4° de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud, esto es, el derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. La acción en materia de seguridad tiene una evidente finalidad de protección civil en caso de fenómenos naturales, por lo cual resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de protección civil y salud, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de emergencias, contribuir a la disminución de riesgos y prevención de una situación de peligro, lo que contribuye a salvar vidas humanas.
SENER	“Horario de Verano”, Versión: Inicio resto de la República Vigencia: del 28 de marzo al 3 de abril.	Informar a la población del cambio de horario.	CG75/2012, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG1644/2021 e INE/CG43/2022	Procedente: Se considera como procedente al tratarse de información relacionada con los objetivos de la educación, esto es, propiciar el aprovechamiento de nuestros recursos naturales y fortalecer la cultura del aprovechamiento y cuidado de la energía.

CONAGUA	“Lluvias y ciclones tropicales 2022, versión: Lluvias y ciclones tropicales 2022” Vigencia: del 16 de mayo al 31 de octubre.	Fortalecer la cultura de la prevención asociada a la ocurrencia de fenómenos meteorológicos ante la emisión de alertas de posibles contingencias.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG172/2018, INE/CG235/2020, INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG1644/2021	Procedente: De conformidad con el artículo 9, fracción XL de la Ley de Aguas Nacionales, CONAGUA tiene como atribución participar en el sistema nacional de protección civil y apoyar en la aplicación de los planes y programas de carácter federal para prevenir y atender situaciones de emergencia causadas por fenómenos hidrometeorológicos extremos.
CONAFOR	“Prevención y reporte de incendios Forestales, Versiones 2022 A y B” Vigencia: del 27 de marzo al 30 de mayo.	Informar acerca de la prevención de los incendios forestales con el fin de proteger los ecosistemas forestales de factores que deterioren la cobertura vegetal para mantener el patrimonio natural y contribuir a la mitigación al cambio climático, para el bienestar de la población que habita en las zonas forestales y de la sociedad en general.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG43/2022	Procedente: La campaña brinda información que permitirá dar a conocer a la población en general la importancia de prevenir y reportar los incendios forestales, por lo que se encuentra vinculada al concepto de educación y protección civil.
CONAFE	“Captación de aspirantes a líderes para la educación comunitaria” Vigencia: 1 de junio al 30 de junio.	Invitar a jóvenes a colaborar en la prestación de servicios educativos en favor de las comunidades de las zonas más marginadas del país.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017 e INE/CG172/2018.	Procedente: El artículo 3° Constitucional establece el derecho de toda persona a la educación. A su vez, de acuerdo con la UNESCO, la igualdad de oportunidades es esencial en materia educativa, ya que es de suma importancia el acceso al conocimiento y a la información. Por lo anterior, se considera pertinente exceptuar esta campaña, ya que es un mecanismo que se utiliza para invitar a los jóvenes a participar en la experiencia educativa de los servicios comunitarios y con ello cumplir su objetivo principal, mismo que se encuentra relacionado con el concepto de educación que la propia Constitución establece.

IMSS	“PREVENIMSS versión “Varías” Vigencia: del 14 de febrero al 31 de julio.	Fomentar la corresponsabilidad de la población en el cuidado de su salud, la atención primaria y preventiva, promover la reflexión sobre la importancia de la salud y la medicina preventiva en personas sanas, diagnosticadas y no diagnosticadas con enfermedades crónicas y difundir acciones sencillas para detonar cambios de hábitos graduales.	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022	Procedente: El artículo 4 de la CPEUM garantiza para todas las personas el derecho a la protección de la salud. Por tanto, esta campaña se encuentra vinculada con el concepto de salud, ya que tiene como objetivo fomentar en la población la reflexión sobre la importancia de la salud y prevención. Es por ello, que su difusión se encuentra amparada en el precepto constitucional relacionado con las excepciones a las prohibiciones de difundir propaganda gubernamental.
Secretaría de Cultura	“Actividades y Servicios Culturales” Vigencia: del 1 de marzo al 31 de diciembre.	Informar a la población de las actividades y servicios que en materia artística y cultural se realizan con el fin de motivar el interés y la asistencia a las mismas.	INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG235/2020, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG1644/2021 e INE/CG43/2022	Procedente: El texto constitucional señala el derecho que tiene toda persona al acceso a la cultura y al disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, así como el ejercicio de los derechos culturales. Derivado de lo anterior, es preciso que esta campaña sea considerada dentro de las excepciones a las prohibiciones de difundir propaganda gubernamental por su vinculación directa con el concepto de educación.
INAH	“Difusión de la cultura y del patrimonio antropológico e histórico” Vigencia: del 1 de marzo al 31 de diciembre.	Proteger y conservar la diversidad, la memoria y los patrimonios culturales de México mediante acciones de preservación, investigación, protección, promoción de su conocimiento y apropiación.	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, e INE/CG43/2022	Procedente: Esta campaña busca fortalecer la identidad nacional a través de la difusión del patrimonio cultural y el conocimiento de la diversidad cultural, acceso a bienes y servicios culturales; además, busca promover la importancia del patrimonio antropológico, histórico, arqueológico y paleontológico y hacer conciencia del valor de ese legado y la necesidad de su protección. Por tanto, esta campaña se encuentra vinculada al concepto de educación y se estima debe considerarse como parte de las excepciones a las prohibiciones de difundir propaganda gubernamental.

INBAL	“Difusión de la Cultura y Patrimonio Artístico Literario” Vigencia: del 1 de marzo al 31 de diciembre.	Garantizar progresivamente el acceso a los bienes y servicios culturales a las personas, a través del incremento y diversificación de la oferta cultural en el territorio y del intercambio cultural de México con el extranjero.	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG1644/2021 e INE/CG43/2022	Procedente: La cultura forma parte del desarrollo integral del ser humano, es por ello que deben exceptuarse las campañas relacionadas con la promoción de la cultura, ya que tienen un vínculo estrecho con la educación. Pues, la Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura.
INALI	“Diversidad Lingüística” Vigencia: del 14 de febrero al 31 de agosto.	Dar a conocer la diversidad lingüística nacional, así como los esfuerzos nacionales e internacionales por el reconocimiento de los derechos de los pueblos indígenas a la libertad de expresión, a la educación en su idioma materno y a la participación en la vida pública utilizando sus idiomas, como requisitos previos para la supervivencia de los idiomas indígenas.	INE/CG43/2022	Procedente: Esta campaña debe ser analizada a la luz del artículo 14, inciso c) de la Ley General de Derechos Lingüísticos de los Pueblos Indígenas, que entre otras cosas dispone que el INALI debe ampliar el ámbito social de uso de las lenguas indígenas nacionales y promover el acceso a su conocimiento, así como estimular la preservación, conocimiento y aprecio de las lenguas indígenas en los espacios públicos y los medios de comunicación. Dicho lo anterior, debe considerarse que nuestro orden legal señala que las lenguas indígenas son parte integrante del patrimonio cultural y lingüístico nacional y que tanto el español como las lenguas indígenas son lenguas nacionales y tendrán la misma validez, por lo que en armonía con lo señalado como concepto de educación, en especial lo referente a la diversidad cultural, se determina que es adecuado vincular la difusión de esta campaña ya que promover el multilingüismo y la diversidad cultural siempre abona al acrecentamiento de la cultura y, por tanto, la educación de la población.

SHCP	“Declaración Anual e Informativa, versión Declaración Anual 2021” Vigencia: del 1 de abril al 30 de abril.	Incentivar a los contribuyentes al pago de impuestos y a la presentación de declaraciones anuales e informativas y con ello incrementar el cumplimiento de obligaciones fiscales.	CG126/2009, CG601/2009, CG135/2011, CG75/2012, CG94/2013, CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG235/2020, INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022	Procedente: La campaña es acorde al concepto de educación, porque incentiva el cumplimiento de las obligaciones de las personas físicas y morales; además de que su difusión es importante y resulta necesaria para el Estado Mexicano, tomando en consideración que se trata de un esfuerzo de comunicación y no de un programa de gobierno.
LOTENAL	1. “Si juegas, gana México, versiones: 1) Historias, 2) Asistencia social”; vigencia del 3 de abril al 5 de junio. 2. “¡Alegría Lotería!, versiones: 1) Familia Lotería Nacional Fusionada, 2) Marcas de Lotería Nacional, 3) Premios y 4) Venta en Línea”; vigencia del 3 de abril al 5 de junio. 3. “Marcas Deportivas, versiones: 1) Deportivas Lotería, y 2) Embajadores”; vigencia del 3 de abril al 5 de junio. 4. “Sorteos Especiales, versiones: 1) Gran Sorteo Especial, 2) Sorteos Tradicionales y 3) Pueblos Mágicos”; vigencia del 4 de febrero al 10 de abril. Vigencia: del 3 de abril al 5 de junio.	Apoyar los programas de salud y asistencia social.	CG40/2009, CG601/2009, CG155-2010, CG135-2011, CG75-2012, CG94-2013, CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG1644/2021 e INE/CG43/2022	Procedente: Las campañas publicitarias del mencionado organismo, al tener como finalidad la promoción de los productos que comercializan para obtener recursos, para que se apliquen a los programas de salud, se deben considerar dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales durante los periodos de campaña que se lleven a cabo en los procedimientos electorales.³⁴

³⁴ Mediante los recursos de apelación identificados bajo la clave SUP-RAP-57/2010 y SUP-RAP-54/2012, la Sala Superior determinó que se encontraban dentro de las excepciones establecidas en el artículo 41, Base III, apartado C de la Constitución, las campañas relativas a la asistencia pública que emitan tanto la “Lotería Nacional” como “Pronósticos para la Asistencia Pública”.

SICT	“Carretera segura. Versiones: Automóviles, Autotransporte y Accidentes Autos” Vigencia: del 3 de abril al 3 de mayo.	Reducir situaciones que pongan en peligro la integridad de la red carretera del país.	INE/CG43/2022	Procedente: La acción en materia de prevención de accidentes comprende la adopción de diversas medidas entre las que se encuentra el fomento de programas de educación y orientación a la población con la difusión de mensajes específicos para sensibilizar a los conductores acerca de los riesgos que significa transportarse en automóvil, previniendo accidentes y muertes derivadas de la falta de cuidados viales. En razón de lo anterior, al ser una materia de educación y protección civil, resulta pertinente exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental.
CONAPO	“Derechos sexuales y reproductivos, versión ¡Yo decido! Y versión ¡Yo exijo respeto” Vigencia: del 23 de mayo al 15 de julio.	Reforzar la estrategia nacional para la prevención del embarazo en adolescentes (ENAPEA), la cual tiene como meta disminuir los nacimientos en mujeres de 15 a 19 años y erradicar los nacimientos en mujeres menores de 14 años o menos.	INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021	Procedente: El artículo 4° de la Constitución dispone que el Estado protegerá la organización y desarrollo de la familia, mientras que el artículo 5° de la Ley General de Población señala que el Consejo Nacional de Población tiene a su cargo la planeación demográfica del país. En adición de lo anterior, el artículo 17 del Reglamento de la Ley General de Población estipula que los programas de planificación familiar informarán de manera clara y llana sobre los fenómenos demográficos y de salud reproductiva, así como sobre el derecho de los individuos a planificar su familia, de manera informada y responsable. Así, este tipo de campañas deben ser consideradas como exceptuadas de la prohibición constitucional, ya que ayuda a prevenir y erradicar la violencia sexual hacia las niñas y, de esta manera evitar consecuencias físicas, psicológicas y sociales, como lo son el riesgo de padecer infecciones de transmisión sexual, embarazos no deseados, trastornos psicológicos, estigma y discriminación.

Secretaría de Salud	“Promoción de la Salud, versiones Varias” Vigencia: del 1 de febrero al 30 de junio.	Fomentar la cultura del cuidado de la salud entre la población, desde una alimentación saludable y actividad física que coadyuven a la atención de enfermedades como el sobrepeso, la obesidad y la hipertensión, por mencionar algunas. Asimismo, ante las lecciones aprendidas por la actual pandemia de COVID-19, reforzar las medidas de higiene, así como la atención de la salud mental de los distintos grupos de edad de la población se vuelve una prioridad ante los crecientes índices de depresión y ansiedad, entre otros.	INE/CG43/2022	Procedente: De conformidad con los artículos 27 de la Ley General de Salud, 19, fracción II y 45, fracción I del Reglamento Interior de la Secretaría de Salud, corresponde a la dependencia federal la prevención, control, información y promoción de estrategias nacionales en materia de atención a la salud. Por lo anterior, se considera que esta campaña debe exceptuarse de la suspensión de propaganda gubernamental, pues guarda relación con el concepto de salud, dado que su principal propósito es realizar acciones encaminadas a promover la protección del derecho de gozar de buena salud.
CNTS	“Donación voluntaria y altruista de sangre”; Vigencia: del 1 de enero al 31 de diciembre.	Fomentar la donación regular de sangre no remunerada e informar a la población sobre la importancia de los donantes, ya que sin ellos sería imposible contar con este plasma que es fundamental para aumentar la esperanza y la calidad de vida.	INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022	Procedente: Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud ya que por un lado, genera valores y cultura relacionados con la importancia de la donación de sangre para salvar vidas y concientiza a la población con la finalidad de consolidar y mantener un sistema nacional que permita la disponibilidad, accesibilidad, calidad y seguridad de la sangre; y, por el otro lado, incrementa la seguridad sanguínea y garantiza el acceso constante y universal a la sangre, por lo que se considera como exceptuada de la prohibición constitucional de difundir propaganda gubernamental.

CENSIA	“Promoción de la vacunación” Vigencia: del 1 de abril al 5 de junio.	Reducir la incidencia de las enfermedades prevenibles por vacunación, favorecer la actualización del esquema básico de vacunación en la línea de vida.	INE/CG43/2022	Procedente: El artículo 47, fracción II del Reglamento Interior de la Secretaría de Salud, dispone que el CENSIA puede proponer las estrategias nacionales en materia de vacunación, para toda la población. En razón de lo anterior, el derecho a la protección de la salud, del que todo mexicano goza, debe ser respetado. Por tanto, esta campaña debe considerarse dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales, ya que como se mencionó con anterioridad, con su difusión se busca reducir la incidencia de las enfermedades prevenibles por vacunación, favoreciendo la actualización del esquema básico de vacunación en la línea de vida.
Seguridad Pública del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	“Operativo cazadores de tormentas”, con vigencia permanente.	Difundir las medidas necesarias para prevenir los contagios por COVID-19, a través del uso correcto del cubre bocas y aplicación del gel antibacterial, durante los procesos de reactivación de actividades.	INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021	Procedente. El artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID 19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante el periodo prohibido, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.

Dirección de Movilidad y Transporte del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	“Si tienes cabeza usa casco” , con vigencia del 01 de marzo al 01 de agosto de 2021. ³⁵	Concientizar y sensibilizar a la población sobre la importancia del uso del casco al momento de conducir una motocicleta, con la finalidad de reducir los accidentes.	INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino redes sociales y operativos en los diferentes puntos estratégicos de la ciudad.
Dirección de Movilidad y Transporte del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	“Conoce tus derechos” , con vigencia del 01 de marzo al 01 de agosto de 2021. ³⁶	Difundir material que permita a los ciudadanos conocer sus derechos y obligaciones en torno al Reglamento de Movilidad y Transporte.	INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, solo redes sociales.
Dirección de Movilidad y Transporte del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	“Uno por Uno Tulancingo Avanza” , con vigencia del 01 de marzo al 01 de agosto de 2021. ³⁷	Concientizar a los conductores y transeúntes del respeto del uno por uno, con el objetivo de proteger y salvaguardar su integridad física.	INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, solo redes sociales y publicidad colocada en vehículos, así como operativos.
Dirección de Movilidad y Transporte del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	“Campaña naranja” , con vigencia del 01 de marzo al 01 de agosto de 2021. ³⁸	Campaña de educación para el personal de la Dirección de Movilidad y Transporte del Municipio, con perspectiva de género, en acuerdo con la instancia de la mujer.	INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021	Procedente. Se trata de información con fines educativos, pues instruye al personal de la mencionada Dirección sobre los problemas de la discriminación, promueve el respeto, la igualdad y el trato con perspectiva de género. Así, esta campaña puede ser considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional ya que a través de esta propaganda se pretende generar una cultura de la igualdad incluyente y de respeto.
Dirección de Prevención del Delito del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	“Transporte seguro” , con vigencia del 10 de marzo al 05 de abril de 2021. ³⁹	Prevenir el delito y brindar atención inmediata.	INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021	Improcedente. De acuerdo con el formulario se establece que se colocara una calcomanía en el interior de las unidades de transporte señalando las medidas de emergencia y una frase de prevención, por lo que la difusión no implica radio y televisión.

³⁵ Esta autoridad considera que se incurrió en un *lapsus calami* en las fechas de inicio y término de las transmisiones, toda vez que la solicitud es relativa a la propaganda gubernamental para el actual proceso electoral local.

³⁶ Ídem.

³⁷ Ídem.

³⁸ Ídem.

³⁹ Ídem.

Dirección de Bomberos y Protección Civil del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	“Difusión de medidas preventivas en materia de protección civil por fenómenos afectables a la ciudadanía”, con vigencia permanente.	Informar a la ciudadanía sobre fenómenos hidrometeorológicos o algún otro fenómeno afectable, así como pronósticos y medidas de prevención, para minimizar riesgos a la ciudadanía y sus bienes.	INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021	Procedente. Protección civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona la protección y la asistencia a los ciudadanos ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y el entorno en el que vive. En ese sentido, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud, esto es, el derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. La acción en materia de prevención de accidentes comprende el fomento de programas de orientación a la población. Lo anterior tiene una evidente finalidad de protección civil en caso de accidentes y contingencias, por lo cual resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de protección civil y salud, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de emergencias, contribución a la disminución de riesgos y prevención de una situación de peligro, lo que contribuye a salvar vidas humanas.
Secretaría del Campo del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	“Campañas de Sanidad Vegetal”, con vigencia de marzo a diciembre.	Capacitar a los productores agrícolas para implementar acciones de prevención, control y erradicación de plagas.	INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021	Procedente. El campo representa una fuente de riqueza para el país, ya que es de donde se obtiene la base alimentaria, por lo que es de suma importancia fomentar entre los productores agrícolas acciones de prevención control y erradicación de plagas en los cultivos. En ese sentido, se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a la conservación del sector agropecuario, ya que estas actividades corresponden a la educación informal, contribuyendo al aprovechamiento efectivo de la tierra, capacitando a los productores agrícolas.

Secretaría del Campo del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	“Campañas de Vacunación” , con vigencia de marzo a diciembre.	Difundir las campañas de vacunación como medida preventiva de las enfermedades epidemiológicas de los animales.	INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021	Procedente. Esta campaña se debe considerar dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales, en razón de que se encuentra relacionada con el derecho a la protección de la salud del que todo mexicano goza. En ese sentido, el concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, ya que necesariamente abarca, entre otros aspectos, la vacunación y el entorno donde viven los animales domésticos y de granja que es un tema de salud pública.
Secretaría del Campo del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	“Inocuidad en los productos cárnicos y lácteos” , con vigencia de marzo a diciembre.	Capacitar a los productores del sector pecuario en temas de inocuidad que permitan garantizar la calidad de los productos para el consumo humano.	INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021	Procedente. Los artículos 3, fracción XI, 162 y 163 de la Ley General de Salud, disponen que es materia de salubridad general la educación para la salud, y que el derecho a la protección a la misma tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. Es por esto, que cobra gran importancia incentivar la capacitación de productores del sector pecuario en temas de inocuidad que permitan garantizar la calidad de los productos para el consumo humano. Dicho lo anterior, la campaña que se solicita exceptuar está relacionada con la sanidad e inocuidad de los alimentos, la cual está orientada a un tema prioritario de salud pública, que es el combate a la propagación e introducción de riesgos microbiológicos, así como a la presencia de enfermedades.
Secretaría del Campo del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	“Campaña para fomentar la eliminación de productos agroquímicos de alta residualidad” , con vigencia de marzo a diciembre.	Capacitar a los productores agrícolas para que eviten el uso y abuso de agroquímicos de alta toxicidad que inciden en la salud.	INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021	Procedente. Los artículos 3, fracción XI, 162 y 163 de la Ley General de Salud, disponen que es materia de salubridad general la educación para la salud, y que el derecho a la protección a la misma tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. Así, al igual que la campaña anterior, esta campaña está destinada directamente a los servicios de salud, pues busca, a través de capacitaciones, lograr que los productores eviten el uso y abuso de agroquímicos tóxicos que inciden en la salud. Por lo que debe exceptuarse de la suspensión de propaganda gubernamental.

Secretaría del Campo del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	“Talleres de capacitación en manejo integral del hato ganadero” , con vigencia de marzo a diciembre.	Capacitar a los productores para que tengan en buenas condiciones de salud a los animales, y fomentar el adecuado manejo sanitario del ganado, dada su importancia para la salud pública.	INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021	Procedente. Al igual que la campaña anterior, esta campaña está destinada directamente con los servicios de salud; por lo que debe exceptuarse de la suspensión de propaganda gubernamental, pues busca proteger la salud pública, capacitando a productores de leche y carne que se ubiquen en el municipio de Tulancingo con el fin de que conozcan, ejecuten y evalúen las prácticas de salud.
Secretaría del Campo del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	“Inocuidad en la producción hortícola” , con vigencia de marzo a diciembre.	Capacitar a los productores pecuarios, dedicados a la horticultura, en temas de inocuidad, que permitan garantizar la calidad de los productos para el consumo humano.	INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021	Procedente. Los artículos 3, fracción XI, 162 y 163 de la Ley General de Salud, disponen que es materia de salubridad general la educación para la salud, y que el derecho a la protección a la misma tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. Es por esto, que cobra gran importancia incentivar la capacitación de productores dedicados a la horticultura en temas de inocuidad que permitan garantizar la calidad de los productos para el consumo humano. Dicho lo anterior, la campaña que se solicita exceptuar está relacionada con la sanidad e inocuidad de los alimentos, la cual está orientada a un tema prioritario de salud pública, que es el combate a la propagación e introducción de riesgos microbiológicos, así como a la presencia de plagas y enfermedades. En consideración de lo antes expuesto, esta campaña debe ser exceptuada de la prohibición de difundir propaganda gubernamental establecida en la Carta Magna, pues resulta evidente que es una campaña dirigida a la protección del derecho a la salud, así como a la prevención, protección y garantía de la misma.
Secretaría de Servicios Municipales del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo.	“Mejoramiento de la imagen urbana” , con vigencia del 01 de abril al 07 de junio.	Implementar acciones para el balizamiento y cambio de luminarias del municipio, para mitigar inseguridad.	INE/CG626/2021	Improcedente. De acuerdo con lo establecido en el formulario, la solicitud no se refiere a una campaña gubernamental sino al ejercicio de las obligaciones y facultades de la Secretaría de Servicios Municipales, a fin de realizar un balizamiento y cambio de luminarias.
Dirección de Sanidad del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	“Campaña de esterilizaciones a perros y gatos” , con vigencia del 01 de febrero al 07 de junio.	Informar sobre la campaña de esterilización de perros y gatos.	INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que otorga esterilizaciones gratuitas a perros y gatos, la promoción de las mismas no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso. ⁴⁰

⁴⁰ 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.

Dirección de Sanidad del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	“Candidatos a cirugía de cataratas” , ⁴¹ con vigencia del 01 al 11 de marzo y del 01 de mayo al 13 de mayo.	Apoyar a la ciudadanía con problemas visuales para ser intervenidos quirúrgicamente o recibir el tratamiento de acuerdo con la patología que padezca.	INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que otorga subsidios para realizar cirugías de cataratas, 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, 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. ⁴²
Dirección de Comunicación Social del Gobierno del estado de Durango	“Campaña, corte de circulación y cierre de calles” , con vigencia del 10 de abril al 06 de junio	Informar sobre afectaciones en la circulación vial por sectores, para una mayor fluidez de tránsito y evitar molestias e incluso percances	INE/CG626/2021	Procedente: El artículo 4° de la CPEUM establece que “Toda persona tiene derecho a la movilidad en condiciones de seguridad vial, accesibilidad, eficiencia, sostenibilidad, calidad, inclusión e igualdad.” Aunado a lo anterior, protección civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona la protección y la asistencia a los ciudadanos ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y el entorno en el que vive. En ese sentido, esta campaña se encuentra vinculada al concepto de protección civil, ya que tiene como objetivo informar a la población sobre las acciones que podrían afectar su libre tránsito. Así, esta campaña se encuentra vinculada con las excepciones que marca el texto constitucional relativas a la prohibición de difundir propaganda gubernamental.
Dirección de Comunicación Social del Gobierno del estado de Durango	“Prevención del suicidio” , con vigencia, del 11 de abril al 06 de junio	Emitir mensajes que permitan la detección oportuna de personas que presentan síntomas de alteración en su salud mental y que pueden convertirse en suicidas., ante el incremento que se ha registrado en el número de personas que atentan contra su vida.	INE/CG626/2021	Procedente: De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud, por salud se entiende pues un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades y para lograr la protección se debe de considerar el acrecentamiento de los valores que coadyuven a la creación, conservación y disfrute de condiciones de salud que contribuyan al desarrollo social. Por lo anterior, la campaña analizada será considerada como exceptuada de la prohibición constitucional relativa a la suspensión de propaganda gubernamental, por estar estrechamente vinculada con el concepto de salud.

⁴¹ De la presente campaña se remitieron dos formularios con diferentes vigencias, pero el resto del contenido idéntico por lo que se estudia como una sola campaña.

⁴² 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.

Dirección de Comunicación Social del Gobierno del estado de Durango	“Más allá”, con vigencia, del 10 de abril al 06 de junio	Favorecer la reactivación económica a través del sector turismo, incentivando esta actividad dentro y fuera del estado para favorecer la presencia de turistas.	INE/CG626/2021	Procedente. Procedente: Se considera que la promoción de cualquier parte del país constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no se reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural del pueblo, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida, costumbres y gastronomía, entre otros. En consecuencia, resulta evidente que la promoción del país a través de los diversos estados que lo constituyen se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por si belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres. Máxime cuando esta próximo un periodo vacacional.
Dirección de Comunicación Social del Gobierno del estado de Durango	“Regreso seguro y digno a clases”, con vigencia, del 11 de abril al 06 de junio	Informar a directivos, administrativos, docentes, alumnos y padres de familia, sobre las decisiones del consejo estatal de seguridad para la salud respecto a los cambios y ajustes en los protocolos y medidas sanitarias para evitar incrementos en contagios por COVID-19.	INE/CG626/2021	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a informar los protocolos y medidas sanitarias para la asistencia segura a las aulas escolares y se puedan llevar a cabo las clases de manera presencial. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y cumple con el criterio de necesidad, por lo que puede ser parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.

Dirección de Comunicación Social del Gobierno del estado de Durango	"Campaña Vacunación contra COVID-19" , con vigencia, del 11 de abril al 06 de junio	Informar a la población sobre fechas, horarios, lugares y rangos para la aplicación de primeras, segundas y refuerzos de la vacunación contra el Covid-19.	INE/CG626/2021	Procedente. La campaña tiene como finalidad informar a la población sobre la importancia de prevenir y vacunarse contra el COVID-19. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, se considera pertinente exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental, por su vinculación directa con el concepto de salud.
Coordinación General de Comunicación y Agenda Digital del Gobierno del estado de Puebla	"Prevención Incendios Forestales" , Vigencia: del 3 de abril al 5 de junio.	Prevenir y combatir incendios forestales y evitar tragedias naturales por causa de negligencia o de acciones dolosas.	INE/CG334/2021	Procedente: La campaña brinda información que permitirá dar a conocer a la población en general la importancia de prevenir y reportar los incendios forestales, por lo que tiene como propósito crear conciencia sobre las causas más comunes por las que se generan incendios forestales causados accidentalmente por la acción humana. Al respecto, se considera que este tipo de campañas deberán ser de las consideradas dentro de las exceptuadas a la prohibición constitucional de difundir propaganda gubernamental por su vinculación al concepto de educación y protección civil.
Secretaría de Medio Ambiente y Sustentabilidad del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Cursos, talleres y conferencias de educación ambiental" . Vigencia: del 3 de enero al 31 de abril.	Concientizar a la población sobre el cuidado y protección del medio ambiente, evitar la propagación de enfermedades relacionadas con la contaminación.	INE/CG43/2022	Procedente: La campaña tiene el objetivo de dar a conocer a la población sobre la importancia del cuidado y protección del medio ambiente, esto es, la propaganda tiene como propósito involucrar a la sociedad en los trabajos del cuidado del medio ambiente, para fomentar conciencia sobre la importancia de cuidar los recursos naturales y disminuir el riesgo de vivir en ambientes contaminados, por lo que se encuentra vinculada al concepto de educación. En relación con lo anterior, dado que la Constitución concibe a la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, dichas actividades de concientización corresponden a la educación informal y contribuyen a generar o modificar hábitos y patrones de conducta en beneficio de la ciudadanía, y a la conservación de los bosques, las superficies agrícolas y las zonas rurales como parte del medio ambiente.

Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Inscripciones de academias deportivas” Vigencia: del 15 de enero al 15 de junio	Invitar a la población del municipio a fomentar parte de las diferentes academias deportivas para crear hábitos positivos y fomentar el cuidado de la salud de la población.	INE/CG43/2022	Procedente: La actividad física y el deporte son considerados como elementos de la educación para formar en las personas la cultura de ejercitar su cuerpo y su mente integralmente, adicionalmente el deporte debe verse como un reto que tiene como finalidad generalizar la práctica de la actividad física entre niñas, niños, jóvenes, y población en general, ya que es una herramienta fundamental para el combate de enfermedades relacionadas con la falta de actividad física y la disminución de la violencia. Dicho lo anterior, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental.
Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Torneo de futbol 7 de bardas, categoría libre, femenino, juvenil e infantil, toros bravos unidad deportiva “Luis Donaldo Colosio” Vigencia: del 2 de febrero al 10 de junio.	Invitar a la población a participar en el torneo de futbol para impulsar el deporte y promover la actividad física.	INE/CG43/2022	Procedente: La actividad física y el deporte son considerados como elementos de la educación para formar en las personas la cultura de ejercitar su cuerpo y su mente integralmente, adicionalmente el deporte debe verse como un reto que tiene como finalidad generalizar la práctica de la actividad física entre niñas, niños, jóvenes, y población en general, ya que es una herramienta fundamental para el combate de enfermedades relacionadas con la falta de actividad física y la disminución de la violencia. Dicho lo anterior, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental.
Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Torneo de voleibol para servidores públicos, toros bravos” Vigencia: del 2 de enero al 10 de junio.	Invitar a la población a participar en el torneo de voleibol para impulsar el deporte y promover la actividad física.	INE/CG43/2022	Procedente: La actividad física y el deporte son considerados como elementos de la educación para formar en las personas la cultura de ejercitar su cuerpo y su mente integralmente, adicionalmente el deporte debe verse como un reto que tiene como finalidad generalizar la práctica de la actividad física entre niñas, niños, jóvenes, y población en general, ya que es una herramienta fundamental para el combate de enfermedades relacionadas con la falta de actividad física y la disminución de la violencia. Dicho lo anterior, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental.

Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Torneo de basquetbol categoría tercera fuerza y primera fuerza, toros bravos y xonacatique” Vigencia: del 2 de enero al 10 de junio.	Invitar a la población a participar en los torneos de basquetbol para impulsar el deporte y promover la actividad física.	INE/CG43/2022	Procedente: La actividad física y el deporte son considerados como elementos de la educación para formar en las personas la cultura de ejercitar su cuerpo y su mente integralmente, adicionalmente el deporte debe verse como un reto que tiene como finalidad generalizar la práctica de la actividad física entre niñas, niños, jóvenes, y población en general, ya que es una herramienta fundamental para el combate de enfermedades relacionadas con la falta de actividad física y la disminución de la violencia. Dicho lo anterior, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental.
Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Torneo de voleibol categoría femenil y mixto, toros bravos” Vigencia: del 2 de enero al 10 de junio.	Invitar a la población a participar en el torneo de voleibol para impulsar el deporte y promover la actividad física.	INE/CG43/2022	Procedente: La actividad física y el deporte son considerados como elementos de la educación para formar en las personas la cultura de ejercitar su cuerpo y su mente integralmente, adicionalmente el deporte debe verse como un reto que tiene como finalidad generalizar la práctica de la actividad física entre niñas, niños, jóvenes, y población en general, ya que es una herramienta fundamental para el combate de enfermedades relacionadas con la falta de actividad física y la disminución de la violencia. Dicho lo anterior, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental.
Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Torneo de béisbol categoría femenil y varonil, toros bravos” Vigencia: del 2 de enero al 10 de junio.	Invitar a la población a participar en el torneo de béisbol para impulsar el deporte y promover la actividad física.	INE/CG43/2022	Procedente: La actividad física y el deporte son considerados como elementos de la educación para formar en las personas la cultura de ejercitar su cuerpo y su mente integralmente, adicionalmente el deporte debe verse como un reto que tiene como finalidad generalizar la práctica de la actividad física entre niñas, niños, jóvenes, y población en general, ya que es una herramienta fundamental para el combate de enfermedades relacionadas con la falta de actividad física y la disminución de la violencia. Dicho lo anterior, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental.

Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Torneo de fútbol 7 de bardas, categoría libre, femenil, juvenil e infantil, acuarama toros bravos” Vigencia: del 2 de enero al 10 de junio.	Invitar a la población a participar en el torneo de fútbol para impulsar el deporte y promover la actividad física.	INE/CG43/2022	Procedente: La actividad física y el deporte son considerados como elementos de la educación para formar en las personas la cultura de ejercitar su cuerpo y su mente integralmente, adicionalmente el deporte debe verse como un reto que tiene como finalidad generalizar la práctica de la actividad física entre niñas, niños, jóvenes, y población en general, ya que es una herramienta fundamental para el combate de enfermedades relacionadas con la falta de actividad física y la disminución de la violencia. Dicho lo anterior, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental.
Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Capacitación a instructores deportivos” Vigencia: del 15 de febrero al 15 de junio.	Implementar la impartición de capacitaciones para ampliar el conocimiento y formar profesionales en el ámbito deportivo.	INE/CG43/2022	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a promocionar cursos que amplíen el conocimiento y formación de profesionales en el ámbito deportivo. Por lo anterior, la campaña analizada será considerada como exceptuada de la prohibición constitucional relativa a la suspensión de propaganda gubernamental, por estar estrechamente vinculada con el concepto de educación.
Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Eliminatorias Municipales Copa Gobernador” Vigencia: del 1 de febrero al 15 de junio.	Dar a conocer la realización de ligas en primarias, secundarias y bachilleratos para fomentar la actividad física y deportiva y disminuir los problemas de salud.	INE/CG43/2022	Improcedente: Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud al promover en los jóvenes el deporte, según lo dispuesto en el formulario, la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales, maestros y supervisores de educación física.
Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Deporte Urbano en tu Comunidad Activación Física y Juegos Tradicionales” Vigencia: del 4 de enero al 15 de junio.	Dar a conocer las actividades lúdicas y deportivas que se realizarán en las comunidades, los horarios, sedes y edades de los ciudadanos que podrán participar.	INE/CG43/2022	Procedente: La Constitución concibe a la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestro conocimiento. Además, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud como lo es la práctica deportiva. En atención a lo anterior es que se considera pertinente exceptuar la campaña ya que está relacionada con la difusión de actividades y servicios en materia deportiva con el fin de promover en la población dichos eventos y se practique el deporte.

Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Eliminatorias municipales OlimpiAgs” Vigencia: del 15 de enero al 30 de junio.	Dar a conocer y lograr la participación comunitaria en un torneo multidisciplinario para promover la actividad física y deportiva que se lleva a cabo a nivel estatal.	INE/CG43/2022	Procedente: La actividad física y el deporte son considerados como elementos de la educación para formar en las personas la cultura de ejercitar su cuerpo y su mente integralmente, adicionalmente el deporte debe verse como un reto que tiene como finalidad generalizar la práctica de la actividad física entre niñas, niños, jóvenes, y población en general, ya que es una herramienta fundamental para el combate de enfermedades relacionadas con la falta de actividad física y la disminución de la violencia. Dicho lo anterior, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental.
Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Ligas Deportivas Escolares Municipales” Vigencia: del 1 de febrero al 15 de junio.	Dar a conocer la realización de ligas en primarias, secundarias y bachilleratos, crear conciencia sobre la importancia de realizar actividad física y deportiva.	INE/CG43/2022	Improcedente: Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, al promover en los jóvenes el deporte, según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo redes sociales y a través de maestros y supervisores de educación física.
Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Visorias Selectivos Municipales” Vigencia: del 1 de febrero al 15 de junio.	Invitar a niños y jóvenes a formar parte de los selectivos en diversas áreas del deporte, motivar a la población para ejercitarse y mejorar la calidad de la salud.	INE/CG43/2022	Procedente: La actividad física y el deporte son considerados como elementos de la educación para formar en las personas la cultura de ejercitar su cuerpo y su mente integralmente, adicionalmente el deporte debe verse como un reto que tiene como finalidad generalizar la práctica de la actividad física entre niñas, niños, jóvenes, y población en general, ya que es una herramienta fundamental para el combate de enfermedades relacionadas con la falta de actividad física y la disminución de la violencia. Dicho lo anterior, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental.
Instancia Municipal de Salud Pública del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Esterilización y vacunación canina y felina 2022” Vigencia: del 1 de enero a 31 de diciembre.	Informar a la población sobre la importancia del cuidado de los animales de compañía para reducir riesgos de salud pública como la rabia y reproducción no deseada de animales.	INE/CG43/2022	Procedente: Esta campaña se considera dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales, debido a que se encuentra relacionada con el concepto de educación y el derecho a la salud del que todo mexicano goza. Lo anterior, ya que la campaña pretende concientizar a la población sobre la importancia del control de reproducción, propagación de enfermedades y sobre el trato adecuado que se le debe procurar a los animales. Se considera procedente, ya que no se desprende ningún beneficio directo a algún sector de la población, sino únicamente una campaña de orientación.

Instancia Municipal de Salud Pública del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Prevención, cuidados y vacunación ante COVID19 y otras enfermedades” Vigencia: del 1 de enero y con fecha de término indefinida.	Prevenir y contener la propagación de la enfermedad, informar sobre los puntos de vacunación, orientar sobre el tema a la población.	INE/CG43/2022	Improcedente: Si bien la campaña tiene como finalidad informar y orientar a la población sobre la prevención de contagios por COVID-19, aplicación de vacunas y medidas sanitarias, lo cual se vincula con el concepto de salud, según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino redes sociales, portal oficial, carteles, perifoneo.
Instancia Municipal de la Mujer del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Curso, actividades y talleres de computación (mujeres retos y oportunidades en la red, yo emprendo, mujer, por mí por ellas” , Vigencia: del 11 de enero al 10 de junio.	Capacitar, formar y motivar a las mujeres, mediante la impartición de cursos y enseñanza de herramientas digitales para garantizar su desarrollo integral.	INE/CG43/2022	Procedente: La Constitución concibe a la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a proporcionar herramientas de aprendizaje a las mujeres para integrarse al ámbito académico y laboral, generando igualdad de oportunidades, ya que estas actividades corresponden a la educación informal y contribuyen a fomentar la igualdad de género y una mejor calidad de vida.
Instancia Municipal de la Mujer del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Programas educativos, cursos, talleres y conferencias. Temas: violencia en el noviazgo, autoestima, auto cuidado y tipos de violencia” . Vigencia: de enero a junio.	Dar a conocer los tipos de violencia, sensibilizar para su prevención y erradicación.	INE/CG43/2022	Procedente: La campaña tiene como objetivo reducir y prevenir la violencia de género. Sobre lo señalado, este Órgano estima oportuno recordar que en años anteriores se han exceptuado campañas similares por vincularse con un tema de educación precisamente por la prevención y erradicación de la violencia contra la mujer, por lo que se estima procedente exceptuar la campaña.
Instancia Municipal de la Mujer del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Campaña de Difusión- Mujer no estás sola” . Vigencia: del 17 de enero al 30 de junio.	Dar a conocer a la ciudadanía los servicios de la Instancia Municipal de la Mujer que garantizan el desarrollo y bienestar de la mujer.	INE/CG43/2022	Procedente: La campaña está vinculada al concepto de salud. La información pública de carácter institucional es aquella que versa sobre servicios que presta el gobierno en ejercicio de sus funciones, así como de temas de interés general, a través de los cuales se proporcionan a la ciudadanía herramientas para que tenga conocimiento de los trámites y requisitos que debe realizar, inclusive, de trámites en línea y forma de pago de impuestos y servicios. En ese sentido, dar a conocer a la ciudadanía los servicios de la Instancia Municipal de la Mujer está permitido, ya que según el formulario solo constituye información sobre temáticas relacionadas con trámites administrativos y servicios a la comunidad. Lo anterior, siempre que no se trate de publicidad ni propaganda gubernamental, no haga referencia a alguna candidatura o partido político, no promocióne a algún funcionario público o logro de gobierno, ni contenga propaganda en la que se realicen expresiones de naturaleza favorable o desfavorable respecto del Proceso Electoral Local.

Instancia Municipal de la Mujer del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Asesoría jurídica, así como atención, prevención y erradicación de la violencia contra las mujeres” . Vigencia: del 1 de enero al 30 de junio.	Proporcionar asesoría jurídica y psicológica. Disminuir la violencia de género.	INE/CG43/2022	Procedente: La campaña tiene como objetivo divulgar los servicios que tienen al alcance las mujeres que requieran de atención psicológica o legal, ante cualquier emergencia relacionada con violencia de género. Sobre lo señalado, este Órgano estima oportuno recordar que en años anteriores se han exceptuado campañas similares por vincularse con un tema de educación precisamente por la prevención y erradicación de la violencia contra la mujer.
Instancia Municipal de la Juventud del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Expo Universidades 2022” . Vigencia: del 20 de enero al 20 de mayo.	Brindar ofertas educativas de nivel superior para impulsar a los jóvenes a continuar con su preparación profesional.	INE/CG43/2022	Improcedente: Si bien esta campaña se relaciona con el concepto de educación porque pretende informar e incentivar la difusión educativa e impulsar a la comunidad para que se siga preparando, según se desprende del formulario, su difusión no implica radio y televisión, sino redes sociales. Además, el formulario solicita la realización de un evento, lo cual no es materia del presente acuerdo.
Instancia Municipal de la Juventud del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Asesoría Psicológica” . Vigencia: del 10 de enero al 30 de mayo.	Brindar asesoría psicológica a los jóvenes para detectar conductas o situaciones de carácter emocional y darle oportuna solución.	INE/CG43/2022	Procedente: Por salud se entiende pues un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades y para lograr la protección se debe de considerar el acrecentamiento de los valores que coadyuven a la creación, conservación y disfrute de condiciones de salud que contribuyan al desarrollo social. Por lo anterior, la campaña analizada será considerada como exceptuada de la prohibición constitucional relativa a la suspensión de propaganda gubernamental, por estar estrechamente vinculada con el concepto de salud mental de los jóvenes ya que busca prevenir alguna situación de riesgo.
Instancia Municipal de la Juventud del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Gestiones de servicio social, prácticas profesionales y estadias” Vigencia: del 10 de enero al 31 de mayo.	Brindar a los jóvenes estudiantes, espacios y oportunidades para realizar su servicio social, prácticas profesionales y estadias lo que les permite poner en práctica sus conocimientos y adquirir nuevas habilidades.	INE/CG43/2022	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a promocionar que jóvenes realicen el servicio social en el municipio, ya que estas actividades permiten adquirir conocimientos del ejercicio de una profesión y adquirir habilidades prácticas, lo que corresponde a la educación informal y contribuye a que los jóvenes participen en el desarrollo de su comunidad. Así, dado que la educación es un concepto global que abarca no solo la educación impartida como ejercicio de la actividad docente, sino también la que se aprende del ejercicio práctico de una profesión es que resulta pertinente exceptuar a este tipo de campañas de la prohibición de difundir propaganda gubernamental.

Instancia Municipal de la Juventud del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Programa Psicoeducativo” . Vigencia: del 10 de enero al 31 de mayo.	Brindar información a los jóvenes para prevenir adicciones, enfermedades de transmisión sexual y embarazos no planeados.	INE/CG43/2022	Procedente: Debe ser considerada dentro de las excepciones previstas en el texto constitucional por su contenido educativo, pues, para este Consejo, resulta evidente que la información a transmitir es imprescindible para la educación y salud pública de las niñas, niños y adolescentes. La propaganda analizada está orientada a fortalecer los conocimientos sobre prevención del embarazo no planeado y educación sexual.
Instancia Municipal de la Juventud del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Programa integral de recuperación de espacios públicos” . Vigencia: del 10 de enero al 31 de mayo.	Resolver los problemas de deterioro, abandono e inseguridad que presentan los espacios públicos, así como la prevención de problemáticas sociales a través de concientizar y motivar a la sociedad a mantener en buen estado los espacios públicos.	INE/CG43/2022	Procedente: La campaña está orientada a construir una cultura por la recreación y la actividad física, encaminada a prevenir situaciones de riesgo y mejorar la calidad de vida de la población. Se trata de programas que fomenten el desarrollo de la cultura, arte y el deporte, además de que el deporte es una herramienta fundamental para el combate de enfermedades.
Instancia Municipal de Cultura del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Promoción de talleres de iniciación artística (guitarra acústica y eléctrica, danza, cartonería y música tradicional” Vigencia: del 5 de enero al 30 de junio.	Ofrecer una alternativa a las artes y la cultura.	INE/CG43/2022	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña ya que está relacionada con la difusión de actividades y servicios en materia artística, cultural y educativa con el fin de promover en la población dichos eventos.
Departamento de Protección Civil del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Prevención de incendios por temporada” . Vigencia: del 3 de enero al 31 de mayo.	Informar y concientizar a la población de los riesgos, prevención y consecuencias de los incendios.	INE/CG43/2022	Procedente: La campaña brinda información que permitirá dar a conocer a la población la importancia de prevenir y reportar los incendios forestales, por lo que tiene como propósito crear consciencia en la población y cuidar el medio ambiente. La protección de los recursos forestales de México representa, también, un factor de crecimiento económico y real importancia para el desarrollo sustentable del país. Al respecto, este Consejo General considera que, como en años anteriores, este tipo de campañas deberán ser de las consideradas dentro de las exceptuadas a la prohibición constitucional de difundir propaganda gubernamental, por su vinculación al concepto de educación.

Secretaría del Ayuntamiento y Dirección General de Gobierno del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Servicio Nacional Militar” . Vigencia: del 15 de enero al 15 de octubre.	Dar a conocer a los jóvenes del municipio información sobre los trámites para realizar el servicio nacional militar.	INE/CG43/2022	Procedente: De acuerdo con lo dispuesto en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos el servicio de las armas es obligatorio. Ante tal mandato constitucional y considerando que el concepto de educación integra la defensa y aseguramiento de nuestra independencia política y económica, así como la convicción del interés general de la sociedad, este Consejo General determina que la mencionada campaña deberá ser de las exceptuadas a la prohibición constitucional.
Sistema Municipal para el Desarrollo Integral de la Familia del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Asistencia social Alimentaria” . Vigencia: del 1 de marzo al 30 de junio.	Garantizar la alimentación básica y nutrición de sectores vulnerables de la población.	INE/CG43/2022	Improcedente: Del formulario se desprende que la difusión no implica la radio y televisión, sino redes sociales, carteles, volantes y perifoneo.
Sistema Municipal para el Desarrollo Integral de la Familia del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Talleres” . Vigencia: del 1 de marzo al 30 de junio.	Proveer a la población de técnicas, habilidades y conocimientos para el desarrollo humano y obtención de ingresos económicos.	INE/CG43/2022	Improcedente: Del formulario se desprende que la difusión no implica la radio y televisión, sino redes sociales, carteles, volantes y perifoneo.
Secretaría de Desarrollo Social y Departamento de Apoyo a la Educación del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Consejo de Participación Social en la Educación” . Vigencia: del 25 de febrero de 2022 al 25 de febrero de 2024.	Crear el Consejo de Participación Social en la Educación, con el propósito de participar en actividades tendientes a fortalecer, ampliar la cobertura y elevar la educación básica.	INE/CG43/2022	Improcedente: Según lo dispuesto en el formulario, no se trata de la difusión de una campaña sino más bien de la creación de una instancia de participación social. Por tanto, si bien el Consejo de Participación Social en la Educación guarda relación con el concepto de educación, no es materia de este Acuerdo autorizar la creación de este.
Secretaría de Desarrollo Social del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Demostración de Rondas Infantiles” . Vigencia: 8 de abril.	Favorecer el desarrollo de las facultades de la niñez para adquirir y desarrollar valores, habilidades, conocimientos humanísticos y difundir actividades culturales artísticas y deportivas para favorecer el desarrollo de las facultades en las niñas y niños.	INE/CG43/2022	Improcedente: El formulario no está debidamente fundado y motivado, ya que no es posible desprender con claridad si la solicitud se refiere a una campaña cuyo contenido sea promocionar una demostración de rondas infantiles, o bien, si se trata de una invitación para asistir a dicho evento, por tanto, no puede ser asociada a algún concepto de excepción.
Secretaría de Desarrollo Social del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Subsidio para la adquisición de calentadores solares” . Vigencia: a partir de la aprobación de Cabildo al 31 de diciembre.	Es un programa que pretende contribuir en la adopción de prácticas sustentables en los hogares, que permitan el ahorro de recursos económicos y disminuir el uso de combustibles.	INE/CG43/2022	Improcedente: Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa que fomenta la adquisición de calentadores solares para mejorar las viviendas, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún beneficio directo a un sector en específico de la población, como es el caso, se enfoca a personas mayores de 18 años que tenga propiedad. ⁴³

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

Seguridad Pública y Vialidad del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Prevención del delito” . Vigencia: del 3 de enero al 31 de diciembre.	Impartir cursos y talleres sobre aspectos básicos del delito para prevenir y mitigar conductas delictivas dentro del territorio municipal.	INE/CG43/2022	Procedente: Esta autoridad considera que la campaña señalada está encaminada a brindar seguridad pública a la población, pues busca informar y prevenir la comisión de algún delito, por lo que, puede ser considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones, que en materia de propaganda gubernamental establece la CPEUM al coadyuvar con el combate a la delincuencia.
Departamento de Gestión Social del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Entrega de despensas” . Vigencia: del 3 de enero al 30 de junio.	Brindar apoyo alimentario a personas en situación de vulnerabilidad.	INE/CG43/2022	Improcedente: Si bien el programa guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de un programa de entrega de insumos alimentarios a familiar vulnerables, la difusión de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún beneficio directo a un sector en específico de la población, como es el caso. ⁴⁴
Presidencia Municipal del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Programa un lunes con tu Alcalde” . Vigencia: del 12 de enero al 30 de junio.	Informar a la población sobre efemérides, semáforo epidemiológico y medidas preventivas de salud.	INE/CG43/2022	Improcedente: Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo Facebook.
Presidencia Municipal del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Programa de miércoles ciudadano” . Vigencia: del 12 de enero al 30 de junio.	Brindar atención, seguimiento y solución a peticiones ciudadanas relacionadas con los servicios públicos o de salud.	INE/CG43/2022	Improcedente: De acuerdo con lo establecido en el formulario no se refiere a una campaña gubernamental sino al ejercicio de las obligaciones y facultades de los distintos servidores públicos del municipio a fin de atender las necesidades de la población.
Presidencia Municipal del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Concurso (demostración) de Escoltas Municipal” . Vigencia: del 12 de enero al 30 de junio.	Reforzar los símbolos patrios a través de la realización de un concurso de escoltas.	INE/CG43/2022	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a promover el amor por los símbolos patrios, ya que coadyuva a la educación de la niñez y complementa las acciones de educación básica en nuestro país.
Presidencia Municipal del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Concurso- Pinta tu bandera” . Vigencia: del 12 de enero al 30 de junio.	Reforzar los símbolos patrios a través de la realización de un concurso de pintura de banderas.	INE/CG43/2022	Procedente: Igual que la campaña anterior, La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a promover la creatividad a través del dibujo, ya que coadyuva a la educación de la niñez y complementa las acciones de educación básica en nuestro país.

⁴⁴ Ídem.

Presidencia Municipal del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Presidente en tu escuela” . Vigencia: del 12 de enero al 30 de junio.	Realizar actos cívicos en las instituciones educativas de todos los niveles, reforzar los símbolos patrios.	INE/CG43/2022	Improcedente: No obstante que la campaña se relaciona con el concepto de educación al tratarse de ceremonias cívicas, el formulario no cumple con una debida fundamentación y motivación, ya que de lo que se desprende del mismo, se estima que la campaña se centra en la figura del Presidente Municipal, situación que podría vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos consultivos.
Departamento de Gestión Social del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Entrega de apoyos económicos” . Vigencia: del 3 de enero al 30 de junio.	Brindar apoyo económico a personas en situación vulnerable afectadas por la pandemia para sustentar diversos gastos.	INE/CG43/2022	Improcedente: Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que, si bien atiende el desempleo, provocado por el COVID-19, la promoción no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún beneficio directo a un sector en específico de la población, como es el caso. ⁴⁵
Comisión de Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Aviso a la ciudadanía por falla en pozos” . Vigencia: del 6 de enero al 31 de diciembre.	Dar a conocer a la ciudadanía sobre el estado de los pozos, rebombeo, mantenimiento y/o reparación y cuidado del agua.	INE/CG43/2022	Procedente: La campaña se vincula al concepto de salud, pues está relacionada con el derecho de acceso a un servicio básico, como es el agua potable, que tiene una incidencia directa en la prevención de problemas de higiene e insalubridad. Así, debe de exceptuarse de la prohibición establecida constitucionalmente de transmitir propaganda gubernamental, pues se trata de mensajes meramente informativos con fines educativos tendientes a fortalecer la cultura del buen uso del agua y los trabajos de mantenimiento al sistema de agua potable. ⁴⁶
Comisión de Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Cultura del agua” . Vigencia: del 3 de enero al 31 de diciembre.	Impulsar la participación social, a través de acciones de cuidado y preservación del recurso hídrico.	INE/CG43/2022	Improcedente: Del formulario se desprende que la difusión no implica radio y televisión, sino difusión en medios impresos y redes sociales.
Ayuntamiento de Boca del Río, Veracruz	“Boca prevenido” , con vigencia del 01 de febrero al 30 de abril.	Difundir aquellas recomendaciones en materia de protección civil derivadas de los frentes fríos, actividades en playas y litorales; y para la prevención de fuegos en pastizales.	INE/CG43/2022	Procedente. Protección Civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona protección y asistencia a la ciudadanía ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y el entorno en el que vive. En virtud de lo anterior, esta campaña tiene una evidente finalidad de protección civil en caso de fenómenos naturales, por lo que resulta evidente que está amparada en la excepción de difundir propaganda gubernamental que impone el texto constitucional.

⁴⁵ Idem.

⁴⁶ Se debe atender lo establecido por la Sala Superior en la Tesis XIII/2017 de rubro: “INFORMACIÓN PÚBLICA DE CARÁCTER INSTITUCIONAL. LA CONTENIDA EN PORTALES DE INTERNET Y REDES SOCIALES, PUEDE SER DIFUNDIDA DURANTE CAMPAÑAS Y VEDA ELECTORAL”.

Ayuntamiento de Boca del Río, Veracruz	“Redescubre Boca del Río” , con vigencia del 01 de febrero al 22 de junio.	Dar a conocer las diversas actividades culturales y eventos deportivos como parte del fortalecimiento del tejido social y el desarrollo humano.	INE/CG43/2022.	Procedente. El artículo 4° constitucional establece el derecho de toda persona al acceso a la cultura y al disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, así como el ejercicio de sus derechos culturales. Por lo que la promoción de diversas actividades de educación cultural contribuye al desarrollo integral del ser humano como parte de la educación informal. En ese sentido, esta campaña puede ser considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional
Coordinación General de Comunicación Social del Ayuntamiento de Puebla, Puebla	“Prevención COVID” , ⁴⁷ con vigencia del 03 de abril al 05 de junio	Difundir medidas para evitar el incremento de los casos COVID y evitar su propagación	INE/CG43/2022	Procedente. La campaña tiene como finalidad concientizar a la población sobre mantener las medidas sanitarias por COVID-19, cuestión que determina las medidas y protocolos de salud y protección civil que las autoridades estiman se deben aplicar. El artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante el proceso de Revocación de Mandato, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.

⁴⁷ En el acuerdo INE/CG43/2022 se aprobó la campaña “Medidas preventivas COVID”, no obstante, el cambio ligero en el nombre con la que ahora se analiza, se considera que se trata de la misma campaña ya que el contenido y objeto es el mismo.

Coordinación General de Comunicación Social del Ayuntamiento de Puebla, Puebla	"Plan General de Protección Civil" , con vigencia del 03 de abril al 05 de junio	Difundir las medidas que la población deberá considerar antes, durante y después de una situación de desastre.	INE/CG43/2022	Procedente. Protección civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona la protección y la asistencia a los ciudadanos ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y el entorno en el que vive. En ese sentido, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud, esto es, el derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. La acción en materia de prevención de accidentes comprende el fomento de programas de orientación a la población. Lo anterior tiene una evidente finalidad de protección civil en caso de accidentes y contingencias, por lo cual resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de protección civil y salud, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de emergencias, contribución a la disminución de riesgos y prevención de una situación de peligro, lo que contribuye a salvar vidas humanas.
Secretaría de Desarrollo Social y Dirección de Salud y Grupos Vulnerables del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Grupos Vulnerables" , con vigencia del 01 de febrero al 30 de junio.	Proporcionar apoyo médico implementando en el ámbito de la competencia municipal un modelo de atención integral y cuidado de la salud, con énfasis en la prevención de padecimientos crónico-degenerativos que afecten a la ciudadanía, focalizando acciones en la población que no cuenta con seguridad social.	INE/CG43/2022.	Improcedente. En el formulario se puede apreciar que se trata de un programa de carácter social de la administración pública municipal que le genera un beneficio directo a un sector en específico de la población. Al respecto, si bien es cierto que la Sala Superior ha establecido en la jurisprudencia 19/2019⁴⁸ que no existe el deber específico de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante las campañas electorales, debido a su finalidad, también lo es, que la entrega o difusión de un programa social puede vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electivos y consultivos, si se hace en ciertas modalidades que afecten el principio de equidad en la contienda electoral, como podría ser la difusión masiva del mismo.

⁴⁸ Jurisprudencia 19/2019 de rubro: "PROGRAMAS SOCIALES, SUS BENEFICIOS NO PUEDEN SER ENTREGADOS EN EVENTOS MASIVOS O EN MODALIDADES QUE AFECTEN EL PRINCIPIO DE EQUIDAD EN LA CONTIENDA ELECTORAL". Gaceta de Jurisprudencia y Tesis en materia electoral, Tribunal del Poder Judicial de la Federación, Año 12, Número 24, 2019, páginas 29 y 30.

Secretaría de Desarrollo Social y Dirección de Educación del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	“Programa Municipal de Desarrollo Social en Becas Escolares 2022” , con vigencia del 24 de enero al 31 de mayo.	Apoyar económicamente a los estudiantes de todos los niveles educativos, a fin de que tengan un respaldo que les permita cubrir gastos relacionados con su proceso formativo.	INE/CG43/2022.	Improcedente. Si bien el programa guarda relación con el concepto de educación, ya que se trata de un programa de entrega de becas para evitar la deserción escolar, la difusión de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso. ⁴⁹
Ayuntamiento de Veracruz, Veracruz	“Por la salud de todos” , con vigencia del 01 de febrero al 30 de junio	Difundir entre los habitantes del municipio de Veracruz y de la zona metropolitana, aquellas recomendaciones en materia de cuidado de la salud, tanto física como mental en esta nueva normalidad y de regreso a las actividades escolares, económicas y productivas; promoviendo aquellos servicios psicológicos, nutricionales, odontológicos, de salud de las mujeres.	INE/CG43/2022	Procedente. Dado que la Constitución concibe a la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y a la salud como el derecho que tiene toda persona, la difusión de esta campaña se encuentra amparada en lo previsto en las excepciones del artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C de la CPEUM. Lo anterior, toda vez que dicha campaña tiene como objetivo actividades de prevención y fomento al cuidado de la salud, lo cual contribuye a generar y modificar hábitos y patrones de conducta en beneficio de la ciudadanía.
Ayuntamiento de Veracruz, Veracruz	“Reconéctate con Veracruz” , con vigencia del 01 de febrero al 30 de junio	Dar a conocer exposiciones en museo de la ciudad, de danza, pintura, música y arte; conciertos, clases de leudería, pintura, arte, música, talleres de teatro, actividades sobre la cultura y la mujer, muestras de arte y folclor veracruzano, reactivación de eventos deportivos y culturales, callejoneadas históricas, presentación de las orquestas musicales, conferencias culturales, clases y demostraciones artísticas y culturales, así como eventos conmemorativos.	INE/CG43/2022	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que está relacionada con la difusión de actividades y servicios en materia artística y cultural con el fin de promover en la población dichos eventos.
Ayuntamiento de Veracruz, Veracruz	“Carnaval de Veracruz 2022 el más alegre del mundo” ; con vigencia del 01 de febrero al 05 de julio	Dar a conocer al país, al turismo nacional e internacional, la nueva fecha en que se llevará a cabo este evento cultural que promueve las tradiciones veracruzanas.	INE/CG43/2022	Procedente. Al tratarse de una invitación para la celebración de un acto de carácter cultural y social, este Consejo General la considera vinculada al concepto de educación que comprende, en su acepción más amplia, el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones, es decir, al conjunto de conocimientos sobre distintos lugares, formas de vida y costumbres.

⁴⁹ Al respecto, en la Jurisprudencia 19/2019, la Sala Superior estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse.

Ayuntamiento de Veracruz, Veracruz	“Veracruz en prevención”, con vigencia del 01 de febrero al 30 de junio	Difundir entre los habitantes del municipio de Veracruz y de la zona metropolitana aquellas recomendaciones en materia de protección civil derivadas de los frentes fríos, actividades en playas y litorales; y para la prevención de incendios en pastizales.	INE/CG43/2022	Procedente. Protección civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona la protección y la asistencia a los ciudadanos ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y el entorno en que vive. En ese sentido, el artículo 4° de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud, esto es, el derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. La acción en materia de prevención de desastres y emergencias por diversos fenómenos comprende el fomento de programas de orientación a la población. Así, esta campaña se encuentra vinculada con los conceptos de protección civil y salud, en ese sentido, se encuentra amparada como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.
Coordinación General de Comunicación Ciudadana del Gobierno de la Ciudad de México	“Contra la Violencia de Género y Discriminación por Género”, con vigencia del 05 de febrero al 30 de junio	Sensibilizar a la población que habita en la Ciudad de México sobre la violencia hacia las niñas y mujeres, así como la discriminación hacia ese sector que están presentes en nuestra sociedad de diversas formas.	INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021	Procedente. La violencia en contra de las niñas y mujeres tiene graves consecuencias inmediatas y a largo plazo para el desarrollo psicológico y social de las personas, las comunidades y los países, por lo que se debe evaluar este problema como una prioridad de salud pública y tomar medidas para prevenirlo y resolverlo. 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 exceptuado campañas similares por vincularse con un tema de educación precisamente por la prevención y erradicación de la violencia contra la mujer, en ese sentido, se estima pertinente exceptuar la campaña.

Coordinación General de Comunicación Ciudadana del Gobierno de la Ciudad de México	“COVID-19: Diversas Atenciones por COVID-19” , con vigencia del 05 de febrero al 01 de junio	Fortalecer el llamado a seguir las medidas sanitarias para controlar la propagación de la Covid-19 mientras se lleva a cabo el Programa Nacional de Vacunación, lo cual evita una saturación en la red hospitalaria en la Ciudad de México.	INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021	Procedente. La campaña tiene como finalidad informar a la población de las modificaciones al semáforo epidemiológico por COVID-19, cuestión que determina las medidas y protocolos de salud y protección civil que las autoridades estiman se deben aplicar. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante el proceso de a Consulta Popular, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.
Coordinación General de Comunicación Ciudadana del Gobierno de la Ciudad de México	“Macro Simulacro” , con vigencia del 01 de mayo al 31 de mayo	Fortalecer los protocolos en materia de protección civil, así como hacer conciencia en la población de la importancia que tiene el conocer las medidas de seguridad que se deben seguir durante un sismo	INE/CG334/2021	Procedente. Protección civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona la protección y la asistencia a los ciudadanos ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y el entorno en el que vive. En ese sentido, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud, esto es, el derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. La acción en materia de prevención de sismos comprende el fomento de programas de orientación a la población. Lo anterior tiene una evidente finalidad de protección civil en caso de presentarse alguna situación de emergencia, por lo cual resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de protección civil y salud, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de sismos.

Coordinación General de Comunicación y la Secretaría de Salud, ambas del Gobierno del estado de Jalisco	“Ante la Pandemia, Jalisco se defiende” ; con vigencia del 28 de febrero al 15 de julio	Difundir la importancia de las medidas preventivas como el uso de cubrebocas, lavado de manos y ventilación para cortar las cadenas de contagio de las variantes de COVID-19.	INE/CG334/2021	Procedente. La campaña tiene como finalidad informar a la población de las acciones derivadas del COVID-19, cuestión que determina las medidas y protocolos de salud y protección civil que las autoridades estiman se deben aplicar. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.
Secretaría de Salud del Gobierno del estado de Jalisco	“¡Aguas! El Dengue está en casa” , con vigencia del 07 de marzo al 15 de julio	Informar sobre las recomendaciones y acciones que se deben realizar para prevenir contagios por dengue, así como las medidas que se deben tomar para evitar la reproducción del mosquito transmisor.	INE/CG334/2021	Procedente. La campaña tiene como objetivo principal el fomento de la integridad física, la protección de la salud y de la vida humana, en particular durante los próximos meses en que aumenta el riesgo de contagio por las condiciones climáticas de la temporada. Esta campaña está enfocada a que la transmisión no se intensifique y se mantenga el control y la prevención de dicha enfermedad, impidiendo el riesgo de una epidemia. Así, el concepto de servicios de salud debe entenderse como el conjunto de actividades que se llevan a cabo para la satisfacción de dicha necesidad colectiva de interés público, las cuales comprenden todos aquellos actos, medios y recursos que son indispensables para su adecuada prestación. En ese sentido, el concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, ya que necesariamente abarca, entre otros aspectos la lucha contra enfermedades transmisibles y la realización de campañas sanitarias.

Secretaría de Salud del Gobierno del estado de Tamaulipas	“Protocolo de Playas ante pandemia por coronavirus” Vigencia: del 3 de abril al 31 de mayo.	Difusión de los lineamientos, medidas sanitarias y requisitos para el ingreso a playas ante su reapertura.	INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022	Procedente: Los artículos 3, fracción XI, 162 y 163 de la Ley General de Salud, disponen que es materia de salubridad general la educación para la salud, y que el derecho a su protección tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. Asimismo, que la acción en materia de prevención comprende la adopción de diversas medidas entre las que se encuentra el fomento de programas de educación y orientación a la población. Debido a lo anterior, no obstante que el fundamento legal radica en la Ley General de Salud, al ser una materia de educación, protección civil y orientación para identificar riesgos en los centros de trabajo, prevenir e instrumentar estrategias que busquen aminorar los niveles de riesgo de contagio por el virus SARS-CoV-2, resulta necesario exceptuar de las reglas de propaganda gubernamental esta campaña. Más aun, cuando se está viviendo con una nueva normalidad en donde estos informes coadyuvan a la protección de la vida de la ciudadanía.
Secretaría de Salud del Gobierno del estado de Tamaulipas	“Línea de apoyo ante COVID-19” Vigencia: del 3 de abril al 31 de mayo.	Dar a conocer el teléfono de contacto para apoyo a casos de COVID-19, donde se brinda orientación psicológica.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022	Procedente: Como resultado de la pandemia por COVID-19, esta campaña pretende brindar orientación a la población a través de una línea de apoyo que busca reducir la ansiedad y angustia que puede estar causando el aislamiento, y a su vez proporcionar información veraz sobre el virus SARS-CoV2. En ese sentido, se considera que por la contingencia es información útil y necesaria, por tanto, encuadra dentro del concepto de salud y se encuentra dentro de las excepciones previstas a la transmisión de propaganda gubernamental.

Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Tamaulipas	“App Compra TAM 2022” Vigencia: del 15 de marzo al 28 de agosto.	Dar a conocer el uso de la aplicación “Compra Tam”, ya que a través del uso de la aplicación se permitirá el acceso a las playas de la entidad, para controlar el aforo permitido; asimismo, los visitantes y turistas contarán con información importante de todos y cada uno de los destinos turísticos de la entidad y los negocios que han reforzado sus buenas prácticas de limpieza.	Procedente. Se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no se reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros. En consecuencia, resulta evidente que la promoción de una herramienta tecnológica que facilite el conocimiento de los lugares del estado de Tamaulipas y el estado que guardan en relación a la pandemia por COVID-19, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres. INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022
--	--	---	--

Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Tamaulipas	“Conoce TAM 2022” Vigencia: del 15 de marzo al 28 de agosto.	Difusión y promoción de la plataforma digital relacionada a experiencias turísticas en Tamaulipas a través de operadores.	INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022	Procedente. Se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no se reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros. En consecuencia, resulta evidente que la promoción de una herramienta tecnológica que facilite el conocimiento de los lugares del estado de Tamaulipas y el estado que guardan en relación con la pandemia por COVID-19, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres.
Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Tamaulipas	“Reserva de Playas 2022”⁵⁰ Vigencia: del 15 de marzo al 28 de agosto.	Informar a la ciudadanía sobre el acceso a las playas del estado, el cual será mediante reservaciones en la aplicación “Compra TAM”, para tener un control sobre el ingreso de personas y no rebasar el aforo autorizado en cada una de las playas, y de esta forma no constituyan una fuente de contagios por el virus SARS-CoV2 (COVID-19).	INE/CG334/2021	Procedente: Protección civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona la protección y la asistencia a los ciudadanos ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y el entorno en el que vive. Además, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.

⁵⁰ En el acuerdo INE/CG334/2021 se aprobó la campaña “Reserva de Playas 2021”, no obstante, el cambio del año de aplicación con la que ahora se analiza, se considera que se trata de la misma campaña ya que el contenido y objeto es el mismo.

Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Tamaulipas	“Semana Santa 2022”⁵¹ Vigencia: del 8 de marzo al 17 de abril.	Difusión y promoción de atractivos turísticos de Tamaulipas, para el periodo de vacaciones de Semana Santa, promocionando los principales destinos turísticos del estado.	INE/CG334/2021	Procedente: Se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no se reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros. En consecuencia, resulta evidente que la promoción de una herramienta tecnológica que facilite el conocimiento de los lugares del estado de Tamaulipas y el estado que guardan en relación con la pandemia por COVID-19, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres.
---	---	---	----------------	--

⁵¹ En el acuerdo INE/CG334/2021 se aprobó la campaña “Semana Santa 2021”, no obstante, el cambio del año de aplicación con la que ahora se analiza, se considera que se trata de la misma campaña ya que el contenido y objeto es el mismo.

Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Tamaulipas	“Verano 2022” ⁵² Vigencia: del 2 de mayo al 15 de agosto	Difusión y promoción de atractivos turísticos de Tamaulipas para el periodo de vacaciones de Verano 2022, promocionando los principales destinos turísticos del estado.	INE/CG334/2022	Procedente: Se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no se reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros. En consecuencia, resulta evidente que la promoción de una herramienta tecnológica que facilite el conocimiento de los lugares del estado de Tamaulipas y el estado que guardan en relación con la pandemia por COVID-19, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres.
Protección Civil del Gobierno del estado de Tamaulipas	“Ángeles Azules” Vigencia: del 3 de abril al 31 de mayo.	Dar a conocer el teléfono de contacto para localizar los servicios de apoyo ante contingencias en carretera, asesoría turística y mecánica que brindan los ángeles azules.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022	Procedente: Se trata de información institucional con fines educativos y de protección civil, pues instruye a la población sobre las herramientas que les permiten solicitar apoyo mecánico, de orientación turística, primero auxilios o bien alertar a las autoridades de la existencia de una emergencia. Así, puede ser considerado dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.⁵³

⁵² En el acuerdo INE/CG334/2022 se aprobó la campaña “Verano 2021”, no obstante, el cambio del año de aplicación con la que ahora se analiza, se considera que se trata de la misma campaña ya que el contenido y objeto es el mismo.

⁵³ En condiciones similares a esta campaña “Ángeles Azules”, en el SUP-RAP-121/2014, respecto de la “Campaña “066 y 089” del Consejo Estatal de Seguridad Pública”, la Sala Superior estableció que atendiendo a la necesidad de la sociedad de contar con vías de comunicación para denunciar hechos posiblemente constitutivos de delito, y que permitan la reacción inmediata de las autoridades policiacas, resulta lógico que las autoridades implementen programas y acciones, no solo encaminadas a dar a conocer los instrumentos y mecanismos que se implementen para facilitar la denuncia de delitos, sino además, tendientes a fomentar su uso y utilización entre la sociedad, por lo que se encuentran dentro de lo previsto en las excepciones señaladas en el artículo 41, Base II, Apartado C, párrafo segundo de la CPEUM.

Secretaría de Seguridad Pública del Gobierno del estado de Tamaulipas	“Línea de emergencia 911” Vigencia: del 4 de febrero al 31 de mayo.	Dar a conocer el número telefónico de llamadas de emergencia.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022	Procedente: Se trata de información institucional con fines educativos, pues instruye a la población sobre las herramientas que permiten alertar a las autoridades de la existencia de una emergencia o de un delito, lo que coadyuva con las labores de prevención y persecución de delitos. Así, puede ser considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional. ⁵⁴
Contraloría General del Gobierno del estado de Veracruz	“DECLARAVER” con vigencia del 28 de febrero al 6 de junio.	Brindar información que permita a los servidores públicos de la Administración Pública del estado de Veracruz, dar cumplimiento a las obligaciones de Ley.	INE/CG43/2022	Procedente: Esta campaña es acorde al concepto de educación, porque incentiva el cumplimiento de las obligaciones de los funcionarios públicos y con ello se contribuye a la transparencia y rendición de cuentas y se combate la corrupción. Además, la difusión de la referida campaña es importante y resulta necesaria para el Estado Mexicano, tomando en consideración que se trata de un esfuerzo de comunicación y no un programa de gobierno.
Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia de Nuevo Laredo, Tamaulipas	“Programa de Atención a Niñas, Niños y Adolescentes en Riesgo y Trabajo Infantil (PANNARTI)” Vigencia: del 1 de marzo al 31 de diciembre.	Brindar apoyo a niñas, niños y adolescentes trabajadores con el fin de asegurar su integración y permanencia en esquemas educativos, para mejorar las condiciones de vida en la que se encuentran, bajo un enfoque integral de atención.	INE/CG334/2021	Procedente: La campaña guarda relación con el concepto de educación, ya que se trata de la difusión de un programa para evitar la deserción escolar de niños trabajadores, se trata de información pública institucional que pretende difundir particularidades para mantener contacto con los adheridos al programa y los trámites para poder acceder él.
Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia de Nuevo Laredo, Tamaulipas	“Espacios de Alimentación, Encuentro y Desarrollo” Vigencia: del 15 de enero al 31 de diciembre.	Favorecer el acceso y consumo de alimentos nutritivos e inocuos de las personas de atención prioritaria, asistiéndoles preferentemente en espacios alimentarios, a través de la entrega de alimentos.	INE/CG334/2021	Improcedente: Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que provee de un alimento caliente a personas vulnerables, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso. ⁵⁵

⁵⁴ Ídem.

⁵⁵ Ídem.

Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia de Nuevo Laredo, Tamaulipas	“Nutriendo Tamaulipas” Vigencia: del 1 de marzo al 31 de diciembre.	Contribuir al acceso de alimentos básicos de calidad para el mejoramiento de la vida de la población vulnerable mayor a 60 años.	INE/CG334/2021	Improcedente: Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que otorga una dotación familiar integrada por artículos de la canasta básica, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso. ⁵⁶
Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia de Nuevo Laredo, Tamaulipas	“Consulta Médica y Dental; Salud Integral de la Mujer” Vigencia: del 1 de marzo al 31 de diciembre.	Mejorar la atención y prevención de los problemas de salubridad más importantes, con un enfoque de altos estándares de calidad en la prestación de los servicios de salud proporcionados a la población en condiciones de vulnerabilidad o carentes de seguridad social.	INE/CG43/2022	Procedente: El derecho a la protección de la salud, del que todo mexicano goza, se fundamenta en el artículo 4° de la Constitución. Así, el concepto de servicios de salud debe entenderse como el conjunto de actividades que se llevan a cabo para la satisfacción de dicha necesidad colectiva de interés público, las cuales comprenden todos aquellos actos, medios y recursos que son indispensables para su adecuada prestación. En ese sentido, el concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, pues necesariamente abarca, entre otros aspectos la lucha contra enfermedades transmisibles y la realización de campañas sanitarias. Por tanto, toda vez que el objetivo de esta campaña está destinado directamente a los servicios de salud, su difusión se encuentra amparada en lo estipulado en las excepciones previstas en la CPEUM.
Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia de Nuevo Laredo, Tamaulipas	“Centro de Autismo” Vigencia: del 1 de marzo al 31 de diciembre.	Contribuir a que las personas con discapacidad y/o con Trastorno del Espectro Autista (TEA) alcancen condiciones de bienestar, mediante la prestación de servicios médicos, paramédicos, de rehabilitación y educación.	INE/CG334/2021	Improcedente: Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que presta servicios médicos, paramédicos, de rehabilitación y educación a niños con TEA, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso. ⁵⁷

⁵⁶ Ídem.⁵⁷ Ídem.

Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia de Nuevo Laredo, Tamaulipas	“Aliméntate Bien” Vigencia: del 1 de marzo al 31 de diciembre.	Brindar orientación y asesoría alimentaria sobre hábitos saludables para el mejoramiento de la salud y calidad de vida.	INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022	Procedente: Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a la población de la demarcación con el propósito de promover una alimentación correcta, proporcionando herramientas para la toma de decisiones que les permitan realizar cambios de hábitos alimentarios y del cuidado de la salud para mejorar su calidad de vida. No implica ningún beneficio directo, sino de orientación y asesoría.
Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia de Nuevo Laredo, Tamaulipas	“Atención Psicológica DIF” Vigencia: del 1 de marzo al 31 de diciembre.	Aumentar la sana convivencia en cada uno de los integrantes de la dinámica familiar, brindando herramientas emocionales a niñas, niños, adolescentes y padres de familia, a través de programas de terapia psicológica grupal y/o individual; lo anterior a raíz de la pandemia.	INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022	Procedente: La prestación de los servicios de salud conlleva la ejecución de diversos actos y actividades, como son los relativos a la atención de servicios médicos y de asistencia social y todo aquello que conlleve a salvaguardar la salud en un contexto amplio que abarca no solo la salud física del ser humano, sino también la mental y psicológica. En ese contexto, esta campaña puede ser considerada dentro del concepto de salud y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional. No implica ningún beneficio directo, sino de orientación.
Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia de Nuevo Laredo, Tamaulipas	“Atención Ciudadana” Vigencia: del 1 de marzo al 31 de diciembre.	Informar a la población sobre los programas, apoyos y servicios, generando un esquema que facilite acceder de manera más ágil a los mismos, para así situarse fuera de un escenario de vulnerabilidad o desventaja, contribuyendo a la reconstrucción del tejido social.	INE/CG334/2021	Improcedente: Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que proporciona ayuda y atención integral la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso. ⁵⁸
Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia de Nuevo Laredo, Tamaulipas	Rehabilitación y Educación Especial CRI” Vigencia: del 1 de marzo al 31 de diciembre.	Contribuir al mejoramiento de las condiciones y la calidad de vida de las personas con discapacidad por medio de su inclusión en el mercado laboral en actividades propias a su edad, condición y capacidad.	INE/CG334/2021	Improcedente: Si bien la campaña guarda relación con el concepto de educación y salud, ya que se trata de la difusión de un programa de cuidado y educación de niñas, niños hasta los 4 años de edad la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso. ⁵⁹

⁵⁸ Ídem.

⁵⁹ Ídem.

Secretaría de Educación, Cultura y Deporte del Ayuntamiento de Tamaulipas	"Beca Educativa Nueva Era" Vigencia: del 3 de enero al 30 de junio.	Contribuir a que el estudiantado del municipio ejerza su derecho a una educación de calidad, incrementando la cobertura, reduciendo el rezago educativo y el riesgo de la deserción escolar, a través de una ayuda económica.	INE/CG43/2022	Improcedente: Si bien la campaña guarda relación con el concepto de educación, ya que se trata de la difusión de un programa de becas para evitar la deserción escolar, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso. No se debe perder de vista que criterios similares fueron confirmados por la Sala Superior en la sentencia recaída al expediente SUP-RAP-159/2021.
Secretaría de Educación, Cultura y Deporte del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Protege T" Vigencia: del 3 de enero al 30 de junio.	Proteger la salud del alumnado de nivel básico de las escuelas públicas, adoptando medidas para prevenir, evitar cadenas de contagio y disminuir la deserción escolar.	INE/CG43/2022	Procedente: La campaña tiene como finalidad difundir medidas preventivas derivadas de la contingencia sanitaria por el virus SARS-CoV2 (COVID-19) para proteger la salud y disminuir la deserción escolar. En este sentido, se vincula con los conceptos de salud y educación, por lo que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental. No implica ningún beneficio directo, sino de orientación.
Secretaría de Educación, Cultura y Deporte del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Eliminación del rezago educativo, un camino rumbo a la excelencia" Vigencia: del 3 de enero al 30 de junio.	Apoyar en la reintegración de los alumnos a sus clases presenciales y reactivándolos en su preparación académica.	INE/CG43/2022	Procedente: Esta campaña se encuentra vinculada al concepto de educación, pues su objetivo es evitar el rezago educativo, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Así, esta campaña es considerada como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional. No implica ningún beneficio directo, sino actividades estratégicas para evitar el rezago educativo.
Secretaría de Educación, Cultura y Deporte del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Convocatoria mensual para ingresar a la preparatoria abierta" Vigencia: del 3 de enero al 17 de septiembre.	Abatir el rezago educativo de nivel medio superior, con el fin de mejorar los niveles de bienestar social a través de la educación.	INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas que tienen como finalidad coadyuvar a que los jóvenes conozcan la mecánica de ingreso a la preparatoria abierta, fechas de exámenes, requisitos, etc. Así, esta campaña se considera dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional, ya que como información pública de carácter institucional, incentiva el ingreso a la educación media superior para evitar el rezago educativo.

Dirección de Protección Civil y Bomberos del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	“Difusión del estado climatológico” Vigencia: del 1 de enero al 31 de diciembre.	Informar a la población de cambios de temperatura, y estén prevenidos ante cualquier evento meteorológico.	INE/CG43/2022	Procedente: Como parte de los derechos fundamentales concernientes a toda persona, se encuentra el derecho a recibir información. Aunado a lo anterior, de conformidad con las excepciones que marca el texto constitucional se encuentra el concepto de protección civil. En este sentido, es conveniente exceptuar la campaña de las prohibiciones de difundir propaganda gubernamental, toda vez que al proporcionar información sobre el estado climatológico se mantiene prevenida a la ciudadanía ante cualquier eventualidad meteorológica.
Dirección de Protección Civil y Bomberos del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	“Operativo Carrusel” Vigencia: del 1 de enero al 30 de junio.	Informar sobre los albergues municipales y los servicios que ahí se prestan con la finalidad de salvaguardar la vida y seguridad de la ciudadanía ante descensos graves de la temperatura, tormentas climatológicas, etc.	INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022	Procedente: Protección civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona protección y asistencia a la ciudadanía ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y el entorno en el que vive. En ese sentido, el artículo 4° de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud, esto es, el derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. La acción en materia de seguridad tiene una evidente finalidad de protección civil en caso de fenómenos naturales, por lo cual resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de protección civil y salud, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de emergencias, contribución a la disminución de riesgos y prevención de una situación de peligro, lo que contribuye a salvar vidas humanas.
Dirección de Protección Civil y Bomberos del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	“Prevención de incendios” Vigencia: del 1 de enero al 31 de diciembre.	Prevenir incendios, proteger a las personas y los bienes e informar sobre las medidas a llevar en caso de una emergencia.	INE/CG43/2022	Procedente: La campaña brinda información que permitirá dar a conocer a la población en general la importancia de prevenir incendios, permitiendo salvaguardar la vida de los mismos y sus bienes, por lo que se encuentra vinculada con el concepto de protección civil y educación. Así, la solicitud se considera como parte de las campañas exceptuadas de la prohibición constitucional.

Dirección de Protección Civil y Bomberos del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	“Operativo Semana Santa” Vigencia: 10 de abril al 18 de abril.	Establecer los mecanismos necesarios de coordinación y ejecución de programas para brindar seguridad a los visitantes y población en general para la prevención de esta temporada vacacional.	INE/CG61/2015	Improcedente. De acuerdo con lo establecido en el formulario la solicitud no se refiere a una campaña gubernamental sino al ejercicio de las obligaciones y facultades de la Dirección de Protección Civil y Bomberos a fin de establecer y coordinar los planes de seguridad, búsqueda, salvamento y asistencia en caso de emergencias durante la referida temporada vacacional.
Dirección de Protección Civil y Bomberos del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	“Capacitación, respuesta a emergencias (primeros auxilios, uso y manejo de extintores)” Vigencia: del 1 de enero al 31 de diciembre.	Capacitar a la población en general para que esté preparada para responder ante una situación de emergencia, y a su vez servir de apoyo a la dependencia para distinguir una emergencia real para activar las unidades necesarias, evitando la saturación del servicio y garantizando la atención oportuna a quien lo requiera.	INE/CG43/2022	Procedente: Protección civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona protección y asistencia a la ciudadanía ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y el entorno en el que vive. Así, esta campaña está destinada a fomentar la cultura de la prevención y a transmitir conocimiento sobre las acciones a tomar en caso de una emergencia al enseñar primeros auxilios y uso y manejo de extintores, por tanto, está enmarcada dentro del concepto integral de educación y protección civil y su difusión se encuentra amparada en lo estipulado en las excepciones previstas en la Constitución.
Dirección de Protección Civil y Bomberos del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	“Prevención de accidentes en el hogar” Vigencia: del 1 de enero al 31 de diciembre.	Brindar información para prevenir accidentes en el hogar.	INE/CG43/2022	Procedente: Al igual que la campaña anterior, se vincula con el concepto de protección civil y educación al brindarle a la ciudadanía los conocimientos necesarios para evitar accidentes en casa. Por lo tanto, encuadra dentro de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.

Dirección de Protección Civil y Bomberos del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	“Puestos de hidratación” Vigencia: del 1 de enero al 31 de diciembre.	Informar de la ubicación de los puestos de hidratación que se colocan durante los meses de calor extremo, con la finalidad de salvaguardar la vida y seguridad de la ciudadanía.	INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022	Procedente: La campaña encuadra en los supuestos de excepción a la prohibición impuesta por la Constitución en materia de propaganda gubernamental, pues es evidente su relación con los servicios de protección de la salud al informar sobre los lugares donde la población puede hidratarse y evitar posibles golpes de calor. Dicho en otras palabras, las campañas relativas a prevenir problemas de salud por la temporada de calor están relacionadas directamente con el concepto de salud integral que proporciona la CPEUM, ya que informan de las medidas preventivas que se han de tomar ante las altas temperaturas climáticas y crean una cultura de prevención de riesgos. Es así que, al vincularse con el concepto constitucional de salud, deben quedar exceptuadas de las reglas de propaganda gubernamental, pues en sentido amplio, se fomenta un interés general de la sociedad por salvaguardar el derecho humano como es la vida y a promover la protección del derecho a gozar de buena salud, entendido como un estado de completo bienestar físico, mental y social.
Dirección de Protección Civil y Bomberos del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	“Activación del plan de contingencia en caso de ser necesario” Vigencia: del 1 de enero al 31 de diciembre.	Brindar información sobre que hacer antes, durante y después de una contingencia provocada por riesgos geológicos, hidrometeorológicos, químicos, sanitarios y socio-organizativos o cualquier otro acontecimiento de fuerza mayor, así como saber a dónde acudir a solicitar algún tipo de ayuda según sus necesidades.	INE/CG43/2022	Procedente: Protección civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona protección y asistencia a la ciudadanía ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y el entorno en el que vive. En ese sentido, el artículo 4° de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud, esto es, el derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. La acción en materia de seguridad tiene una evidente finalidad de protección civil en caso de fenómenos naturales, por lo cual resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de protección civil y salud, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de emergencias, antes, durante y después de una contingencia, lo que contribuye a salvar vidas humanas.

Dirección de Protección Civil y Bomberos del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	“Inscripciones y actividades de la academia de protección civil y bomberos” Vigencia: del 1 de enero al 31 de diciembre.	Difundir el programa educativo de inscripción a la academia de protección civil y bomberos.	INE/CG43/2022	Procedente: La campaña se vincula con el concepto de educación al difundir información acerca del programa de inscripción a la academia de protección civil y bomberos, generando así interés en la ciudadanía para formar parte del grupo de personas dedicadas a intervenir en la acción y prevención de cualquier tipo de siniestros y salvaguardar vidas humanas. Así, esta campaña forma parte de las excepciones a las prohibiciones de difundir propaganda gubernamental que marca el texto constitucional.
Comisión Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Nuevo Laredo, Tamaulipas	“Atención de Reportes de Agua, Drenaje y Trabajos de Mantenimiento o Reparación” Vigencia: del 4 de marzo al 6 de junio.	Mantener a la ciudadanía informada de los trabajos que se realizan, en caso de contingencia, tales como una reparación de agua potable, cambios de líneas generales de drenaje, hundimientos, mantenimientos preventivos o situaciones que afecten algún sector de la población.	INE/CG43/2022	Improcedente: La difusión de la campaña no implica radio y televisión sino mediante redes sociales, vallas publicitarias y lonas.
Dirección de Salud Municipal del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	“Farmacias Municipales UNE” , ⁶⁰ con vigencia del 28 de febrero al 31 de diciembre.	Entrega de medicamentos en sectores estratégicos y con mayor vulnerabilidad atendiendo a los derechos de salud para la ciudadanía que no cuenta con acceso al servicio de seguro social, brindando medicamento a bajo costo.	INE/CG43/2022	Improcedente: Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa de asistencia médica y servicios de salud, va dirigida a la población más vulnerable, por lo que la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún sector en específico, como es el caso. ⁶¹
Dirección de Salud Municipal del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	“Salud a tu Hogar” , ⁶² con vigencia del 28 de febrero al 31 de diciembre.	Atender a los ciudadanos que por motivos médicos y de movilidad se ven impedidos a recibir atención médica en algún centro de salud y así mismo en colaboración con otras dependencias atender las necesidades imperantes en sus hogares.	INE/CG43/2022	Improcedente: Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa que ofrece revisiones médicas, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún sector en específico, como es el caso. ⁶³

⁶⁰ La campaña anterior fue presentada por la Secretaría de Bienestar Social del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, sin embargo, se trata de la misma campaña.

⁶¹ Al respecto, la Sala Superior estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

⁶² La campaña anterior fue presentada por la Secretaría de Bienestar Social del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, sin embargo, se trata de la misma campaña.

⁶³ Al respecto, la Sala Superior estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

Dirección de Salud Municipal del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	“Apoyo Médico Jubilados y Pensionados” ⁶⁴ con vigencia del 28 de febrero al 31 de diciembre.	Atención médica, dental y nutricional a la personas beneficiadas del programa jubilados, pensionados y trabajadores municipales, cubriendo a la población que no cuenta con servicio social, de igual manera se brindan los fármacos necesarios para su tratamiento.	INE/CG43/2022	Improcedente: Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa que ofrece atención médica y brinda fármacos, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún sector en específico, como es el caso. ⁶⁵
Dirección de Salud Municipal del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	“Brigadas de apoyo COVID-19” , con vigencia del 28 de febrero al 31 de diciembre.	Brindar a poyo a través de las necesidades para controlar los índices de contagio y mortalidad por COVID-19, mantener informados a las y los ciudadanos respecto a las medidas de prevención contra el COVID-19 y brindar asesoría para quienes padecen COVID-19, así como para los cuidados posteriores de recuperación.	INE/CG43/2022	Procedente: El derecho a la protección de la salud, del que todo mexicano goza, se fundamenta en el artículo 4 de la Constitución. Ahora bien, toda vez que el objetivo de esta campaña está destinado directamente a los servicios de salud y a fomentar la cultura del cuidado, su difusión se encuentra amparada en las excepciones que mandata la Constitución respecto a las prohibiciones de difundir propaganda gubernamental.
Coordinación General de Comunicación e Imagen del Gobierno del estado de Coahuila de Zaragoza	“Salud, hazlo por ti” , con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.	Difundir las medidas necesarias para prevenir los contagios por COVID-19, a través del uso correcto del cubre bocas, durante los procesos de reactivación de las actividades.	INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022.	Procedente. La campaña tiene como finalidad seguir manteniendo las medidas sanitarias derivadas por COVID-19. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante el periodo prohibido, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.

⁶⁴ La campaña anterior fue presentada por la Secretaría de Bienestar Social del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, sin embargo, se trata de la misma campaña.

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

Coordinación General de Comunicación e Imagen del Gobierno del estado de Coahuila de Zaragoza	“Regreso a clases seguros” , con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.	Difundir las medidas sanitarias de prevención y protocolos (uso del cubrebocas, distancia mínima entre personas, mantener áreas ventiladas, etc.) para el regreso a clases seguro. Disminuir los contagios de SARS-CoV-2.	INE/CG43/2022.	Procedente. La campaña tiene como finalidad informar a la población sobre las medidas y protocolos de salud y protección civil que las autoridades estiman se deben aplicar en las escuelas. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo General considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante el periodo prohibido, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.
Coordinación General de Comunicación e Imagen del Gobierno del estado de Coahuila de Zaragoza.	“Prevención de Incendios, Protección Civil” , con vigencia del 01 de abril al 31 de octubre.	Difundir las medidas de prevención de incendios de temporada, así como los números telefónicos para reportarlos.	INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021.	Procedente. La campaña brinda información que permitirá dar a conocer a la población la importancia de prevenir y reportar los incendios forestales, por lo que tiene como propósito crear consciencia en la población y cuidar el medio ambiente. Al respecto este Consejo General considera que, como en años anteriores, este tipo de campañas deberán ser de las consideradas dentro de las exceptuadas a la prohibición constitucional de difundir propaganda gubernamental durante el periodo prohibido por su vinculación al concepto de educación.
Coordinación General de Comunicación e Imagen del Gobierno del estado de Coahuila de Zaragoza.	“Tú eres parte” , con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.	Campaña permanente para la prevención de violencia y discriminación contra la mujer para la población en general.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022.	Procedente. El objetivo es sensibilizar a la población sobre los problemas de la violencia y discriminación, promover el respeto al derecho a la no discriminación hacia las mujeres e incidir en la prevención y eliminación de esta; se pretende generar una cultura de la igualdad incluyente y de respeto. Por tanto, esta campaña encuadra en el concepto de educación.

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

25. **Senado de la República.**

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Coordinación Social del Senado de la República, “¡Ahora es Ley!, versión: Salud y Bienestar”, con vigencia del 01 de febrero al 01 de junio.	Difundir las reformas aprobadas relativas a la educación gratuita, laica y de excelencia en todos los niveles; así como a los servicios de salud gratuitos y de calidad, desde la gestación y en todas las etapas de la vida.	Artículos 106, numeral 1, inciso c) de la Ley Orgánica del Congreso General en los Estados Unidos Mexicanos; 303 del Reglamento del Senado de la República; 36 y 37 del Estatuto para los Servicios Parlamentarios, Administrativos y Técnicos del Senado de la República; Manual General de Organización del Senado de la República y Manual de Organización de la Coordinación de Comunicación Social.	Procedente. La campaña reúne los parámetros suficientes para ser considerada como aquella que puede transmitirse en periodos de campañas electorales y hasta la conclusión de las Jornadas Electorales, ya que se estima que es de vital importancia que la sociedad tenga conocimiento de los derechos y servicios a los que tiene acceso, mismos que las reformas legales le otorgan. Esto es, no solo es importante que se hayan aprobado reformas legales y nuevas normas en materia de salud y educación, sino que también resulta de igual importancia que la población se entere del porque eran necesarias estas reformas, de los problemas que se pretenden solucionar, de los beneficios que se esperan obtener, así como de cuáles son sus nuevos derechos y la forma de ejercerlos. Así, dicha campaña tiene una naturaleza educativa y de promoción de la seguridad social de la población, a partir del concepto integral que en torno a la educación que proporciona el artículo 3º de la Constitución General de la República. Por tales motivos se actualiza como supuestos de excepción a la suspensión de la difusión en los medios de comunicación social de toda propaganda gubernamental.	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021

26. Dependencias del Gobierno del estado de Oaxaca.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Sistema Local de Protección Integral de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes, " ASINO #YoSiTeCreo ", ⁶⁶ vigencia permanente.	Proporcionar a la sociedad conocimientos y herramientas para prevenir la violencia sexual contra niñas, niños y adolescentes.	Artículos 134 párrafo 8° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 137 párrafo 14 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Oaxaca; 1 y 209 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Gubernamentales, 112, fracciones I y VIII de la Ley de Derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes del Estado de Oaxaca	Procedente. En atención a los artículos 46 y 47, fracción III de la Ley General de los Derechos de las Niñas, Niños y Adolescentes, se estipula que niñas, niños y adolescentes tienen derecho a vivir una vida libre de toda forma de violencia y a que se resguarde su integridad personal, a fin de lograr las mejores condiciones de bienestar y el libre desarrollo de su personalidad. La campaña tiene como objetivo informar sobre la realización de diversas actividades como foros, talleres, cine debates para generar conciencia sobre este delito, así como fomentar formas de prevención y denuncia.	INE/CG626/2021 ⁶⁷
Secretaría de las Culturas y Artes de Oaxaca, " Actividades de Artes Escénicas "; con vigencia del 07 de marzo al 10 de junio	Fomentar el acercamiento a la cultura a través de presentaciones de teatro.	Artículos 6 de la Ley de Desarrollo Cultural para el Estado de Oaxaca; y 41 de la Ley orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Oaxaca	Procedente. La campaña tiene el objetivo de difundir la realización de espectáculos artísticos para promover mayor atracción y acercamiento a la cultura y el gusto por las artes escénicas. En ese sentido, la Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar la campaña, ya que está relacionada con la difusión de actividades y servicios en materia artística y cultural con el fin de promover en la población dichos eventos.	INE/CG1644/2021 ⁶⁸

⁶⁶ Resulta importante señalar que, no obstante que no se presentó formulario para esta campaña, del oficio de solicitud se puede extraer la información suficiente para analizar la pertinencia o no de su difusión, sin embargo, se le hace un llamado al Sistema Local de Protección Integral de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes para que en posteriores ocasiones anexe el formulario respectivo en caso de presentar una nueva solicitud de difusión de propaganda gubernamental.

⁶⁷ Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del estado de Oaxaca "Te creo en corto (convocatoria de cortometrajes para prevenir el abuso sexual infantil)".

⁶⁸ Secretaría de Cultura de Jalisco, "Difusión de las funciones de El Cascanueces con el Ballet de Jalisco, en el Teatro Degollado".

Secretaría de las Culturas y Artes de Oaxaca, “Conciertos de música clásica a través de la orquesta sinfónica de Oaxaca” ; con vigencia de 07 de marzo al 10 de junio	Ofrecer conciertos a la población oaxaqueña, con el objetivo de acercar la música tradicional oaxaqueña y las versiones sinfónicas al público interesado.	Artículos 6 de la Ley de Desarrollo Cultural para el Estado de Oaxaca; y 41 de la Ley orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Oaxaca	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que está relacionada con la difusión de actividades y servicios en materia artística y cultural con el fin de promover en la población dichos eventos.	CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021, INE/CG626/2021 INE/CG1644/2021 e INE/CG43/2021 ⁶⁹
Secretaría de las Culturas y Artes de Oaxaca, “Conciertos de música tradicional a través de la orquesta primavera de Oaxaca” ; con vigencia del 07 de marzo al 10 de junio	Fomentar la cultura a través de conciertos de música popular local, nacional e internacional, haciendo un énfasis especial en la música oaxaqueña.	Artículos 6 de la Ley de Desarrollo Cultural para el Estado de Oaxaca; y 41 de la Ley orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Oaxaca	Procedente. Igual que la campaña anterior, tiene clara relación con el concepto de educación. por lo que se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que está relacionada con la difusión de actividades y servicios en materia artística y cultural con el fin de promover en la población dichos eventos.	CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021, INE/CG626/2021 INE/CG1644/2021 e INE/CG43/2021 ⁷⁰
Secretaría de las Culturas y Artes de Oaxaca, “Conciertos de música tradicional y popular a través de la banda de música del estado” ; con vigencia del 06 de marzo al 12 de junio	Fomentar la cultural a través de presentaciones de música tradicional y popular.	Artículos 6 de la Ley de Desarrollo Cultural para el Estado de Oaxaca; y 41 de la Ley orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Oaxaca	Procedente. Igual que la campaña anterior, tiene clara relación con el concepto de educación. por lo que se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que está relacionada con la difusión de actividades y servicios en materia artística y cultural con el fin de promover en la población dichos eventos.	CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021, INE/CG626/2021 INE/CG1644/2021 e INE/CG43/2021 ⁷¹
Secretaría de las Culturas y Artes de Oaxaca, “Cultura en tu colonia, barrio y municipio” ; con vigencia del 02 de febrero al 08 de junio	Ofrecer a la población infantil y juvenil de la Central de abasto la posibilidad de acercarse a expresiones culturales y artísticas, sin costo.	Artículos 6 de la Ley de Desarrollo Cultural para el Estado de Oaxaca; y 41 de la Ley orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Oaxaca	Procedente. La campaña guarda relación con el concepto de educación, tiene como objetivo difundir las actividades y expresiones artísticas para que la población las conozca y participe, fortaleciendo la cultura y el acceso a esta, así como a los bienes y servicios que el municipio presta en esta materia.	INE/CG626/2021 ⁷²

⁶⁹ Instituto Zacatecano de Cultura Ramón López Velarde, “Programa ¡Vive la Ciudad!”, Coordinación De Comunicación Social, “Reconéctate con Veracruz”, Dirección de Cultura del Municipio de Tulancingo de Bravo, “Conciertos”.

⁷⁰ Ídem.

⁷¹ Ídem.

⁷² “Programa de eventos culturales del municipio Centro, Tabasco”.

Secretaría de las Culturas y Artes de Oaxaca, “Presentaciones de la Compañía estatal de danza contemporánea” ; con vigencia del 06 de marzo al 12 de junio	Fomentar la cultura a través de presentaciones de bailes y danzas	Artículos 6 de la Ley de Desarrollo Cultural para el Estado de Oaxaca; y 41 de la Ley orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Oaxaca	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento cultural, por lo que se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que está relacionada con la difusión de actividades en materia artística y cultural con el fin de promover en la población dichos eventos.	INE/CG334/2021 ⁷³ INE/CG626/2021 ⁷⁴ e INE/CG43/2022 ⁷⁵
Secretaría de las Culturas y Artes de Oaxaca, “Presentaciones de la Compañía estatal de danza costumbrista” ; con vigencia del 06 de marzo al 12 de junio	Fomentar la cultura a través de presentaciones de bailes y danzas, promoviendo las tradiciones y costumbres.	Artículos 6 de la Ley de Desarrollo Cultural para el Estado de Oaxaca; y 41 de la Ley orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Oaxaca	Procedente. Igual que la campaña anterior, se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que está relacionada con la difusión de actividades en materia artística y cultural con el fin de promover en la población dichos eventos.	INE/CG334/2021 ⁷⁶ INE/CG626/2021 ⁷⁷ e INE/CG43/2022 ⁷⁸

⁷³ Instituto Zacatecano de Cultura Ramón López Velarde, “24 Festival Zacatecas del Folclor Internacional”.

⁷⁴ Secretaría de las Culturas y Artes de Oaxaca, “Atención a Primera Infancia a través del Arte y la Cultura “Alas y Raíces Oaxaca”.

⁷⁵ Instancia Municipal de Cultura, “Festival del Folclor Jesús María 2021”.

⁷⁶ Ídem.

⁷⁷ Ídem.

⁷⁸ Ídem.

Secretaría de las Culturas y Artes de Oaxaca, " La Guelaguetza (Convocatoria Diosa Centéotl 2022) "; con vigencia del 01 de mayo al 30 de junio	Convocar a mujeres de 18 años o más de edad nacidas en el estado de Oaxaca, a participar en el certamen para elegir a la representante de la Diosa Centéotl.	Artículos 6 de la Ley de Desarrollo Cultural para el Estado de Oaxaca; y 41 de la Ley orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Oaxaca	Procedente. La campaña está vinculada al concepto de educación. La Información pública de carácter institucional es aquella que versa sobre servicios que presta el gobierno en ejercicio de sus funciones, así como de temas de interés general, a través de los cuales se proporcionan a la ciudadanía herramientas para que tenga conocimiento de los trámites y requisitos que debe realizar. En ese sentido, dar a conocer a la ciudadanía la convocatoria para que mujeres oaxaqueñas participen en el certamen para elegir a la representante de la Diosa Centéotl (dentro de la festividad de la Guelaguetza) puede difundirse, ya que según el formulario sólo constituye información sobre el donde, quienes y cuando pueden participar en el certamen. 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. ⁷⁹	
Secretaría de las Culturas y Artes de Oaxaca, " Presentaciones de los miércoles del danzón (marimba del estado de Oaxaca) "; con vigencia del 09 de marzo al 08 de junio	Fomentar la cultura oaxaqueña a través de los conciertos de música regional y nacional, haciendo énfasis especial en la música oaxaqueña.	Artículos 6 de la Ley de Desarrollo Cultural para el Estado de Oaxaca; y 41 de la Ley orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Oaxaca	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que está relacionada con la difusión de actividades y servicios en materia artística y cultural con el fin de promover en la población dichos eventos.	CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021, INE/CG626/2021 INE/CG1644/2021 e INE/CG43/2021 ⁸⁰

⁷⁹ 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.

⁸⁰ Instituto Zacatecano de Cultura Ramón López Velarde, "Programa ¡Vive la Ciudad!"; Coordinación De Comunicación Social, "Reconéctate con Veracruz", Dirección de Cultura del Municipio de Tulancingo de Bravo, "Conciertos".

Secretaría de las Culturas y Artes y Museo Estatal de Arte Popular, ambos del estado de Oaxaca, “Exposición de orfebrería de plata”, con vigencia del 01 de enero al 30 de junio	Fomentar, promover y preservar el patrimonio artístico y cultural de los pueblos creadores de Oaxaca, así como los artistas, sus obras y creaciones que realizan para proyectar la identidad cultural del Estado.	No agrega	Procedente. Se considera que la promoción de productos artesanales del país constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural del pueblo y al acrecentamiento de nuestra cultura, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros. En consecuencia, resulta evidente que la promoción de artesanías de Estado de Oaxaca, en relación con sus lugares y destinos turísticos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de productos, usos y costumbres por importancia histórica y cultural.	INE/CG43/2022 ⁸¹
Secretaría de las Culturas y Artes y Museo Estatal de Arte Popular, ambos del estado de Oaxaca, “Exposición de talladores de hueso”, con vigencia del 01 de abril al 30 de junio	Fomentar, promover y preservar el patrimonio artístico y cultural de los pueblos creadores de Oaxaca, así como los artistas, sus obras y creaciones que realizan para proyectar la identidad cultural del Estado.	No agrega	Procedente. Igual que la campaña anterior, es evidente la trascendencia de la campaña, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros. En consecuencia, resulta evidente que la promoción de artesanías de Estado de Oaxaca, en relación a sus lugares y destinos turísticos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de productos, usos y costumbres por importancia histórica y cultural.	INE/CG43/2022 ⁸²

⁸¹ Gobierno del estado de Veracruz, Coordinación General de Comunicación Social, “Mercados de artesanías tradicionales y productos culinarios”.

⁸² Gobierno del estado de Veracruz, Coordinación General de Comunicación Social, “Mercados de artesanías tradicionales y productos culinarios”.

Coordinación General de Educación Media Superior y Superior, Ciencia y Tecnología, así como Dirección de Educación Superior, "Becas para la carrera de Medicina en la Universidad Anáhuac Oaxaca. Convocatoria 2022", con vigencia del 15 de marzo al 29 de abril	Difundir la Convocatoria para otorgar 4 becas anuales para cursar la Licenciatura en Medicina.	Artículos 53, fracción XII de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Oaxaca; 8, fracción VIII del Reglamento Interno de la Coordinación General de Educación Media Superior y Superior, Ciencia y Tecnología; Convenio de Colaboración entre la Secretaría de Finanzas y la Coordinación General de Educación Media Superior y Superior, Ciencia y Tecnología y Anexo Técnico del Convenio de Colaboración: Lineamientos para el otorgamiento de Becas de la Licenciatura de Medicina. Punto IV. Procedimientos, 1. Convocatoria.	Procedente. La campaña está vinculada al concepto de educación. La Información pública de carácter institucional es aquella que versa sobre servicios que presta el gobierno en ejercicio de sus funciones, así como de temas de interés general, a través de los cuales se proporcionan a la ciudadanía herramientas para que tenga conocimiento de los trámites y requisitos que debe realizar, inclusive, de trámites en línea y forma de pago de impuestos y servicios. En ese sentido, dar a conocer a la ciudadanía la convocatoria con los requisitos y trámites que se deben realizar para aplicar a la beca puede difundirse, ya que según el formulario sólo constituye información sobre temáticas relacionadas con trámites administrativos. 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/2017.⁸³	
Instituto de Capacitación y Productividad para el Trabajo del estado de Oaxaca, "Convocatorias para los diversos cursos de capacitación para el trabajo y certificación de competencias laborales de conformidad con la oferta educativa del ICAPET", con vigencia del 01 de enero al 01 de diciembre	Ofertar cursos de capacitación a personas mayores de 15 años para la adquisición de conocimientos, habilidades y destrezas en algún oficio o función productiva con la finalidad de incrementar sus posibilidades de inserción laboral y de mejorar los niveles de competitividad y productividad de las empresas, otorgando a sus egresados una constancia o certificado con validez oficial en todo el territorio nacional.	Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Oaxaca; Reglamento Interno de la Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de Oaxaca. Artículos 15; del Decreto de Creación del ICAPET; 9, fracciones I a V, VI, VII a IX, XI, XII y 17, fracciones I a IV del Reglamento Interno del ICAPET	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña relativa a difundir la oferta de cursos, así como los requisitos de ingreso y proceso de inscripción para los aspirantes a las capacitaciones para la adquisición de conocimientos, habilidades y destrezas en algún oficio o función productiva, con la finalidad de impulsar la inserción laboral o la mejora de las condiciones laborales de la población económicamente activa. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto Constitucional.	INE/CG626/2021⁸⁴

27. IPN.

⁸³ 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.

⁸⁴ Secretaría de Trabajo, Previsión Social y Productividad de Veracruz, "Vinculación Laboral: "Talleres para buscadores de empleo"; Gobierno del estado de Aguascalientes Secretaría de Desarrollo Social, Fortalecimiento de las Organizaciones de la Sociedad Civil, Vertiente Capacitación a las Organizaciones de la Sociedad Civil".

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Convocatoria de Ingreso”, con vigencia del 4 de abril al 6 de junio.	Dar a conocer al público en general la convocatoria de ingreso para el IPN.	No agrega	Procedente: La campaña está vinculada al concepto de educación y pretende dar a conocer a la población información pública de carácter institucional, ⁸⁵ por lo que su difusión se encuentra permitida durante la campaña y veda electoral siempre que no se trate de publicidad ni propaganda gubernamental, no haga referencia a alguna candidatura o partido político, no promocióne a algún funcionario público o logro de gobierno, ni contenga propaganda en la que se realicen expresiones de naturaleza político electoral. Lo anterior, en atención a lo establecido por la Sala Superior en la Tesis XIII/2017, ya que este tipo campañas constituye información sobre temáticas relacionadas con trámites administrativos para ingresar al IPN.	INE/CG78/2016, INE/CG172/2018 e INE/CG334/2021
“Promover la educación virtual”, con vigencia del 5 de abril al 6 de junio.	Informar al público en general de la convocatoria de ingreso no escolarizado para el Instituto Politécnico Nacional.	No agrega	Procedente: Al igual que la campaña anterior, la campaña está vinculada al concepto de educación y pretende dar a conocer a la población información pública de carácter institucional, por lo que su difusión se encuentra permitida durante la campaña y veda electoral siempre que no se trate de publicidad ni propaganda gubernamental, no haga referencia a alguna candidatura o partido político, no promocióne a algún funcionario público o logro de gobierno, ni contenga propaganda en la que se realicen expresiones de naturaleza político electoral. Lo anterior, en atención a lo establecido por la Sala Superior en la Tesis XIII/2017, ya que este tipo campañas constituye información sobre temáticas relacionadas con trámites administrativos para ingresar al IPN.	INE/CG78/2016, INE/CG172/2018 e INE/CG334/2021

28. CONSAR.

⁸⁵ 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.

CAMPAÑA	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“El SAR lo hacemos todos, versiones: 1. “Conociendo el SAR”, con vigencia del 15 de marzo al 15 de abril y 2. “Feria de las Afores Mérida”, con vigencia del 12 de mayo al 31 de mayo.	Informar y comunicar a los trabajadores y público en general aspectos relevantes del Sistema de Ahorro para el Retiro, con el fin de que adquieran habilidades financieras que les permitan tomar decisiones adecuadas respecto a su fondo de retiro y gozar de una mejor calidad de vida en la vejez.	No agrega	Improcedente. Si bien el programa guarda relación con el concepto de educación, si bien se trata de información útil para que las personas conozcan aspectos relevantes del SAR, la difusión de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso.⁸⁶ por cuanto hace a la versión “Feria de las Afores Mérida”, la CONSAR no justifica el por qué la difusión debe ocurrir en esas fechas, es decir no se indica si la referida feria será en el mes de mayo o antes o después, por lo que tampoco es posible advertir la necesidad específica de su difusión en el periodo de campañas.	

29. SICT.

CAMPAÑA	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Caminos al AIFA”, con vigencia del 20 de enero al 20 de abril.	Incrementar la información sobre la seguridad aérea que se tiene en los aeropuertos de la República, así como en el AIFA, dar a conocer los accesos, caminos y medios de transporte con que se contara para llegar al AIFA.	Programa Sectorial de Comunicaciones y Transportes 2020-2024.	Procedente. La presente campaña está vinculada al concepto de educación y es información pública de carácter institucional pues informa sobre las rutas, caminos y accesos para llegar al AIFA, por tanto, se trata de información de interés general. En ese sentido, dar a conocer a la ciudadanía cómo y cuánto cuesta llegar al AIFA puede difundirse, 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/2017.⁸⁷	

30. CONAPRED.

⁸⁶ SUP-RAP-24/2022. “La propaganda gubernamental debe contener información realmente necesaria e indispensable, que por su tema exista la premura evidente de ser publicada a través de los medios de comunicación. Lo anterior deriva del hecho que la difusión sea imprescindible y que no pueda realizarse en otro momento o por otras vías”

⁸⁷ 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.

CAMPAÑA	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“La igualdad hace la fuerza, versión, No dejar a nadie atrás, no dejar a nadie afuera”, con vigencia del 23 de mayo al 15 de julio.	Reducir las prácticas discriminatorias que generen exclusión y desigualdad social para los grupos históricamente discriminados y que obstaculizan el ejercicio de los derechos humanos en los ámbitos de la educación, la salud, el trabajo, la seguridad social y la justicia.	Plan Nacional de Desarrollo, Ley Federal para Prevenir la Discriminación y Programa Nacional para la Igualdad y No Discriminación 2020-2024.	Procedente: Los principios de igualdad y no discriminación son parte de las bases del estado de derecho, aunado a que son parte de los derechos humanos de los que goza toda persona. Por lo que, esta campaña al tener como objetivo sensibilizar a la población sobre la problemática de la discriminación y desigualdad, genera una cultura incluyente y de respeto. Por tanto, encuadra en el concepto de educación.	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG235/2020, INE/CG109/2019 e INE/CG334/2021

31. ISSSTE.

CAMPAÑA	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Ya PREVISSSTE, Versión: OKEY”, con vigencia del 15 de abril al 15 de mayo	Difundir mensajes sobre acciones saludables con la finalidad de contribuir a la prevención de enfermedades crónico-degenerativas.	Artículo 64 del Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos General para el Registro y Autorización de las Estrategias y Programas de Comunicación Social y de Promoción y Publicidad de las Dependencias y Entidades de la Administración Pública.	Procedente: De acuerdo con la Constitución, toda persona tiene derecho a la protección de la salud. En relación con lo anterior, la salud de la población mexicana se ha visto afectada como un efecto secundario de la pandemia causada por el virus SARS-CoV2 (COVID-19), situación que propicia el aumento en las enfermedades crónico-degenerativas, por ello es fundamental general conciencia acerca de las acciones favorables para la prevención de dichos padecimientos, por lo que es importante exceptuar esta campaña de las prohibiciones constitucionales ya que se vincula directamente con los conceptos de salud y educación.	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2021
“Ya PREVISSSTE, Versión: Varias”, con vigencia del 1 de mayo al 31 de mayo.	Difundir mensajes sobre acciones saludables para la prevención de enfermedades crónico-degenerativas	Artículo 64 del Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos General para el Registro y Autorización de las Estrategias y Programas de Comunicación Social y de Promoción y Publicidad de las Dependencias y Entidades de la Administración Pública.	Procedente. Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a la población de todo el país con el propósito de abatir los altos índices de obesidad, busca motivar a llevar una vida saludable y prevenir el mayor número de enfermedades posibles, sensibilizando sobre el tema e invitando a la práctica del ejercicio y buena alimentación.	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2021

32. CONAGUA.

CAMPAÑA	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Cultura del Agua 2022, Versiones: Cultura del Agua 1/2022 y Cultura del Agua 2/2022” Vigencia: del 18 de abril al 31 de agosto.	Fomentar y promover en la sociedad mexicana el uso racional del agua a fin de generar una cultura encaminada al cuidado y reúso del vital líquido para informar oportuna y eficazmente a la población sobre la escasez del agua, los costos de proveerla, su uso razonable y su valor económico, social y ambiental.	Artículo 9, fracción XXVI de la Ley de Aguas Nacionales	Procedente: El artículo 4 de la Constitución establece que, <i>“Toda persona tiene derecho al acceso, disposición y saneamiento de agua para consumo personal y doméstico en forma suficiente, salubre, aceptable y asequible.”</i> 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. 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. 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, así como participar en el sistema nacional de protección civil y apoyar en la aplicación de los planes y programas de carácter federal para prevenir y atender situaciones de emergencia.	CG75-2012, CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG334/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Dirección de Movilidad y Transporte, “Por las esquinas Tulancingo Avanza” , con vigencia del 01 de marzo al 01 de agosto de 2021. ⁸⁸	Crear una cultura vial en la población para que los transeúntes crucen las calles en las esquinas.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino operativos de proximidad social, así como colocación de señalamientos y balizamientos en diversos puntos de la ciudad.	
Instancia Municipal de las Mujeres “Conferencia. Autoestima de las mujeres” , con vigencia el 10 de mayo.	Mediante la organización de un taller/conferencia proporcionar a las mujeres las herramientas necesarias para lograr una sana y buena autoestima, con el objetivo de erradicar la violencia contra la mujer.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente. No se trata de la solicitud de difusión de una campaña sino la solicitud de la realización de un evento, lo cual no es materia del presente acuerdo.	
Instancia Municipal de las Mujeres, “Conferencia. Derechos Humanos de las Mujeres” , con vigencia el 13 de abril.	Mediante la organización de un taller/conferencia se pretende difundir y fortalecer el respeto de los derechos humanos, con la finalidad de prevenir cualquier tipo de violencia hacia la mujer.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente. No se trata de la solicitud de difusión de una campaña sino la solicitud de la realización de un evento, lo cual no es materia del presente acuerdo.	
Instancia Municipal de las Mujeres, “Conferencia. Prevención de la Violencia de Género contra las Mujeres” , con vigencia el 25 de abril.	Mediante la organización de un taller/conferencia se pretende promover y fomentar una cultura de la no violencia contra las mujeres y las niñas.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente. No se trata de la solicitud de difusión de una campaña sino la solicitud de la realización de un evento, lo cual no es materia del presente acuerdo.	
Instancia Municipal de las Mujeres, “Tulancingo sin violencia contra las mujeres” , con vigencia del 15 de febrero al 15 de diciembre.	Mediante la visita a todos los locatarios del municipio, se pretende brindar capacitación mediante videos para generar conciencia y empoderar a las mujeres y niñas en relación con sus derechos, así como prevenir la violencia de género.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente. No se trata de la solicitud de difusión de una campaña sino al ejercicio de las obligaciones y facultades de la Instancia Municipal de las Mujeres, a fin de ejecutar una acción de gobierno a favor de erradicar la violencia contra las mujeres, por tanto, su autorización no es materia del presente acuerdo. ⁸⁹	
Secretaría General Municipal, “Viernes de la cultura de la legalidad” , con vigencia del 25 de febrero al 25 de noviembre.	Promover el estado de derecho, a través del conocimiento de las normas y leyes que regulan el comportamiento individual y social en el municipio a través de pláticas, con la finalidad de reducir los conflictos sociales y crear armonía.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente. No se trata de la solicitud de difusión de una campaña sino al ejercicio de las obligaciones y facultades de la Secretaría General Municipal, a fin de ejecutar una acción de gobierno para instruir a la población con pláticas sobre el conocimiento de las normas y leyes, por tanto, su autorización no es materia del presente acuerdo. ⁹⁰	

⁸⁸ Esta autoridad considera que se incurrió en un *lapsus calami* en las fechas de inicio y término de las transmisiones, toda vez que la solicitud es relativa a la propaganda gubernamental para el actual proceso electoral local.

⁸⁹ Al respecto, la Sala Superior estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales o el ejercicio de acciones de gobierno 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 de estos, no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

⁹⁰ Ídem.

Dirección del Registro del Estado Familiar, “Registro ‘Avanza’ a ti, 1er periodo”, con vigencia del 20 de febrero al 30 de mayo.	Promover el registro, ordinario y extemporáneo, para que la población en general pueda obtener su derecho de identidad, mismo que les es requerido para diversos trámites, principalmente para su incorporación a los planteles educativos e integración a alguna institución de salud.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Procedente. La campaña está vinculada al concepto de educación. 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. En ese sentido, dar a conocer a la ciudadanía los servicios que la Dirección del Registro del Estado Familiar realiza puede difundirse, ya que según el formulario sólo constituye información sobre temáticas relacionadas con trámites administrativos y servicios a la comunidad. 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/2017.⁹¹	
Dirección del Registro del Estado Familiar, “Registro ‘Avanza’ a ti, 2do periodo”, con vigencia del 15 al 30 de abril.	Promover el registro extemporáneo, de niños de 2 a 17 años, para que puedan obtener su derecho de identidad, mismo que les es requerido para diversos trámites, principalmente para su incorporación a los planteles educativos e integración a alguna institución de salud.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Procedente. Al igual que la campaña anterior, esta campaña da a conocer a la ciudadanía los servicios que la Dirección del Registro del Estado Familiar realiza, por lo que puede difundirse, ya que según el formulario sólo constituye información sobre temáticas relacionadas con trámites administrativos y servicios a la comunidad. 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/2017.⁹²	

⁹¹ 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.

⁹² Ídem.

Dirección del Registro del Estado Familiar, “Defunciones por Covid-19” , con vigencia del 20 de febrero por tiempo indeterminado.	Promover el registro de las defunciones de los ciudadanos fallecidos por causa del Covid-19, así como expedir la primera acta certificada de la defunción <u>sin costo alguno</u> .	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Procedente. Al ser una situación extraordinaria las defunciones por Covid-19, se debe generar un supuesto de excepción como medida de apoyo para todas y todos los familiares de las personas que se han visto afectadas por un deceso. Lo anterior, en virtud de que se establece como una medida necesaria para garantizar el apoyo a todos aquellos afectados por la pandemia.	
Dirección de Archivo Municipal, “Difusión de cápsulas culturales del Archivo Histórico María Luisa Ross Landa del Municipio de Tulancingo” , con vigencia del 01 de abril al 01 de julio.	Informar a la ciudadanía sobre acontecimientos históricos de relevancia, ocurridos en el municipio. Así como dar a conocer documentos históricos importantes que se encuentran resguardados en el archivo.	No agrega.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino comunicados a través de Facebook.	
Secretaría de Cultura, Educación, Deporte y Juventud, “Creación de escuelas deportivas en polígonos” , con vigencia del 01 de marzo al 30 de julio.	Promover entre la población, a través de escuelas deportivas, el hábito de la actividad física y el deporte, con la finalidad de generar una vida saludable.	No agrega.	Procedente: La actividad física y el deporte son considerados como elementos de la educación para formar en las personas la cultura de ejercitar su cuerpo y su mente integralmente, adicionalmente el deporte debe verse como un reto que tiene como finalidad generalizar la práctica de la actividad física entre la juventud, ya que es una herramienta fundamental para el combate de enfermedades relacionadas con la falta de actividad física y la disminución de la violencia. Dicho lo anterior, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante el periodo prohibido.	INE/CG78/2016, INE/CG172/2018, INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022.
Secretaría de Cultura, Educación, Deporte y Juventud, “Campeonato estatal de ciclismo de montaña” , con vigencia el 22 de abril.	Promover entre la población, a través del evento deportivo, el hábito de la actividad física y el deporte, con la finalidad de generar una vida saludable.	No agrega.	Improcedente. No se trata de la solicitud de difusión de una campaña sino la solicitud de la realización de un evento, lo cual no es materia del presente acuerdo.	
Secretaría de Cultura, Educación, Deporte y Juventud, “Campeonato nacional de ciclismo de montaña” , con vigencia el 04 de julio.	Promover entre la población, a través del evento deportivo, el hábito de la actividad física y el deporte, con la finalidad de generar una vida saludable.	No agrega.	Improcedente. No se trata de la solicitud de difusión de una campaña sino la solicitud de la realización de un evento, lo cual no es materia del presente acuerdo.	

Dirección de Cultura Municipal, "Día de la mujer" , con vigencia del 01 de abril al 06 de junio.	Concientizar a la población de la importancia de la mujer en el entorno familiar, para así luchar contra la violencia de género.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Procedente. La campaña tiene como objetivo luchar contra la violencia de género. Sobre lo señalado, este Órgano estima oportuno recordar que en años anteriores se han exceptuado campañas similares por vincularse con un tema de educación precisamente por la prevención y erradicación de la violencia contra la mujer, por lo que se estima procedente exceptuar la campaña.	INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022.
Dirección de Cultura Municipal, "Día del artesano" , con vigencia del 01 de abril al 06 de junio.	Difundir las tradiciones y costumbres, relacionadas con las diferentes artesanías que se elaboran en la región.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Procedente. Se considera que la promoción de productos artesanales de la región constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural del pueblo y al acrecentamiento de nuestra cultura, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros. En consecuencia, resulta evidente que la promoción de artesanía se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de productos, usos y costumbres por importancia histórica y cultural.	INE/CG43/2022.
Dirección de Cultura Municipal, "Equinoccio entrada de la primavera" , con vigencia del 01 de abril al 06 de junio.	Difundir la importancia del equinoccio, los ritmos sagrados y los símbolos prehispánicos, así como la zona arqueológica de Huapalcalco.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente. Se considera que esta campaña no cumple con el criterio de necesidad dado que el equinoccio de la entrada de la primavera en este 2022 ocurrió el pasado 21 de marzo, en ese sentido, su vigencia no corresponde con el acontecimiento del evento que se quiere dar a conocer y por tanto, se estima que no se justifica su difusión en el periodo de campañas y de reflexión electoral.	

Dirección de Cultura Municipal, “Centro artesanal, cultural y gastronómico” , con vigencia del 01 de abril al 06 de junio.	Derivado de la pandemia por Covid-19, reactivar la economía a través de actividades artísticas y culturales.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Procedente. El artículo 4° constitucional establece que, “toda persona tiene derecho al acceso a la cultura y al disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, así como el ejercicio de sus derechos culturales. El Estado promoverá los medios para la difusión y desarrollo de la cultura, atendiendo a la diversidad cultural en todas sus manifestaciones y expresiones con pleno respeto a la libertad creativa.” Ahora bien, esta campaña tiene como objetivo difundir diversos eventos culturales por lo que encuadra en el concepto de educación, ya que no solo abarca la educación formal, pues amplía su espectro del conocimiento social y cultural, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura. En ese sentido, esta campaña encuadra en las excepciones que emanan del texto constitucional sobre la prohibición de difundir propaganda gubernamental.	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG431/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022.
Dirección de Cultura Municipal, “Escuela de artes y oficios” , con vigencia del 01 de abril al 06 de junio.	Desarrollar el potencial artístico de los niños, niñas y jóvenes, a través de diferentes actividades artísticas.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Procedente: Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y cultura al dirigirse a la población con el propósito de incentivar su participación en actividades recreativas.	CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021.
Dirección de Cultura Municipal, “1er. concurso municipal de canto, Tulancingo 2022” , con vigencia del 01 de abril al 06 de junio.	Promover el arte, la música y la cultura entre los jóvenes y adultos, como herramientas de desarrollo personal y formación educativa.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Procedente: Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y cultura al dirigirse a la población con el propósito de incentivar su participación en actividades recreativas.	CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021.
Dirección de Cultura Municipal, “1ª. Rondalla de Tulancingo” , con vigencia del 01 de abril al 06 de junio.	Invitar a la ciudadanía a que forme parte de la primera rondalla del municipio, para que desarrolle sus habilidades artísticas.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Procedente: Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y cultura al dirigirse a la población con el propósito de incentivar su participación en actividades recreativas.	CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021.

Dirección de Cultura Municipal, "Cabina de radio y televisión digital en Tulancingo" , con vigencia del 01 de abril al 06 de junio.	Informar sobre los programas que ofrece la presidencia municipal, así como los proyectos, actividades y eventos.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Procedente. La Información pública de carácter institucional es aquella que versa sobre servicios que presta el gobierno en ejercicio de sus funciones, así como de temas de interés general, a través de los cuales se proporcionan a la ciudadanía herramientas para que tenga conocimiento de los trámites y requisitos que debe realizar, inclusive, de trámites en línea y forma de pago de impuestos y servicios. En ese sentido, dar a conocer a la ciudadanía los servicios que ofrece el municipio puede difundirse, ya que según el formulario sólo constituye información sobre temáticas relacionadas con trámites administrativos y servicios a la comunidad. 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. ⁹³	INE/CG334/2021.
Dirección de Cultura Municipal, "Exposiciones fotográficas" , con vigencia del 01 de abril al 06 de junio.	Difundir las exposiciones fotográficas, culturales y artísticas que se presentarán en el Centro Cultural Ricardo Garibay.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que está relacionada con la difusión de actividades en materia artística y cultural con el fin de promover en la población dichos eventos.	CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021, INE/CG626/2021, INE/CG1644/2021 e INE/CG43/2022.
Dirección de Cultura Municipal, "Exposiciones fotográficas" , con vigencia del 01 de abril al 06 de junio.	Difundir las exposiciones fotográficas, culturales y artísticas que se presentarán en el Centro Cultural Ricardo Garibay. (Exposición de Victoria Akino, Exposición de Elena Ruiz y Exposición de Max Sanz).	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que está relacionada con la difusión de actividades en materia artística y cultural con el fin de promover en la población dichos eventos.	CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021, INE/CG626/2021, INE/CG1644/2021 e INE/CG43/2022.

⁹³ 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.

Dirección de Cultura Municipal, “Develación de placa Ricardo Garibay” , con vigencia del 01 de abril al 06 de junio.	Difundir la importancia de Ricardo Garibay por su aniversario luctuoso, para que la gente conozca quien fue ese personaje.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que está relacionada con la difusión de la importancia del personaje para los habitantes del municipio.	
Dirección de Cultura Municipal, “Aniversario del motociclismo a nivel nacional” , con vigencia del 01 de abril al 06 de junio.	Realizar una convivencia entre ciudadanos de diferentes municipios y estados, afectos al motociclismo.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente. Del formato se desprende que no se trata de la solicitud de difusión de una campaña sino la solicitud de la realización de un evento, lo cual no es materia del presente acuerdo.	
Secretaría de Cultura, Educación, Deporte y Juventud, “Noche de Museos (homenajes y entregas de reconocimientos a personajes distinguidos de Tulancingo)” , con vigencia del 01 de abril al 06 de junio.	Difundir y reconocer la vida y obra de personajes distinguidos de Tulancingo, que han trascendido en las artes, la ciencia, el deporte y la cultura.	No agrega.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que está relacionada con la difusión de la vida y obra de personajes de diversos ámbitos.	CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021, INE/CG626/2021, INE/CG1644/2021 e INE/CG43/2022.
Secretaría de Cultura, Educación, Deporte y Juventud, “Colocación de códigos QR en los principales sitios históricos y atractivos turísticos de Tulancingo” , con vigencia del 01 de abril al 06 de junio.	Promover los principales sitios históricos y atractivos turísticos de Tulancingo para reactivar la economía.	No agrega.	Procedente. 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 los sitios históricos y atractivos turísticos para reactivar la economía local, por lo que encuadra en el concepto de educación, ya que no solo abarca la educación formal, pues amplía su espectro del conocimiento social y cultural, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura. En ese sentido, esta campaña encuadra en las excepciones que emanan del texto constitucional sobre la prohibición de difundir propaganda gubernamental.	

Secretaría de Cultura, Educación, Deporte y Juventud, “Presentación del libro efemérides de Tulancingo y la difusión de su contenido a través de medios de los diversos medios de comunicación” , con vigencia del 01 de abril al 06 de junio.	Difundir las fechas históricas y eventos cívicos más importantes del municipio de Tulancingo.	No agrega.	Procedente. 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 las fechas históricas y eventos cívicos más importantes del municipio, por lo que encuadra en el concepto de educación, ya que no solo abarca la educación formal, pues amplía su espectro del conocimiento social y cultural, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura. En ese sentido, esta campaña encuadra en las excepciones que emanan del texto constitucional sobre la prohibición de difundir propaganda gubernamental.	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG431/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022.
Secretaría de Cultura, Educación, Deporte y Juventud, “Crear museos itinerantes y conferencias sobre la historia de Tulancingo para colonias y comunidades del municipio” , con vigencia del 01 de abril al 06 de junio.	Promover los museos itinerantes con el fin de que la gente se acerque a conocer la identidad cultural de los Tulancinguenses.	No agrega.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que está relacionada con la difusión de actividades en materia cultural con el fin de promover en la población dichos eventos.	
Secretaría de Cultura, Educación, Deporte y Juventud, “Impartir conferencias de historia de Tulancingo al personal de la presidencia y a los taxistas de la región” , con vigencia del 01 de abril al 06 de junio.	Promover el conocimiento del patrimonio histórico del municipio entre el personal de la presidencia y los taxistas de la región, para que difundan los atractivos turísticos de Tulancingo.	No agrega.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que está relacionada con la impartición de cursos con contenido histórico y cultural con el fin de que los empleados de la presidencia y los taxistas puedan promover en la población el patrimonio cultural del municipio.	
Secretaría de Cultura, Educación, Deporte y Juventud, “Creación de la página de la historia de Tulancingo en el sitio web de la presidencia” , con vigencia del 01 de abril al 06 de junio.	Promover el patrimonio histórico del municipio, a través de la página web de la presidencia municipal, con el fin de que la población en general tenga acceso a esta información mediante plataformas digitales.	No agrega.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino a través de la página web.	
Secretaría de Cultura, Educación, Deporte y Juventud, “Difusión de la historia de Tulancingo a través de postales para Facebook” , con vigencia del 01 de abril al 06 de junio.	Difundir las efemérides, datos curiosos y biografías de personajes distinguidos de Tulancingo, a través de la plataforma digital de Facebook.	No agrega.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, solamente Facebook.	

Secretaría de Cultura, Educación, Deporte y Juventud, "Difusión del patrimonio histórico a través del pabellón cultural del Centro Artesanal, Cultural y Gastronómico de Tulancingo" , con vigencia del 01 de abril al 06 de junio.	Promover el turismo y la grandeza histórica del municipio, promocionando el pabellón cultural, por medio del cual la población en general tenga un punto de encuentro con sus orígenes.	No agrega.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que está relacionada con la difusión de la historia del municipio, a través de un pabellón cultural.	
Dirección de Educación Municipal, "Programa Integral de Fortalecimiento a la Educación (PIDE)" , con vigencia de marzo a agosto.	Difundir, entre el alumnado de nivel básico, actividades recreativas, artísticas, culturales y deportivas, en relación con temas de salud, medio ambiente, protección civil, orientación familiar, diversidad sexual, de divulgación científica, fomento a la lectura, etc.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Procedente. El artículo 4º constitucional establece el derecho de toda persona al acceso a la cultura y al disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, así como el ejercicio de sus derechos culturales. Por lo que la promoción de diversas actividades de educación cultural contribuye al desarrollo integral del ser humano como parte de la educación informal. En ese sentido, esta campaña puede ser considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022.
Dirección de Educación Municipal, "Presidente y cabildo por un día" , con vigencia en abril.	Lanzamiento de la convocatoria para involucrar a la infancia en actividades que le permita desarrollar aptitudes y habilidades en torno al liderazgo, con la finalidad de consolidar ciudadanos responsables y conocedores de sus derechos y obligaciones.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a actividades que atiendan a la niñez, y que fomenten una cultura de diálogo y argumentación que coadyuva a la educación y complementa las acciones de educación básica en nuestro país.	INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022.

Dirección de Educación Municipal, “ Becas a tu alcance ”, con vigencia en enero/ mayo a septiembre/ diciembre.	Otorgar a las y los estudiantes de escasos recursos, de nivel medio superior y superior, una formación integral que les permita consolidar su formación académica, para así abatir el rezago educativo en el municipio.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de educación, ya que se trata de la difusión de un programa de entrega de becas para estudiantes de escasos recursos de nivel medio superior y superior, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante el periodo prohibido, 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. ⁹⁴ No se debe perder de vista que criterios similares fueron confirmados por la Sala Superior en la sentencia recaída al expediente SUP-RAP-159/2021.	INE/CG119/2019 INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022.
Jefatura de Biblioteca Municipal, “ Fomento a la lectura con la población del Municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo ”, con vigencia del 01 de abril al 06 de junio.	Video cápsulas de tertulias, hora del cuento y círculos de lectura, a través de Facebook, para fomentar la lectura y fortalecer la salud mental.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente. Del formato se desprende que no se trata de la solicitud de difusión de una campaña, sino la solicitud de la realización de diversos eventos a través de Facebook, lo cual no es materia del presente acuerdo.	
Jefatura de Biblioteca Municipal, “ Fomento a la lectura con la población del Municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo ”, con vigencia del 01 de abril al 06 de junio.	Campaña permanente de donación de libros.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino tarjetas y banners informativos.	
Jefatura de Biblioteca Municipal, “ Fomento a la lectura con la población del Municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo ”, con vigencia del 01 de abril al 06 de junio.	Encuentro de Escritores Tulancinguenses.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino banners, lonas y redes sociales.	

⁹⁴ Al respecto, la Sala Superior estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante un periodo de prohibición; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electivos y consultivos.

Jefatura de Biblioteca Municipal, “ Fomento a la lectura con la población del Municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo ”, con vigencia del 01 de abril al 06 de junio.	Cápsulas virtuales, a través de Facebook, para elaborar manualidades y fomentar la lectura.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión sino redes sociales.	
Jefatura de Biblioteca Municipal, “ Fomento a la lectura con la población del Municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo ”, con vigencia del 01 de abril al 06 de junio.	Gaceta literaria virtual “Tollantzinco”, con reseñas literarias del acervo bibliográfico de las estanterías.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino la página web de la presidencia municipal.	
Jefatura de Biblioteca Municipal, “ Fomento a la lectura con la población del Municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo ”, con vigencia del 01 de abril al 06 de junio.	Podcast literario, a través de la plataforma Spotify, para difundir la historia y vida de diversos autores, así como su obra.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente. Del formato se desprende que no se trata de la solicitud de difusión de una campaña, sino la solicitud de la realización de diversos eventos a través de Spotify, lo cual no es materia del presente acuerdo.	
Jefatura de Biblioteca Municipal, “ Fomento a la lectura con la población del Municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo ”, con vigencia del 01 de abril al 06 de junio.	Lee, imagina y avanza con escolares, una hora de lectura para fomentar el hábito.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente. Del formato se desprende que no se trata de la solicitud de difusión de una campaña, sino la solicitud de la realización de diversos eventos a través de sesiones virtuales o presenciales, lo cual no es materia del presente acuerdo.	
Instancia Municipal de la Juventud, “ Por un joven con ganas de emprender 2022 ”, con vigencia del 07 de febrero al 15 de diciembre.	Apoyar a los jóvenes para que aprendan un oficio y obtengan herramientas que mejoren su calidad de vida.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Procedente: La Constitución establece en el artículo 123 el derecho de toda persona al trabajo digno y socialmente útil. En ese sentido, esta campaña tiene el objetivo primordial de capacitar a jóvenes con el fin de que puedan emprender y/o mejorar su forma de trabajo, generando con ello a su vez un crecimiento económico en la región, por lo que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales.	INE/CG334/2021.

Instancia Municipal de la Juventud, “Bolsa de trabajo para jóvenes”, con vigencia del 02 de mayo al 15 de diciembre.	Acercar a los jóvenes a empresas en las que puedan desempeñar actividades laborales, así como dar capacitaciones a los establecimientos para mejorar su desempeño.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Procedente. La campaña está vinculada al concepto de educación. 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. En ese sentido, dar a conocer a la ciudadanía los servicios de bolsa de trabajo puede difundirse, ya que según el formulario sólo constituye información sobre empleos disponibles en el municipio lo cual es un servicio a la comunidad. 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/2017.⁹⁵	
Instancia Municipal de la Juventud, “Jóvenes dando color a la vialidad”, con vigencia del 12 de marzo al 15 de diciembre.	Convocar a los jóvenes para pintar y limpiar espacios públicos, mejorando sus condiciones y concientizando a la población de la importancia del cuidado de éstos.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Procedente. La campaña está orientada a construir una cultura de espacios públicos seguros, para las actividades diarias y de recreación, encaminada a prevenir situaciones de riesgo y mejorar la calidad de vida de la población. Se trata de un programa que fomenta el desarrollo de la cultura.	INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022.
Secretaría de Fomento Económico, “Promoción del empleo formal”, con vigencia permanente.	Vincular a la población con las vacantes de empleo formal, así como orientarla para que desarrolle una entrevista de trabajo óptima, con el objetivo de incrementar la ocupación de la población económicamente activa.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Procedente. La campaña está vinculada al concepto de educación. La Información pública de carácter institucional es aquella que versa sobre servicios que presta el gobierno en ejercicio de sus funciones, así como de temas de interés general, a través de los cuales se proporcionan a la ciudadanía herramientas para que tenga conocimiento de los trámites y requisitos que debe realizar. En ese sentido, dar a conocer a la ciudadanía los servicios de bolsa de trabajo puede difundirse, ya que según el formulario sólo constituye información sobre empleos disponibles en el municipio lo cual es un servicio a la comunidad. 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/2017.⁹⁶	INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022.

⁹⁵ 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.

⁹⁶ Ídem

Secretaría del Campo, “Incubadoras en el sector avícola” , con vigencia de marzo a diciembre.	Capacitar a los productores avícolas para que mejoren y agilicen su producción, así como desarrollar su interés en la producción avícola para el autoconsumo.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Procedente. Los artículos 3, fracción XI, 162 y 163 de la Ley General de Salud, disponen que es materia de salubridad general la educación para la salud, y que el derecho a la protección de ésta tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. Es por esto, que cobra gran importancia incentivar la capacitación de productores avícolas para mejorar su producción y que permita garantizar la calidad de los productos para el consumo humano, asimismo, es de gran importancia incentivar el autoconsumo. Dicho lo anterior, la campaña que se solicita exceptuar está relacionada con la sanidad de los alimentos, la cual está orientada a un tema prioritario de salud pública, que es el combate a la presencia de enfermedades.	INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021.
Secretaría del Campo, “Cursos de parcelas demostrativas” , con vigencia de marzo a diciembre.	Capacitar a los productores agrícolas para tratar de manera correcta la tierra, antes y durante la siembra, y para prevenir el crecimiento de la plántula, con el objetivo de obtener una mejor cosecha.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Procedente. Los artículos 3, fracción XI, 162 y 163 de la Ley General de Salud, disponen que es materia de salubridad general la educación para la salud, y que el derecho a la protección de ésta tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. Es por esto, que al igual que la campaña anterior, cobra gran importancia incentivar la capacitación de productores agrícolas para mejorar su producción y que permita garantizar la calidad de los productos para el consumo humano. Dicho lo anterior, la campaña que se solicita exceptuar está relacionada con la sanidad de los alimentos, la cual está orientada a un tema prioritario de salud pública.	
Secretaría del Campo, “Programa de herramientas agrícolas” , con vigencia de febrero a diciembre.	Ofrecer al sector agropecuario paquetes de herramientas agrícolas con el 30% de descuento.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente. La difusión del programa no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá de ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún beneficio directo de un sector en específico de la población, como es el caso de esta campaña, con el descuento que se ofrece. ⁹⁷	

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

Secretaría del Campo, “Mejorando la vivienda” , con vigencia de febrero a diciembre.	Ofrecer calentadores solares y tinacos a bajo costo, con el objetivo de mejorar la calidad de las viviendas de la población.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que fomenta la adquisición de calentadores solares y tinacos para mejorar las viviendas, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá de ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún beneficio directo de un sector en específico de la población, como es el caso de esta campaña. ⁹⁸	INE/CG43/2022.
Secretaría del Campo, “Programa de kilo por kilo de la SEDAGRO” , con vigencia de marzo a julio.	Entregar semillas de avena, cebada y maíz gratuitas, con la finalidad de incrementar la producción de granos básicos y forrajes.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente. Esta campaña no cumple con los criterios de generalidad y necesidad, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no en algún beneficio directo de un sector en específico de la población, como es el caso de esta campaña con la difusión de la entrega de semillas de avena, cebada y maíz. ⁹⁹	INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022.
Secretaría del Campo, “Programa de entrega de fertilizante” , con vigencia de marzo a agosto.	Entregar fertilizante gratuito a los productores agropecuarios, con la finalidad de mejorar los suelos y obtener mayores rendimientos y rentabilidad en la producción agrícola.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente. Esta campaña no cumple con los criterios de generalidad y necesidad, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no en algún beneficio directo de un sector en específico de la población, como es el caso de esta campaña con la difusión de la entrega de fertilizante. ¹⁰⁰	
Secretaría del Campo, “Programa rollo por rollo” , con vigencia de marzo a septiembre.	Entregar de manera gratuita el 50 % de alambre de púas por cada hectárea al sector agropecuario, para delimitar los terrenos o parcelas de los productores.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente. Esta campaña no cumple con los criterios de generalidad y necesidad, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no en algún beneficio directo de un sector en específico de la población, como es el caso de esta campaña con la difusión de la entrega de alambre de púas. ¹⁰¹	

⁹⁸ Ídem.

⁹⁹ Ídem.

¹⁰⁰ Ídem.

¹⁰¹ Ídem.

Secretaría del Campo, "Fomento a la productividad acuícola y pesquera, donación de crías de peces" , con vigencia de marzo a septiembre.	Donar crías de peces, para la producción de alimento de origen acuícola, a granjas en operación y de nueva creación, así como de cuerpos de agua viables de siembra.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente. Esta campaña no cumple con los criterios de generalidad y necesidad, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no en algún beneficio directo de un sector en específico de la población, como es el caso de esta campaña con la difusión de la donación de crías de peces. ¹⁰²	
Secretaría del Campo, "Entrega de vientres ovinos" , con vigencia de marzo a septiembre.	Entregar hatos de 5 vientres ovinos gratuitos a los pequeños ovinocultores, con el objetivo de incrementar el inventario ganadero y la producción de carne ovina, así como de mejorar el ingreso de los ovinocultores y sus familias.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente. Esta campaña no cumple con los criterios de generalidad y necesidad, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no en algún beneficio directo de un sector en específico de la población, como es el caso de esta campaña con la difusión de la entrega gratuita de hatos de vientres ovinos. ¹⁰³	
Secretaría del Campo, "Entrega de aves de postura" , con vigencia de marzo a septiembre.	Entregar de manera gratuita proteína de origen animal (huevo y carne), así como mejorar los ingresos de los productores y sus familias por la venta de excedentes, con la finalidad de reducir la pobreza alimentaria.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente. Si bien el programa guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de un programa social de entrega de insumos alimentarios, la difusión de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso. ¹⁰⁴	
Secretaría del Campo, "Entrega de árboles frutales, café y maguey" , con vigencia de marzo a septiembre.	Dotar gratuitamente de árboles frutales, café y maguey a los productores agropecuarios, para la creación de huertos productivos y la obtención de recursos primarios.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de educación, ya que se trata de la difusión de un programa social que proporciona árboles frutales, café y maguey para generar una nueva cultura de sustentabilidad y auto cultivo, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso. ¹⁰⁵	INE/CG334/2021.

102 Ídem.

103 Ídem.

104 Ídem.

105 Ídem

Secretaría del Campo, "Entrega de paquetes de conejos" , con vigencia de marzo a septiembre.	Donar gratuitamente conejos con el objetivo de reducir la pobreza alimentaria a través del aporte de proteína de origen animal, así como mejorar los ingresos de los productores y sus familias por la venta de excedentes.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente. Si bien el programa guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de un programa social de entrega de insumos alimentarios, la difusión de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso. ¹⁰⁶	
Secretaría del Campo, "Repoblamiento de ganado lechero con semen sexado" , con vigencia de marzo a septiembre.	Incrementar el hato lechero con la finalidad de aumentar la producción de leche en el estado, apoyo a los productores de ganado bovino.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente. Si bien el programa guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de un programa social de entrega de insumos alimentarios, la difusión de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso. ¹⁰⁷	
Secretaría del Campo, "Talleres de capacitación" , con vigencia de marzo a diciembre.	Capacitar a la ciudadanía que dispone de materia prima, para transformarla y crear productos derivados de ésta, con la finalidad de fomentar su desarrollo educativo, económico y social.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña relativa a impartir talleres de capacitación que coadyuven a desarrollar conocimientos que puedan ayudar a un mejor emprendimiento laboral	INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022.
Secretaría del Campo, "Enlace de Ventanilla Itinerante SINIIGA" , con vigencia de febrero a diciembre.	Difusión de la ventanilla de enlace para brindar atención a los productores pecuarios del municipio, para agilizar los trámites.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Procedente. La campaña está vinculada al concepto de educación y pretende orientar a la población sobre la ventanilla donde los productores pecuarios podrán llevar a cabo los trámites y servicios que presta el gobierno en ejercicio de sus funciones. En ese sentido, se considera que es información pública de carácter institucional, útil y necesaria para realizar los trámites correspondientes, que puede ser difundida durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral. Ahora bien, resulta importante subrayar que la campaña deberá cumplir con lo establecido por la Sala Superior en la tesis XIII/2017. ¹⁰⁸	INE/CG431/2021 e INE/CG43/2022.

¹⁰⁶ Ídem.¹⁰⁷ Ídem.¹⁰⁸ 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.

Secretaría de Servicios Municipales, "Campañas sociales '¡Se te cayó!' y 'Yo limpio, tú limpias, todos limpiamos'" , con vigencia del 01 de abril al 07 de junio.	Realizar actividades de concientización de la importancia de mantener las calles limpias y convocatoria para mejorar la imagen vial limpiando las calles en conjunto con la ciudadanía.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a concientizar e incentivar la cultura ambiental. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional, ya que incentiva la limpieza de los alrededores de la población.	
Secretaría de Servicios Municipales, "Embelllecimiento de los diferentes parques y jardines del municipio" , con vigencia del 01 de abril al 07 de junio.	Realizar actividades de concientización de la importancia de mantener cuidado las áreas verdes y convocatoria para mejorar el cuidado y buena estado de estas en conjunto con la ciudadanía,	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Procedente. Al igual que la campaña anterior, la Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a concientizar e incentivar la cultura ambiental. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional, ya que incentiva la limpieza de las áreas verdes del municipio.	
Centro Especializado en Atención a Víctimas de Violencia Intra Familiar, "Programa CEAVIF avanza a tu comunidad" , con vigencia del 25 de febrero al 25 de mayo.	Dar a conocer los tipos de violencia, sensibilizar a la ciudadanía para su prevención y erradicación, así como brindar asesoría de profesionales.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Procedente. La campaña tiene como objetivo reducir y prevenir la violencia de género. Sobre lo señalado, este Órgano estima oportuno recordar que en años anteriores se han exceptuado campañas similares por vincularse con un tema de educación precisamente por la prevención y erradicación de la violencia contra la mujer, por lo que se estima procedente exceptuar la campaña.	INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG431/2021 e INE/CG43/2022.
Centro Especializado en Atención a Víctimas de Violencia Intra Familiar, "Atenciones jurídicas y psicológicas" , con vigencia del 04 de febrero al 07 de mayo.	Divulgar los servicios de asesoría jurídica y psicológica a mujeres y hombres víctimas de violencia familiar.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Procedente. La campaña tiene como objetivo divulgar los servicios que tienen al alcance las mujeres y hombres que requieran de atención psicológica o legal, ante cualquier emergencia relacionada con violencia de género. Sobre lo señalado, este Órgano estima oportuno recordar que en años anteriores se han exceptuado campañas similares por vincularse con un tema de educación precisamente por la prevención y erradicación de la violencia contra la mujer, por lo que se estima procedente exceptuar la campaña.	INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG431/2021 e INE/CG43/2022.

Centro Especializado en Atención a Víctimas de Violencia Intra Familiar, "Torneos mixtos de fútbol" , con vigencia del 04 de febrero al 07 de junio.	Generar una convivencia con gente externa a la familia de la persona que sufre violencia, a través del torneo de fútbol, para empezar a sanar el tejido social.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente. De acuerdo con lo establecido en el formulario, la solicitud no se refiere a una campaña gubernamental sino al ejercicio de las obligaciones y facultades del Centro Especializado en Atención a Víctimas de Violencia Intra Familiar, a fin de realizar torneos de fútbol.	
Dirección Municipal del INAPAM, "Campaña de credencialización INAPAM cerca de ti" , con vigencia del 01 de febrero al 15 de diciembre de 2021. ¹⁰⁹	Difundir la campaña de credencialización para que las personas mayores de 60 años tramiten su credencial del INAPAM.	No agrega.	Procedente. La campaña está vinculada al concepto de educación, 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. En ese sentido, dar a conocer a la ciudadanía donde y como puede realizar su trámite de credencialización de la tarjeta del INAPAM puede difundirse, ya que según el formulario sólo constituye información sobre tramites a realizar. 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. ¹¹⁰	INE/CG334/2021.
Dirección Centros de Desarrollo Comunitario, "Inauguración de cursos y talleres de capacitación para el auto empleo" , con vigencia del 16 de febrero al 01 de junio.	Informar a la ciudadanía sobre los cursos y actividades que se llevan a cabo en el centro para capacitar y empoderar a la gente en aspectos básicos para su desarrollo integral como la salud, educación no formal, cultura, recreación, deporte, capacitación para el trabajo y fomento de proyectos productivos.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña relativa a impartir cursos y actividades que coadyuven a la población en busca de trabajo para que desarrollen conocimientos que les puedan ayudar a encontrar un buen empleo. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022.

¹⁰⁹ Esta autoridad considera que se incurrió en un *lapsus calami* en las fechas de inicio y término de las transmisiones, toda vez que la solicitud es relativa a la propaganda gubernamental para el actual proceso electoral local.

¹¹⁰ 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.

Secretaría de Desarrollo Humano y Social, “ Salud a tu Alcance ”, con vigencia del 18 de febrero al 07 de junio.	Brindar atención médica integral a la ciudadanía en general, acercando los servicios de salud a personas vulnerables. Asimismo, dotar de apoyos funcionales, tales como sillas de ruedas, muletas, bastones, andaderas, lentes y, en caso de ser necesario, desparas.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente. Si bien el programa guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de un programa social de entrega de insumos alimentarios y médicos a familias vulnerables, la difusión de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso. ¹¹¹	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG1644/2021 e INE/CG43/2022.
Dirección de Sanidad Municipal, “ Campaña de vacunación antirrábica ”, con vigencia del 01 de marzo al 31 de mayo.	Informar sobre la campaña de vacunación antirrábica para perros y gatos.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Procedente. Esta campaña se considera dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales, debido a que se encuentra relacionada con el derecho a la protección de la salud del que todo mexicano goza. Lo anterior, ya que la campaña pretende la vacunación d perros y gatos, así como la propagación de enfermedades.	INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022.
Dirección de Sanidad Municipal, “ Campaña contra la obesidad ”, con vigencia del 01 al 30 de abril.	Se ofrece apoyo con especialistas para la prevención de enfermedades y atención médica nutricional al personal de la Presidencia Municipal de Tulancingo.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente. Si bien el programa guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de un programa social para ayudar a los empleados de la Presidencia Municipal a luchar contra la obesidad, la difusión de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso. ¹¹²	

¹¹¹ Al respecto, la Sala Superior estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

¹¹² Ídem.

Dirección de Sanidad Municipal, “ Campaña masiva de esterilizaciones y adopciones por una segunda oportunidad Tulancingo Avanza ”, con vigencia del 01 al 31 de mayo.	Informar sobre la campaña de esterilizaciones para perros y gatos gratuitas, así como de las campañas de adopción.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	La presente campaña, es improcedente porque si bien las esterilizaciones de perros y gatos, así como las adopciones guardan relación con el concepto de salud, ya que se trata de controlar la población de estos, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso. ¹¹³	INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021
Centro Especializado en Atención a Víctimas de Violencia Intra Familiar, “ Campaña de prevención de violencia con talleres, conferencias y weribars, presenciales y virtuales ”, con vigencia del 02 de febrero al 07 de junio.	Sensibilizar a la población sobre las afecciones que sufre la familia en un entorno en el que predomina la violencia, así como fomentar la equidad de género para alcanzar la igualdad y el desarrollo integral de una sociedad.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino medios digitales.	
Comisión de Agua y Alcantarillado, “ Carrera por el 30 Aniversario de la creación de la CAAMT ”, con vigencia del 01 al 12 de abril.	Invitar a la ciudadanía a participar en la carrera de recoger basura de calles, ríos canales y alcantarillas de la ciudad para fomentar una buena cultura del agua y cuidado del medio ambiente.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas al cuidado y buen uso del agua y la importancia de vivir en un ambiente limpio, ya que estas actividades corresponden a la educación informal y contribuyen a generar y/o modificar hábitos y patrones de conducta en beneficio de la salud de la ciudadanía.	CG75-2012, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022.

¹¹³ Ídem.

Comisión de Agua y Alcantarillado, “Tulancingo preventivo 2022” , con vigencia del 07 de febrero al 03 de junio.	Informar a la población sobre la limpieza y desazolve de los ríos y drenes del municipio, para que tenga sus precauciones viales.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Procedente. La campaña está vinculada al concepto de educación, 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, así como tener información útil de lo que ocurre en su comunidad. En ese sentido, dar a conocer a la ciudadanía donde y cuando se realizarán trabajos de desazolve con maquinaria pesada puede difundirse, ya que según el formulario sólo constituye información útil con la finalidad de evitar accidentes viales. 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. ¹¹⁴	
Comisión de Agua y Alcantarillado, “Cultura del agua” , con vigencia del 07 de febrero al 03 de junio.	Difundir y promover la importancia de la cultura del agua y de su buen uso, así como información relativa a la cloración, reutilización y correcto almacenamiento.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, solo redes sociales.	CG75-2012, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022.

¹¹⁴ 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.

Comisión de Agua y Alcantarillado, “Avisos a la ciudadanía en caso de emergencias hidráulicas” , con vigencia del 09 de febrero al 06 de junio.	Avisar a la ciudadanía sobre la falta del servicio de agua por labores de reparación, mantenimiento, fugas o falta de energía eléctrica en los pozos de la ciudad.	Artículo 134, párrafos séptimo y octavo de la CPEUM, así como artículo 7, numeral 7 del Reglamento de la Materia.	Procedente. La presente campaña es información pública de carácter institucional pues informa sobre incidencias en el servicio del agua que presta el municipio, por tanto, se trata de información de interés general. En ese sentido, dar a conocer a la ciudadanía donde y cuando se realizaran trabajos de mantenimiento, fugas o falta del servicio puede difundirse, 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. ¹¹⁵	INE/CG172/2018, INE/CG334/2021 INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022.
--	--	---	---	--

34. Ayuntamiento de Tampico, Tamaulipas.

¹¹⁵ Ídem.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Paga a tiempo y sigamos construyendo un Tampico saludable”, con vigencia del 03 de abril al 05 de junio.	Difundir entre la población del municipio de Tampico la campaña para el pago del impuesto predial con el incentivo del 5% de bonificación.	Artículos 41, Base III, Apartado C, segundo párrafo y 134, párrafo octavo de la CPEUM; y 2 del Código de Procedimientos Electorales.	Improcedente. La campaña no se relaciona con algún concepto de excepción a la difusión de propaganda gubernamental durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral. ¹¹⁶ En este sentido, su difusión no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso.	INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022
“Pon atención al ómicron”, con vigencia del 03 de abril al 05 de junio.	Difundir las medidas de prevención para detener el incremento de contagios por COVID-19.	Artículos 41, Base III, Apartado C, segundo párrafo y 134, párrafo octavo de la CPEUM; y 2 del Código de Procedimientos Electorales.	Procedente. La campaña tiene como finalidad informar a la población sobre las medidas de seguridad ante la presencia del virus por COVID-19. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la protección de la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental, por su vinculación directa con el concepto de salud.	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021 e INE/CG43/2022.
“Haz lo tuyo, mientras tanto síguete cuidando”, con vigencia del 03 de abril al 05 de junio.	Difundir las medidas de protección sanitaria por COVID-19, ante el retorno a las actividades cotidianas.	Artículos 41, Base III, Apartado C, segundo párrafo y 134, párrafo octavo de la CPEUM; y 2 del Código de Procedimientos Electorales.	Procedente. Al igual que la campaña anterior, tiene como finalidad informar a la población sobre las medidas de seguridad ante la presencia del virus por COVID-19. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la protección de la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental, por su vinculación directa con el concepto de salud.	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021 e INE/CG43/2022.

¹¹⁶ Resulta impropio subrayar que, no obstante que en el formulario se argumenta que la finalidad de la bonificación del 5% es para incentivar el pago de las obligaciones fiscales, en este caso, el incentivo es mediante la obtención de un beneficio directo por cumplir la Ley a la que ya se está obligado en primera instancia, por tanto, el contenido de la campaña no abona a crear una cultura contributiva a raíz de la formación cívica, la concientización que se debe tener acerca de que el gasto público se destina a cubrir aquellas necesidades de la sociedad de interés público y no crea una cultura de solidaridad en el cumplimiento voluntario y oportuno de las obligaciones fiscales, si no por el contrario, es incentivar el cumplimiento de las cargas tributarias en aquellos ciudadanos que se encuentran en un incumplimiento a través de la obtención de un beneficio directo.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Al COVID lo expulsamos todos”, con vigencia del 03 de abril al 05 de junio.	Difundir las medidas de prevención para detener el incremento de contagios por COVID-19, ante el retorno a clases.	Artículos 41, Base III, Apartado C, segundo párrafo y 134, párrafo octavo de la CPEUM; y 2 del Código de Procedimientos Electorales.	Procedente. Al igual que la campaña anterior, tiene como finalidad informar a la población sobre las medidas de seguridad ante la presencia del virus por COVID-19. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la protección de la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental, por su vinculación directa con el concepto de salud.	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021 e INE/CG43/2022.

35. Dependencias del Gobierno del estado de Durango.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Dirección de Comunicación Social, "Campaña, Captación de Alumnos", con vigencia, del 11 de abril al 06 de junio	Informar a los egresados de nivel medio superior, sobre las opciones y trámites de las instituciones de nivel superior en el Estado, a fin de que conozcan las opciones que tienen para estudiar una carrera profesional.	No agrega	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas que tienen como finalidad coadyuvar a que los jóvenes tomen la mejor decisión sobre qué estudiar y qué sistema elegir, conozcan la mecánica de ingreso a la universidad a la que les gustaría asistir, fechas de exámenes, requisitos, etc.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021
Dirección de Comunicación Social, "Cirugía extramuros", con vigencia, del 11 de abril al 06 de junio	Realizar operaciones de oftalmología durante todo el año a personas que lo necesiten en condición vulnerable, lo que contribuye a mejorar la salud y la calidad de vida de personas en situación de vulnerabilidad.	No agrega	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que realiza cirugías oftalmológicas a personas vulnerables, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso. ¹¹⁷	INE/CG334/2021 ¹¹⁸ e INE/CG626/2021 ¹¹⁹
Dirección de Comunicación Social, "Entrega de pañales", con vigencia del 11 de abril al 06 de junio	Apoyar a la economía de las personas de escasos recursos, a fin de que tengan una mejor condición de salud y una calidad de vida más digna entregando pañales a personas adultas y padres y madres adolescentes.	No agrega	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que proporciona pañales, 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 deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso. ¹²⁰	

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

¹¹⁸ Dirección de Sanidad Municipal del Municipio de Tulancingo de Bravo, con la campaña: "Campaña permanente de cirugía de cataratas".

¹¹⁹ Sistema DIF Municipal de Tulancingo de Bravo, con la campaña: "Jornadas Médicas".

¹²⁰ Ídem.

Dirección de Comunicación Social, “ Campaña de Equidad de Género ”, con vigencia del 11 de abril al 06 de junio	Fomentar el pleno desarrollo y empoderamiento de las mujeres para el acceso a la justicia	No agrega	Procedente. La campaña tiene como objetivo generar acciones con perspectiva de género, por lo que, se estima oportuno recordar que en años anteriores se han exceptuado campañas similares por vincularse con un tema de educación precisamente por la prevención y erradicación de la violencia contra la mujer, en ese sentido, se estima pertinente exceptuar la campaña.	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG431/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022 ¹²¹
Dirección de Comunicación Social, “ Campaña de Bienestar nutricional, físico y de salud ”, con vigencia del 11 de abril al 06 de junio	Brindar orientación a personas vulnerables, sobre programas de asistencia alimentaria a fin de que puedan recibir apoyo alimentario básico.	No agrega	Improcedente: Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que ofrece alimentos a personas vulnerables y da orientación sobre el tema, la promoción de la misma no cumple con los criterios de generalidad y necesidad, ya que no se justifica su difusión durante la campaña, periodo de reflexión y jornada electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso. ¹²²	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022
Dirección de Comunicación Social, “ Campaña contingencias y desastres naturales ”, con vigencia, del 11 de abril al 06 de junio	Llevar abrigo y alimento a personas afectadas por contingencias climáticas o en situación de vulnerabilidad.	No agrega	Procedente. Se adecua a las circunstancias del concepto de excepción que implica la protección civil, el cual se identifica con la organización y coordinación de las dependencias, organismos, personas, acciones y recursos, con base en la identificación de riesgos, disponibilidad de recursos materiales y humanos, preparación de la comunidad y capacidad de respuesta local. La atención a las contingencias y desastres naturales se establece como parte de la necesidad de atender al concepto de protección civil que se encuentra vinculado a lo establecido en la Constitución.	

¹²¹ Ayuntamiento de Jesús María, Instancia Municipal de la Mujer, con las campañas: “Asesoría jurídica, así como atención, prevención y erradicación de la violencia contra las mujeres”, “Curso, actividades y talleres de computación / Mujeres retos y oportunidades en la red / Yo emprendo, mujer, por mí, por ellas”; Agenda Digital del Gobierno de Puebla: “Seguridad para las mujeres”.

¹²² Al respecto, la Sala Superior estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

Dirección de Comunicación Social, "Campaña reunión nacional de academias 2022", con vigencia, del 11 de abril al 06 de junio	Difusión de la próxima realización del evento "Reunión Nacional de Academias 2022" que tiene la finalidad de generar un espacio de aprendizaje y reflexión entre los agentes académicos del subsistema CECyTE, acerca del modelo de la nueva escuela mexicana.	No agrega	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña relativa a mejorar la calidad educativa, motivando la capacitación y actualización permanente de los docentes. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación, ya que permite el intercambio de conocimiento para actualizar el modelo de educación y mejorar los resultados académicos de los alumnos, por lo que se considera como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional. No obstante, la procedencia de su difusión, el evento se llevará a cabo los días 2, 3 y 4 de mayo, por lo que, este Consejo General solo autoriza su difusión hasta el 4 de mayo pues, toda propaganda gubernamental solo se debe difundir durante este periodo de prohibición durante el tiempo estrictamente necesario para cumplir con su objetivo.	INE/CG78/2016, INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022 ¹²³
Dirección de Comunicación Social, "Campaña Prevención del delito", con vigencia, del 11 de abril al 06 de junio	Brindar asesoría y concientizar a la población sobre algunas recomendaciones para proteger su integridad personal y sus bienes para evitar la comisión de delitos.	No agrega	Procedente. Esta autoridad considera que la campaña señalada está encaminada a brindar seguridad pública a la población, pues busca informar y prevenir la comisión de algún delito, por lo que, puede ser considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones, que en materia de propaganda gubernamental establece la CPEUM al coadyuvar con el combate a la delincuencia.	INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022 ¹²⁴

¹²³ Ayuntamiento de Papantla, Veracruz, Dirección de Fomento Educativo, con la campaña: "Capacitación a docentes en el diseño de estrategias para el desarrollo integral del alumno".

¹²⁴ Ayuntamiento de Santiago Tulantepec de Lugo Guerrero, Hidalgo, con la campaña: "Prevención del delito"; Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes, con la campaña: "Prevención del delito".

Dirección de Comunicación Social, "Campaña Inscripción a programas sociales", con vigencia, del 11 de abril al 06 de junio	Informar sobre los <u>requisitos</u> para acceder a programas sociales como apoyo a tu gasto, mejoramiento de vivienda y equipamiento doméstico	No agrega	Procedente: La campaña está vinculada al concepto de educación y pretende dar a conocer a la población información pública de carácter institucional, ¹²⁵ por lo que su difusión se encuentra permitida durante la campaña y veda electoral siempre que no se trate de publicidad ni propaganda gubernamental, no haga referencia a alguna candidatura o partido político, no promocióne a algún funcionario público o logro de gobierno, ni contenga propaganda en la que se realicen expresiones de naturaleza político electoral. Lo anterior, en atención a lo establecido por la Sala Superior en la Tesis XIII/2017, ya que este tipo campañas constituye información sobre temáticas relacionadas con trámites administrativos y servicios a la comunidad.	
Dirección de Comunicación Social, "Campaña Pago de contribuciones", con vigencia, del 11 de abril al 06 de junio	Regularizar el pago de los derechos vehiculares, apoyando la economía familiar al mejorar las condiciones de pago, a través de programas como "ponte a mano" y "borrón y cuenta nueva"	No agrega	Improcedente. La campaña no se relaciona con algún concepto de excepción a la difusión de propaganda gubernamental durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral. ¹²⁶ En ese sentido, su difusión no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso.	INE/CG431/2021 e INE/CG43/2022

¹²⁵ 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.

¹²⁶ Resulta importe subrayar, que no obstante que en el formulario se argumenta que la finalidad de la condonación de recargos y multas es para incentivar el pago de las obligaciones fiscales, en este caso, el incentivo es mediante la obtención de un beneficio directo por cumplir la Ley a la que ya se está obligado en primera instancia, por tanto, el contenido de la campaña no abona a crear una cultura contributiva a raíz de la formación cívica, la concientización que se debe tener acerca de que el gasto público se destina a cubrir aquellas necesidades de la sociedad de interés público y no crea una cultura de solidaridad en el cumplimiento voluntario y oportuno de las obligaciones fiscales, si no por el contrario, es incentivar el cumplimiento de las cargas tributarias en aquellos ciudadanos que se encuentran en un incumplimiento a través de la obtención de un beneficio directo.

Dirección de Comunicación Social, “Campaña Contingencia sanitaria”, con vigencia, del 11 de abril al 06 de junio	Informar a la población sobre las decisiones, condiciones y cambios en los protocolos ante la pandemia por Covid-19 y que permitan disminuir los contagios y fallecimientos a causa de este virus.	No agrega	Procedente. La campaña tiene como finalidad concientizar a la población sobre mantener las medidas sanitarias por COVID-19, cuestión que determina las medidas y protocolos de salud y protección civil que las autoridades estiman se deben aplicar. El artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante el proceso de Revocación de Mandato, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.	INE/CG109/2021 INE/CG334/2021, INE/CG431/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022¹²⁷
Dirección de Comunicación Social, “Campaña difusión de derechos de trabajadoras domésticas”, con vigencia del 11 de abril al 06 de junio	Tiene como finalidad informar sobre fechas, requisitos y beneficios para que los patronos y trabajadoras domésticas conozcan los beneficios y cumplimiento de obligaciones relacionadas con el registro de seguridad social de este tipo de trabajadoras.	No agrega	Procedente: La campaña está vinculada al concepto de educación, pretende dar a conocer a la población información pública de carácter institucional,¹²⁸ por lo que su difusión se encuentra permitida durante la campaña y veda electoral siempre que no se trate de publicidad ni propaganda gubernamental, no haga referencia a alguna candidatura o partido político, no promocióne a algún funcionario público o logro de gobierno, ni contenga propaganda en la que se realicen expresiones de naturaleza político electoral. Lo anterior, en atención a lo establecido por la Sala Superior en la Tesis XIII/2017, ya que este tipo campañas constituye información sobre temáticas relacionadas con trámites administrativos y servicios a la comunidad.	

¹²⁷ “Tlalpan se protege”, “Medidas preventivas COVID”, “Medidas preventivas COVID-19”, “COVID-19: Diversas Atenciones por COVID-19”, “Prevención COVID.19”, “Semáforo COVID”, “La pandemia sigue”, “Acciones preventivas y ejecutivas de emergencia sanitaria 2021”.

¹²⁸ 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.

Dirección de Comunicación Social, "Campaña semana conmemorativa a la erradicación al trabajo infantil" , con vigencia del 11 de abril al 06 de junio	Informar y concientizar a la sociedad sobre el daño que provoca el trabajo infantil, así como fomentar su prevención.	No agrega	Procedente. Esta campaña está vinculada con el concepto de educación, ya que propone difundir acciones que prevengan y erradiquen el trabajo infantil, siendo un tema de gran importancia que cobra fundamento tanto en la Constitución como en Tratados Internacionales, y en diversas leyes de la materia, por lo que es resulta importante mantener abierto un canal informativo que coadyuve en la salvaguarda de los derechos humanos de la niñez. Así, esta campaña puede ser considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021 ¹²⁹
Dirección de Comunicación Social, "Campaña reconocimiento a empresas responsables contra el trabajo infantil" , con vigencia del 11 de abril al 06 de junio	Convocatoria emitida para empresarios del estado para reconocerlos como empresa socialmente responsable contra el trabajo infantil.	No agrega	Improcedente: La campaña no se relaciona con algún concepto de excepción a la difusión de propaganda gubernamental durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral. En ese sentido 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.	
Dirección de Comunicación Social, "Campaña Blindaje Electoral" , con vigencia del 11 de abril al 06 de junio	Prevenir faltas o violaciones a las leyes en materia electoral por parte de los funcionarios públicos del aparato estatal. Dar a conocer los Lineamientos del Blindaje Electoral con la finalidad de que los ciudadanos conozcan las razones por las que el poder ejecutivo no puede difundir sus logros y acciones.	No agrega	Improcedente. Si bien la campaña guarda cierta relación con el concepto de educación porque pretende informar a la población las razones jurídicas del porque no está permitida la difusión de propaganda gubernamental en este periodo, la campaña no cumple con los criterios de importancia y necesidad pues no se estima que tenga relevancia informar a la población sobre porque no se difunden logros, acciones y metas cumplidas por el Ejecutivo.	
Dirección de Comunicación Social, "Campaña Premio Honestidad en Corto, Novena Edición" , con vigencia del 11 de abril al 06 de junio	Crear un espacio de expresión para los jóvenes en temas de combate a la corrupción, por lo que se publica la convocatoria y resultados.	No agrega	Procedente. Esta campaña es acorde al concepto de educación, porque incentiva la participación de los jóvenes en el intercambio de conocimiento, además, impulsa a la ciudadanía a practicar la honestidad. Así, esta campaña puede ser considerada como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	INE/CG43/2022

¹²⁹ Secretaría de Trabajo, Previsión Social y Productividad del estado de Veracruz de Ignacio de la Llave, con la campaña: "Campaña permanente contra el trabajo infantil"; Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del estado de Oaxaca, con la campaña: "Explotación Laboral Infantil (rompe la cadena de trata)".

Dirección de Comunicación Social, "Campaña, Premio Nacional de Contraloría 2022 etapa estatal" , con vigencia del 11 de abril al 06 de junio	Impulsar y reconocer las acciones realizadas por los comités de contraloría social, así como aquellas iniciativas de ciudadanos que representen una innovación a los procesos de contraloría social, por lo que se publica la convocatoria y resultados.	No agrega	Procedente. La campaña está vinculada al concepto de educación y pretende dar a conocer a la población información pública de carácter institucional, ¹³⁰ por lo que su difusión se encuentra permitida durante la campaña y veda electoral siempre que no se trate de publicidad ni propaganda gubernamental, no haga referencia a alguna candidatura o partido político, no promocióne a algún funcionario público o logro de gobierno, ni contenga propaganda en la que se realicen expresiones de naturaleza político electoral. Lo anterior, en atención a lo establecido por la Sala Superior en la Tesis XIII/2017, ya que este tipo campañas constituye información sobre temáticas relacionadas con trámites administrativos y servicios a la comunidad.	
Dirección de Comunicación Social, "Campaña transparencia de entes públicos" , con vigencia del 11 de abril al 06 de junio	Dar a conocer las plataformas que los ciudadanos tienen a su disposición para solicitar información y a la vez, proteger sus datos personales	No agrega	Procedente. Tomando en cuenta que la Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, es que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a informar a la población sobre sus derechos humanos consagrados en la Norma Fundamental, como lo son el derecho de acceso a la información y el derecho a la protección de datos personales y la importancia y necesidad de ejercerlos para de tal manera lograr el ideal de una democracia participativa. Por tanto, la campaña debe ser considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	INE/CG334/2021 ¹³¹
Dirección de Comunicación Social, "Campaña, Declaraciones Patrimoniales 2022" , con vigencia, del 11 de abril al 06 de junio	Informar a los servidores públicos sobre el inicio del proceso para elaborar y presentar su declaración patrimonial 2022, en la modalidad de modificación	No agrega	Procedente. Esta campaña es acorde al concepto de educación, porque contribuye a la formación de la cultura de transparencia, rendición de cuentas y el combate a la corrupción. Además, la difusión de la referida campaña es importante y resulta necesaria para el Estado Mexicano, tomando en consideración que se trata de un esfuerzo de comunicación y no un programa de gobierno.	INE/CG334/2021 ^{132e} INE/CG43/2022 ¹³³

36. Gobierno del estado de Puebla.

¹³⁰ 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.

¹³¹ INAI: "Campaña institucional 2021. Versiones: spot 1 y spot 2".

¹³² Gobierno del estado de México, Secretaría de Contraloría con la campaña: "Declaración de Modificación Patrimonial, actualización de Declaración de Intereses y Constancia de presentación de Declaración Fiscal".

¹³³ Gobierno del estado de Veracruz, Coordinación General de Comunicación Social, con la campaña: "DeclaraVer".

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Coordinación General de Comunicación Social y Agenda Digital del Gobierno del estado de Puebla, “Promoción Turística”, con vigencia del 3 de abril al 5 de junio.	Informar sobre los servicios que en materia de turismo ofrece el estado de Puebla, las opciones con las que cuenta para disfrutar del patrimonio natural, histórico y cultural, al tiempo de impactar en el crecimiento económico y en el desarrollo sustentable.	Artículos 1, fracciones III y IV. 3. 6. 21. 31. Fracciones II, IV, VI y VIII de la Ley de Cultura del Estado de Puebla y 2, fracciones XIII, XIV y XV, 59, 60, 61, fracciones II, III, IV y VII, 63, 65 y 67 de la Ley de Turismo del Estado de Puebla.	Procedente: La Constitución concibe a la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura. Aunado a ello, se considera que la promoción de cualquier parte del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Asimismo, el artículo 4 de la Norma fundamental establece que los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida, costumbres y gastronomía, entre otros. En consecuencia, resulta evidente que la promoción del estado de Puebla se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer acerca de los servicios y opciones con las que cuenta en materia turística.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022
Coordinación General de Comunicación Social y Agenda Digital del Gobierno del estado de Puebla, “Fortalecimiento de la educación y la cultura”, con vigencia del 3 de abril al 5 de junio.	Garantizar el fortalecimiento de actividades educativas, culturales y de salud que coadyuven en la formación integral de la población y a su bienestar individual y social.	No agrega	Procedente: Debido a que por mandato constitucional toda persona goza del derecho a la protección de la salud, es importante difundir campañas que se encuentren vinculadas con el concepto de salud y educación, ya que se busca garantizar que la población pueda vivir en condiciones de bienestar con un sano desarrollo. Así, esta campaña debe ser considerada como parte de las excepciones a las prohibiciones de difundir propaganda gubernamental, ya que tiene como finalidad garantizar el fortalecimiento de actividades educativas, culturales y de salud que coadyuven en la formación integral de la población y a su bienestar individual y social.	CG75-201, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022
Coordinación General de Comunicación Social y Agenda Digital del Gobierno del estado de Puebla, “Conmemoración de la batalla de Puebla del 5 de mayo de 1862”, con vigencia del 3 de abril al 5 de junio.	Difundir las festividades conmemorativas de la Batalla del 5 de mayo de 1862, con la finalidad de reafirmar el sentimiento patriótico de las y los mexicanos ante la gesta histórica en la que se evoca la defensa y victoria del Ejército Mexicano.	No agrega	Procedente: En virtud del significado que el cinco de mayo tiene para la historia del país, y debido a que la difusión de la presente campaña se vincula con el concepto de educación, entendido como la formación integral del ser humano en una visión amplia de la comprensión histórica y cultural que tenemos como nación debe considerarse como parte de las excepciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	INE/CG78/2016

Coordinación General de Comunicación Social y Agenda Digital del Gobierno del estado de Puebla, “Promoción de la Feria de Puebla 2022”, con vigencia del 3 de abril al 5 de junio.	Difundir a nivel nacional e internacional las actividades artísticas, culturales y de entretenimiento programadas para la Feria de Puebla 2022, y con ello reactivar la economía.	Artículos 1, fracciones III y IV. 3. 6. 21. 31. Fracciones II, IV, VI y VIII de la Ley de Cultura del Estado de Puebla y 2, fracciones XIII, XIV y XV, 59, 60, 61, fracciones II, III, IV y VII, 63, 65 y 67 de la Ley de Turismo del Estado de Puebla.	Procedente: La Constitución concibe a la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura. Aunado a ello, se considera que la promoción de cualquier parte del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Asimismo, el artículo 4 de la Norma fundamental establece que los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida, costumbres y gastronomía, entre otros. En consecuencia, resulta evidente que la promoción del estado de Puebla se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer acerca de los servicios y opciones con las que cuenta en materia turística.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022
Coordinación General de Comunicación Social y Agenda Digital del Gobierno del estado de Puebla, “Cuidado del Medio Ambiente”, con vigencia del 3 de abril al 5 de junio.	Dar a conocer las medidas preventivas para cuidar el medio ambiente y sus especies, así como evitar altos índices de contaminación.	No agrega	Procedente: El artículo 4° Constitucional señala que, “Toda persona tiene derecho a un medio ambiente sano para su desarrollo y bienestar”. Así, dado que esta campaña busca dar a conocer las medidas preventivas para cuidar el medio ambiente y sus especies, así como evitar altos índices de contaminación, se vincula con el concepto integral de educación y se estima pertinente exceptuarla respecto de la prohibición de difundir propaganda gubernamental, ya que el cuidado del medio ambiente es una responsabilidad compartida, que requiere el involucramiento y apoyo de la ciudadanía.	INE/CG78/2016, INE/CG172/2018, INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022

37. Ayuntamiento de Ciudad Madero, Tamaulipas.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS ¹³⁴	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Gobierno Municipal de Ciudad Madero, "Campaña Prevención de la Salud", con vigencia del 07 de marzo al 08 de abril.	Informar a la población en general sobre medidas preventivas para evitar contagios por COVID-19.	Artículo 209, numeral 1 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.	Improcedente. Del formulario se desprende que la difusión no implica radio y televisión, se publicará a través de redes sociales, periódicos y flyers.	
Gobierno Municipal de Ciudad Madero, "Campaña Prevención de la Salud", con vigencia del 25 de abril al 03 de junio.	Informar a la población en general sobre medidas preventivas para evitar contagios por COVID-19 en escuelas y centros educativos	Artículo 209, numeral 1 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.	Improcedente. Del formulario se desprende que la difusión no implica radio y televisión, se publicará a través de redes sociales, periódicos y flyers.	
Gobierno Municipal de Ciudad Madero, "Campaña Prevención de la Salud", con vigencia del 04 de abril al 29 de abril.	Informar a la población en general sobre recomendaciones de seguridad y salud en zonas turísticas.	Artículo 209, numeral 1 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.	Improcedente. Del formulario se desprende que la difusión no implica radio y televisión, se publicará a través de redes sociales, periódicos y flyers.	

38. Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes

¹³⁴ Las siguientes campañas tienen el mismo nombre, sin embargo, su objeto y vigencia son distintos.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Departamento de Protección Civil, "Semana Santa" , con vigencia del 14 al 15 de abril.	Salvaguardar la vida ante cualquier accidente, informar a la población de los riesgos de introducirse a las presas, invitar a la población a verificar que las fogatas estén apagadas, y evitar contagio entre los residentes y visitantes, a través de acciones preventivas y medidas sanitarias, de manera coordinada con los tres órdenes de gobierno, para la semana santa 2022.	Artículo 1, fracción I, III y VIII, XI, XII, XXVI, XLII, XLVIII, XLIX, LII, LVIII, LIX, Artículo 4, 5, 13, 14, 15, 29, 32, 38, 39, 40 y 69 del Reglamento de Protección Civil del Municipio de Jesús María, Aguascalientes.	Procedente: La campaña guarda relación con el concepto de protección civil al difundir información atinente respecto de las medias de prevención entre residentes y turistas ante el periodo de semana santa. Por tanto, es adecuado exceptuar esta campaña de las prohibiciones de difundir propaganda gubernamental que impone el texto constitucional.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022
Departamento de Protección Civil, "Temporada de invierno" , con vigencia del 1 de mayo al 31 de agosto.	Fomentar una cultura de protección civil que permita difundir entre la población estrategias y acciones en la materia, para lograr su participación en la prevención y el correcto actuar ante la presencia del fenómeno hidrometeorológico invernal.	Artículo 1, fracción I, III y VIII, XI, XII, XXVI, XLII, XLVIII, XLIX, LII, LVIII, LIX, Artículo 4, 5, 13, 14, 15, 29, 32, 38, 39, 40 y 69 del Reglamento de Protección Civil del Municipio de Jesús María, Aguascalientes.	Improcedente: Si bien la campaña se relaciona con el concepto de protección civil, se considera que no cumple con el criterio de necesidad dado que su objetivo es que la ciudadanía sepa cómo actuar en la temporada invernal la cual se presenta en los meses de noviembre, diciembre, enero y febrero de cada año, en ese sentido las estrategias y acciones de protección civil que se planean difundir no se estima que se trate de información imprescindible para la ciudadanía en el periodo de prohibición, en virtud de que la siguiente temporada invernal se encuentra todavía muy lejana, por lo que dicha información puede darse a conocer validamente después de que celebre la jornada electoral respectiva.	
Secretaría de Desarrollo Social y Departamento de Apoyo a la Educación, "Demostración Brinca tu Cuerda, nivel educativo primaria" , con vigencia durante el 13 de mayo.	Llevar a cabo el evento anual que fomenta las actividades físicas y deportivas.	Artículos 8, fracción VIII y XI, 15, fracción III de la Ley de Educación del Estado de Aguascalientes.	Improcedente. No se trata de la solicitud de difusión de una campaña sino la solicitud de la realización de un evento, lo cual no es materia del presente acuerdo. En ese sentido, esta campaña forma parte de las excepciones a las prohibiciones de difundir propaganda gubernamental.	

39. Ayuntamiento de Alvarado, Veracruz.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Ayuntamiento de Alvarado, "Arroz a la tumbada más grande del mundo 2022" , con vigencia del 01 de mayo al 01 de junio.	Difundir y promover el turismo, a través del evento gastronómico y cultural, para así reactivar la economía local. Asimismo, se pretende divulgar las medidas de seguridad pública y protección civil entorno al evento.	Artículo 47, fracciones IV, XI y XII de la Ley 856 de Protección Civil y la Reducción de Riesgos y Desastres para el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave; artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave; artículo 4° de la CPEUM; artículos 34 y 35, fracciones II y XXV, inciso i) de La Ley Orgánica del Municipio Libre de Veracruz de Ignacio de la Llave.	Procedente. El artículo 3° de la Constitución señala que el Estado debe alentar el fortalecimiento y la difusión de nuestra cultura. Esta campaña tiene como objetivo difundir un evento cultural y buscar promover el turismo para reactivar la economía local, por lo que encuadra en el concepto de educación, ya que no solo abarca la educación formal, pues amplía su espectro del conocimiento social y cultural, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura. En ese sentido, esta campaña encuadra en las excepciones que emanan del texto constitucional sobre la prohibición de difundir propaganda gubernamental.	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG431/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022.
Ayuntamiento de Alvarado, "Cruces de mayo 2022-Tradición que nos identifica" , con vigencia del 29 de abril al 31 de mayo.	Difundir y promover el turismo, a través del evento cultural de las Cruces de Mayo, para así reactivar la economía local. Asimismo, se pretende divulgar las medidas de seguridad pública y protección civil entorno al evento.	Artículo 47, fracciones IV, XI y XII de la Ley 856 de Protección Civil y la Reducción de Riesgos y Desastres para el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave; artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave; artículo 4° de la CPEUM; artículos 34 y 35, fracciones II y XXV, inciso i) de La Ley Orgánica del Municipio Libre de Veracruz de Ignacio de la Llave.	Procedente. El artículo 3° de la Constitución señala que el Estado debe alentar el fortalecimiento y la difusión de nuestra cultura. Esta campaña tiene como objetivo difundir un evento cultural y buscar promover el turismo para reactivar la economía local, por lo que encuadra en el concepto de educación, ya que no solo abarca la educación formal, pues amplía su espectro del conocimiento social y cultural, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura. En ese sentido, esta campaña encuadra en las excepciones que emanan del texto constitucional sobre la prohibición de difundir propaganda gubernamental.	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG431/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022.

Ayuntamiento de Alvarado, "Festival del día de las madres" , con vigencia del 01 de mayo al 13 de mayo.	Invitar a las madres a la celebración del 10 de mayo, donde se realizarán actividades recreativas e interactivas.	Artículo 47, fracciones IV, XI y XII de la Ley 856 de Protección Civil y la Reducción de Riesgos y Desastres para el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave; artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave; artículo 4º de la CPEUM; artículos 34 y 35, fracciones II y XXV, inciso i) de La Ley Orgánica del Municipio Libre de Veracruz de Ignacio de la Llave.	Procedente. La difusión por cualquier medio de comunicación de la invitación a una celebración de carácter social, como lo es esta campaña que tiene como objetivo festejar el día de las madres, una fiesta de suma importancia para la idiosincrasia mexicana, no infringe la prohibición de difundir propaganda gubernamental, durante una campaña electoral, aun cuando no esté en los supuestos de excepción expresamente señalados por el referido precepto constitucional, siempre que no difunda programas, acciones, obras o logros de gobierno, que tengan como finalidad apoyar o atacar algún candidato o partido político específico o que se promocióne a un servidor público, ni contenga expresiones, logotipos, emblemas, lemas que promociónen a algún partido político, coalición o candidato. Lo anterior, de acuerdo a lo establecido por la Sala Superior en la tesis LXII/2016 ¹³⁵ .	
Ayuntamiento de Alvarado, "Festividad del día del niño" , con vigencia del 22 de abril al 03 de mayo.	Invitar a los niños y los padres de familia a la celebración del 30 de abril, donde se realizarán actividades educativas y recreativas que les permitan aprender de manera interactiva sus derechos.	Artículo 47, fracciones IV, XI y XII de la Ley 856 de Protección Civil y la Reducción de Riesgos y Desastres para el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave; artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave; artículo 4º de la CPEUM; artículos 34 y 35, fracciones II y XXV, inciso i) de La Ley Orgánica del Municipio Libre de Veracruz de Ignacio de la Llave.	Procedente. La difusión por cualquier medio de comunicación de la invitación a una celebración de carácter social, como lo es esta campaña que tiene como objetivo festejar el día de las madres, una fiesta de suma importancia para la idiosincrasia mexicana, no infringe la prohibición de difundir propaganda gubernamental, durante una campaña electoral, aun cuando no esté en los supuestos de excepción expresamente señalados por el referido precepto constitucional, siempre que no difunda programas, acciones, obras o logros de gobierno, que tengan como finalidad apoyar o atacar algún candidato o partido político específico o que se promocióne a un servidor público, ni contenga expresiones, logotipos, emblemas, lemas que promociónen a algún partido político, coalición o candidato. Lo anterior, de acuerdo a lo establecido por la Sala Superior en la tesis LXII/2016 ¹³⁶ .	

¹³⁵ Tesis LXII/2016 de rubro: "PROPAGANDA GUBERNAMENTAL. LA INVITACIÓN A UNA CELEBRACIÓN DE CARÁCTER CULTURAL Y SOCIAL, NO VIOLA LA PROHIBICIÓN CONSTITUCIONAL DE DIFUNDIRLA EN PROCESO ELECTORAL". Gaceta de Jurisprudencia y Tesis en materia electoral, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Año 9, Número 18, 2016, páginas 113 y 114.

¹³⁶ Ídem.

Ayuntamiento de Alvarado, “Operativo Semana Santa 2022”, con vigencia del 07 de abril al 18 de abril.	Promover el turismo durante semana santa para reactivar la economía local, invitando a visitar las playas. Así como difundir las medidas de seguridad pública y protección civil.	Artículo 47, fracciones IV, XI y XII de la Ley 856 de Protección Civil y la Reducción de Riesgos y Desastres para el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave; artículos 36 y 37, fracciones I y II de la Ley Orgánica del Poder Judicial del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave y artículo 4° de la CPEUM.	Procedente. Se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural del pueblo, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros. En consecuencia, resulta evidente que la promoción de los 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.	CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021.
---	---	---	--	---

40. Ayuntamiento de Boca del Río, Veracruz.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Ayuntamiento de Boca del Río, “Por la salud de los boqueños”, con vigencia del 15 de enero al 30 de mayo.	Difundir las medidas necesarias para prevenir los contagios por COVID-19, a través del uso correcto del cubre bocas y lavado de manos, para el regreso a las actividades escolares, económicas y productivas.	Artículos 115 fracción II, segundo párrafo y 134, párrafo octavo de la CPEUM; y artículos 34 y 35, fracciones II y XXV, inciso i) de la Ley Orgánica del Municipio Libre de Veracruz de Ignacio de la Llave.	Procedente. La campaña tiene como finalidad seguir manteniendo las medidas sanitarias derivadas por COVID-19. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.	INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022

41. Ayuntamiento de La Antigua, Veracruz.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Ayuntamiento de La Antigua, “Prevención Comunitaria” , con vigencia del 03 de abril al 06 de junio.	Informar y orientar sobre la prevención de accidentes y enfermedades; así como hacer recomendaciones, en materia de protección civil, sobre frentes fríos, prevención de incendios y actividades en playas y litorales.	Ley Orgánica del Municipio Libre para el Estado de Veracruz, Ley de Protección Civil y Ley de Salud.	Improcedente: Del formulario se desprende que la difusión no implica la radio y televisión. En el caso en particular se debe atender a lo referido en el considerando 59.	
Ayuntamiento de La Antigua, “DIF cerca de ti” , con vigencia del 03 de abril al 06 de junio.	Difundir entre las familias en situación de pobreza las medidas necesarias para prevenir los contagios por COVID-19, a través del uso correcto del cubre bocas y del gel antibacterial. Asimismo, dar a conocer el estatus de las actividades escolares, económicas y productivas en relación con el semáforo epidemiológico.	Ley Orgánica del Municipio Libre para el Estado de Veracruz, Ley de Protección Civil y Ley de Salud.	Improcedente: Del formulario se desprende que la difusión no implica la radio y televisión. En el caso en particular se debe atender a lo referido en el considerando 59.	
Ayuntamiento de La Antigua, “En La Antigua sabe mejor” , con vigencia del 03 de abril al 06 de junio.	Difundir actividades recreativas, turísticas, religiosas, culturales, así como eventos deportivos.	Ley Orgánica del Municipio Libre para el Estado de Veracruz.	Improcedente: Del formulario se desprende que la difusión no implica la radio y televisión. En el caso en particular se debe atender a lo referido en el considerando 59.	

42. Dependencias del Ayuntamiento de Calvillo, Aguascalientes.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Instituto de Cultura, "Hazlo en tu Comunidad", con vigencia del 03 de abril al 01 de junio	Difundir la realización de talleres de Cine, lectura, pintura, manualidades y arte en general, así como de diferentes actividades deportivas para generar espacios de recreación e interés en la población joven del municipio.	Artículo 340 ter del Código Municipal de Calvillo, Aguascalientes	Procedente. La campaña tiene como objetivo fomentar en la población la actividad física y cultural, con ello se busca conservar las tradiciones, desarrollar el talento de los niños, adolescentes y jóvenes del municipio. Dicho lo anterior, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales.	INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG626/2021, INE/CG334/2021 ¹³⁷ e INE/CG43/2022 ¹³⁸
Municipio de Calvillo, "Atención al Migrante", con vigencia del 01 de enero al 30 de junio	Brindar acompañamiento y asesoría en los diferentes trámites que realiza este importante sector. Facilitar el acceso a la información para evitar que la comunidad migrante caiga en casos de extorsión, así como, servir de enlace con los buscadores de empleo fuera del país y personal con la inquietud de migrar para buscar mejores oportunidades.	No agrega	Procedente. La campaña está vinculada al concepto de educación y tiene el objetivo de proporcionar información y asesoría a los migrantes respecto de la realización de trámites. En ese sentido, se considera que es información pública de carácter institucional, útil y necesaria, es así que se encuentra dentro de las excepciones previstas a la transmisión de propaganda gubernamental. Asimismo, se precisa que la información no podrá incluir nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público, ni hacer referencias visuales o auditivas a las frases, imágenes, voces o símbolos que pudieran ser constitutivos de propaganda política o electoral, ni contener logotipos, slogans o cualquier otro tipo de referencias al gobierno federal o a algún otro gobierno, o a sus campañas institucionales. Por otro lado, resulta importante subrayar que la campaña deberá cumplir con lo establecido por la Sala Superior en la tesis XIII/2017. ¹³⁹	INE/CG43/2022 ¹⁴⁰

¹³⁷ Dirección de Cultura del Municipio de Tulancingo de Bravo, "Talleres (canto, folklor, batería, guitarra, maquillaje)".

¹³⁸ Instituto Colimense del Deporte (Incode), "Deporte es salud"; Instituto Municipal del Deporte de Reynosa, "Ponte en Marcha".

¹³⁹ 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.

¹⁴⁰ Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Colima, con la campaña: "Trámites en Línea".

Secretaría de Desarrollo Social, "Mejoramiento de Vivienda "Calentador Solar", con vigencia del 01 de abril al 30 de junio	Informar a los habitantes del municipio de Calvillo a que accedan al programa de calentadores solares, invitando a las familias que no cuenten con un calentador solar, dándoles a conocer los requisitos necesarios mediante una convocatoria por parte de la Secretaría de Desarrollo Social.	Artículos 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 134 del Código Municipal de Calvillo Aguascalientes.	Procedente. La campaña está vinculada al concepto de salud y tiene el objetivo de dar a conocer únicamente los requisitos para acceder al programa y dar el debido apoyo a la población que accederá al apoyo social. En ese sentido, se considera que es información pública de carácter institucional, útil y necesaria, es así que se encuentra dentro de las excepciones previstas a la transmisión de propaganda gubernamental. Asimismo, se precisa que la información no podrá incluir nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público, ni hacer referencias visuales o auditivas a las frases, imágenes, voces o símbolos que pudieran ser constitutivos de propaganda política o electoral, ni contener logotipos, slogans o cualquier otro tipo de referencias al gobierno federal o a algún otro gobierno, o a sus campañas institucionales. Por otro lado, resulta importante subrayar que la campaña deberá cumplir con lo establecido por la Sala Superior en la tesis XIII/2017.¹⁴¹	INE/CG43/2022 ¹⁴²
Instituto de Cultura, "Concursos", con vigencia del 03 de abril al 01 de junio	Rescatar las tradiciones y el tejido social a través de actividades enfocadas en las diferentes áreas artísticas, generando interés en los ciudadanos del municipio y aprovechando el talento de los mismos.	Artículo 340 ter Código Municipal de Calvillo, Aguascalientes	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña ya que está relacionada con el fomento a la cultura, realizando concursos de arte para rescatar las tradiciones, generar identidad de usos y costumbres mexicanas, abriendo espacios para mostrar la creatividad y el ingenio de la población del municipio. Dicho lo anterior, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales.	INE/CG43/2022 ¹⁴³

¹⁴¹ 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.

¹⁴² Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Colima, con la campaña: "Trámites en Línea".

¹⁴³ Dirección de Cultura del Municipio de Tulancingo de Bravo, "Talleres (canto, folklor, batería, guitarra, maquillaje)".

Instituto de Cultura, “Escuelas Culturales”, con vigencia del 03 de abril al 01 de junio	Reactivar el programa de Escuelas Culturales, aprovechando espacios donde se les impartían a los niños y adolescentes clases de música, danza y artes plásticas con el objetivo de fomentar la cultura	No agrega	Procedente. Al igual que la campaña anterior el objetivo es el fomento de la cultura, incentivar a la población joven a participar en actividades educativas y saludables, generar y aprovechar espacios recreativos en donde se hagan partícipes y se aprovechen de la mejor manera con el fin de contribuir al desarrollo de sus capacidades intelectuales y lucrativas. Por tanto, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales.	INE/CG43/2022 ¹⁴⁴
Instituto de Cultura, “Exposición del Mezcal y Maguey Aguascalientes”, con vigencia del 03 de abril al 01 de junio	Traer la exposición del Mezcal y el Maguey al municipio para que la población del Municipio conozca sobre la creación e historia del Mezcal ahora que cuenta con la denominación de origen en Aguascalientes	Artículo 340 ter Código Municipal de Calvillo, Aguascalientes	Procedente. Para este Consejo resulta evidente que incentivar en la ciudadanía el acercamiento a la riqueza cultural y vinícola del estado de Aguascalientes, fomentar el interés por el arte, la historia y la cultura, así como generar lugares de esparcimiento y recreación que rescaten el tejido social, 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.	INE/CG334/2021 ¹⁴⁵
Municipio de Calvillo, “Festejo del día de la Madre”, con vigencia del 01 de mayo al 11 de mayo	Incentivar a la familia por el festejo del día de la madre, reconocer el esfuerzo de las madres de familia	Artículos 134 Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 337 del Código Municipal de Calvillo	Procedente. Se considera así al tratarse de información de un festejo de carácter social. A razón de la autoridad jurisdiccional, la invitación a festejar un día social no infringe la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante las campañas electorales, siempre que se ajuste al principio de equidad en la contienda. ¹⁴⁶ Este Consejo General estima que por tanto su difusión es procedente.	INE/CG61/2015 INE/CG172/2018 INE/CG119/2019 ¹⁴⁷
Municipio de Calvillo, “Día del Niño”, con vigencia del 01 al 29 de abril	Incentivar a la familia por el festejo del día del niño, logrando una mayor unidad de la misma.	Artículos 134 Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 337 del Código Municipal de Calvillo	Procedente. Se considera así al tratarse de información de un festejo de carácter social. A razón de la autoridad jurisdiccional, la invitación a festejar un día social, no infringe la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante las campañas electorales, siempre que se ajuste al principio de equidad en la contienda ¹⁴⁸ . Este Consejo General estima que por tanto su difusión es procedente.	INE/CG61/2015 INE/CG172/2018 INE/CG119/2019 ¹⁴⁹

¹⁴⁴ Dirección de Cultura del Municipio de Tulancingo de Bravo, “Talleres (canto, folklor, batería, guitarra, maquillaje)”.

¹⁴⁵ Unidad de Comunicación Social y Atención Ciudadana del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro, Coordinación General de Comunicación Social, con las campañas: “Caminos de Querétaro Gastrofest”, “Expo Venta de Artesanías y Productos del Campo”; Gobierno del estado de Coahuila de Zaragoza, Secretaría de Turismo y Desarrollo de Pueblos Mágicos, Dirección de Comunicación y Dirección de Promoción, “Vinos y Dinos”

¹⁴⁶ Tesis LXII/2016 de rubro PROPAGANDA GUBERNAMENTAL. LA INVITACIÓN A UNA CELEBRACIÓN DE CARÁCTER CULTURAL Y SOCIAL, NO VIOLA LA PROHIBICIÓN CONSTITUCIONAL DE DIFUNDIRLA EN PROCESO ELECTORAL.

¹⁴⁷ Ayuntamiento de Río Bravo, Tamaulipas, con la campaña “Festejo del día de la Madre”

¹⁴⁸ Tesis LXII/2016 de rubro PROPAGANDA GUBERNAMENTAL. LA INVITACIÓN A UNA CELEBRACIÓN DE CARÁCTER CULTURAL Y SOCIAL, NO VIOLA LA PROHIBICIÓN CONSTITUCIONAL DE DIFUNDIRLA EN PROCESO ELECTORAL.

¹⁴⁹ Ayuntamiento de Río Bravo, Tamaulipas, con la campaña “Festejo del día de la Madre”.

Secretaría de Desarrollo Social, “Estufas Ecológicas Ahorradoras de Leña” , con vigencia del 01 de abril al 30 de junio	Informar a los habitantes del municipio de Calvillo a que accedan al programa de estufas ecológicas ahorradoras de leña, invitando a las familias que utilicen el consumo de leña, dándoles a conocer los requisitos necesarios mediante una convocatoria por parte de la Secretaría de Desarrollo Social.	Artículos 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 134 del Código Municipal de Calvillo Aguascalientes.	Procedente. La campaña está vinculada al concepto de educación y tiene el objetivo de dar a conocer únicamente los requisitos para acceder al programa y dar el debido apoyo a la población que accederá al apoyo social. En ese sentido, se considera que es información pública de carácter institucional, útil y necesaria, es así que se encuentra dentro de las excepciones previstas a la transmisión de propaganda gubernamental. Asimismo, se precisa que la información no podrá incluir nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público, ni hacer referencias visuales o auditivas a las frases, imágenes, voces o símbolos que pudieran ser constitutivos de propaganda política o electoral, ni contener logotipos, slogans o cualquier otro tipo de referencias al gobierno federal o a algún otro gobierno, o a sus campañas institucionales. Por otro lado, resulta importante subrayar que la campaña deberá cumplir con lo establecido por la Sala Superior en la tesis XIII/2017.¹⁵⁰	INE/CG43/2022 ¹⁵¹
Secretaría de Turismo y Cultura, “Programas de Eventos Turísticos de Calvillo” , con vigencia del 01 de abril al 30 de junio	Promover la actividad turística por medio de la realización de festivales diversos y de interés general para todas las audiencias	Artículo 336 del Código Municipal de Calvillo, Aguascalientes	Procedente. Se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente. Por tanto, resulta evidente que la promoción del estado de Aguascalientes en relación con sus lugares, pueblos mágicos 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.	INE/CG626/2021 ¹⁵²

¹⁵⁰ 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.

¹⁵¹ Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Colima, con la campaña: “Trámites en Línea”.

¹⁵² Gobierno del estado de Coahuila de Zaragoza. La campaña denominada, con la “Campaña de Verano”; Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno del estado de Oaxaca, con la campaña: “Promoción cultural de Oaxaca”.

Secretaría de Turismo y Cultura, " Fiestas de mayo 2022 ", con vigencia del 24 de abril al 29 de mayo	Informar sobre la realización de variedad de eventos artísticos y culturales para todas las audiencias del municipio de Calvillo y la región	Artículo 336 del código municipal de Calvillo, Aguascalientes	Procedente. El principal objetivo es explorar, celebrar y promover manifestaciones artísticas, culturales y académicas, así como la participación de población que a su vez se verá beneficiada pues se elevará el desarrollo cultural. En ese sentido, se considera esta campaña dentro de las exceptuadas de la prohibición constitucional en materia de propaganda gubernamental por vincularse al concepto de educación que comprende el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones, es decir, al conjunto de conocimientos sobre distintos lugares, formas de vida y costumbres.	INE/CG334/2021 ¹⁵³ INE/CG626/2021, ¹⁵⁴ e INE/CG43/2022 ¹⁵⁵
Secretaría de Finanzas y Administración Pública, " Paga Tu Predial y Obtén Grandes Descuentos En El Rezago " con vigencia del 21 de marzo al 01 de junio	Que los contribuyentes con rezago en el pago del impuesto a la propiedad raíz (Predial), se regularicen y así evitar el incremento en las multas y recargos.	Artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos	Improcedente. Si bien este tipo de campañas relacionadas con el pago de las obligaciones contributivas son acorde al concepto de educación, porque incentiva el cumplimiento de las obligaciones de las personas físicas y morales; además de que su difusión es importante y resulta necesaria para el Estado Mexicano, tomando en consideración que se trata de un esfuerzo de comunicación y no un programa de gobierno. Aunado a que, de acuerdo a lo dispuesto en el formulario la difusión implica el uso de lonas y perifoneo, sin mencionar el uso de radio o televisión.	
Secretaría de Desarrollo Social, " Congregación Mariana Trinitaria " con vigencia del 01 de marzo al 30 de junio	Contribuir al bienestar social integral al implementar programas de subsidios dirigidos a grupos comunitarios organizados, favoreciendo la cohesión social.	Artículos 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 134 del Código Municipal de Calvillo Aguascalientes.	Procedente. La campaña está vinculada al concepto de educación y tiene el objetivo de dar a conocer únicamente los requisitos para acceder al programa y dar el debido apoyo a la población que accederá al apoyo social. En ese sentido, se considera que es información pública de carácter institucional, útil y necesaria, es así que se encuentra dentro de las excepciones previstas a la transmisión de propaganda gubernamental. Resulta importante subrayar que la campaña deberá cumplir con lo establecido por la Sala Superior en la tesis XIII/2017. ¹⁵⁶	

¹⁵³ Instituto Zacatecano de Cultura Ramón López Velarde, "35 Festival Cultural Zacatecas 2021".

¹⁵⁴ Coordinación General de Comunicación Social y Vocería y Secretaría de las Culturas y Artes, ambos del Gobierno del estado de Oaxaca, "Guelaguetza".

¹⁵⁵ Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas Secretaría de Participación Ciudadana, "Señorita Fiestas de Aniversario 2022".

¹⁵⁶ 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.

Organismo Operador de Servicios de Agua de Calvillo (OOSAC), “Paga tu recibo a tiempo y participa para grandes premios 2022” , con vigencia del 02 de abril al 09 de diciembre	Incentivar el pago oportuno del servicio de agua potable a través de un sorteo otorgando un premio, para que las personas estén al corriente de su pago.	Periódico Oficial del Estado de Aguascalientes	Improcedente. La campaña no se relaciona con algún concepto de excepción a la difusión de propaganda gubernamental. Promueve el pago de un servicio a través de un beneficio directo. En ese sentido, su difusión no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso.	
Secretaría de Turismo y Cultura, “Programas de Eventos Culturales de Santa Cruz” , con vigencia del 01 de abril al 30 de junio	Promover la actividad turística por medio de la realización de festivales diversos y de interés general para todas las audiencias	Artículo 336 del Código Municipal de Calvillo, Aguascalientes	Procedente. Se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente. Por tanto, resulta evidente que la promoción del estado de Aguascalientes en relación a sus lugares, pueblos mágicos 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.	INE/CG626/2021 ¹⁵⁷
Secretaría para el Desarrollo Integral de la Familia, “Reapertura de CEDECOS (Centros de Desarrollo Comunitario)” , con vigencia del 07 de marzo al 30 de junio	Favorecer el desarrollo integral de la población, enseñándoles diferentes habilidades para su desarrollo personal	Artículo 336 del Código Municipal de Calvillo, Aguascalientes	Procedente. La campaña está vinculada al concepto de educación y pretende dar a conocer la reapertura de los CEDECOS para que personas se inscriban a los distintos servicios que brindan. En ese sentido, se considera que es información pública de carácter institucional, útil y necesaria, es así que se encuentra dentro de las excepciones previstas a la transmisión de propaganda gubernamental. Resulta importante subrayar que la campaña deberá cumplir con lo establecido por la Sala Superior en la tesis XIII/2017. ¹⁵⁸	INE/CG43/2022 ¹⁵⁹

43. Dependencias del Ayuntamiento de Puebla, Puebla.

¹⁵⁷ Gobierno del estado de Coahuila de Zaragoza. La campaña denominada, con la “Campaña de Verano”; Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno del estado de Oaxaca, con la campaña: “Promoción cultural de Oaxaca”.

¹⁵⁸ 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.

¹⁵⁹ Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Colima, con la campaña: “Trámites en Línea”.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Coordinación General de Comunicación Social, "Seguridad ciudadana" , con vigencia del 03 de abril al 05 de junio	Difundir recomendaciones en materia de seguridad ciudadana	Artículo 5 y 6 del Reglamento Interior de la Coordinación General de Comunicación Social del Ayuntamiento de Puebla	Procedente. Esta autoridad considera que la campaña señalada está encaminada a emitir recomendaciones en materia de seguridad que enseñan a la ciudadanía a cuidar su persona y bienes con la finalidad de no ser víctimas de algún delito. Por tanto, al estar dentro del concepto de educación forma parte de las excepciones a las prohibiciones, que en materia de propaganda gubernamental establece la CPEUM.	INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019 e INE/CG334/2021 ¹⁶⁰
Coordinación General de Comunicación Social, "Conciencia ambiental" , con vigencia del 03 de abril al 05 de junio	Difundir medidas de cuidado ambiental para generar conciencia en la población sobre la importancia de un medio ambiente limpio.	Artículo 5 y 6 del Reglamento Interior de la Coordinación General de Comunicación Social del Ayuntamiento de Puebla	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a concientizar e incentivar la cultura ambiental. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional, ya que incentiva la protección, preservación y restauración del equilibrio ecológico, con el compromiso y la responsabilidad del cuidado de los recursos naturales.	INE/CG172/2018 ¹⁶¹ e INE/CG334/2021 ¹⁶²
Coordinación General de Comunicación Social, "Mercados de Puebla" , con vigencia del 03 de abril al 05 de junio	Difundir los comercios establecidos en los mercados de Puebla, para incentivar la economía local.	Artículo 5 y 6 del Reglamento Interior de la Coordinación General de Comunicación Social del Ayuntamiento de Puebla	Procedente. La difusión de este tipo de campaña permite dar a conocer a la población sobre la diversidad de productos y servicios que ofrecen e incrementar su actividad económica. Así, esta campaña puede ser considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	INE/CG334/2021 ¹⁶³
Coordinación General de Comunicación Social, "Seguridad Vial" , con vigencia del 03 de abril al 05 de junio	Difundir las medidas que la población en general deberá considerar respecto a educación vial.	Artículo 5 y 6 del Reglamento Interior de la Coordinación General de Comunicación Social del Ayuntamiento de Puebla	Procedente. Las acciones en materia de prevención de accidentes comprenden la adopción de diversas medidas entre las que se encuentra el fomento de programas de orientación a la población. A su vez, el artículo 4° de la CPEUM establece que: "Toda persona tiene derecho a la movilidad en condiciones de seguridad vial, accesibilidad, eficiencia, sostenibilidad, calidad, inclusión e igualdad". En este sentido, esta campaña se encuentra vinculada al concepto de educación y salud, ya que tiene como objetivo informar a la población sobre las acciones que podrían afectar su vida y libre tránsito. Por tanto, esta campaña se encuentra vinculada con las excepciones que marca el texto constitucional relativas a la prohibición de difundir propaganda gubernamental.	INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, ¹⁶⁴ INE/CG119/2019, ¹⁶⁵ INE/CG334/2021 ¹⁶⁶ e INE/CG43/2022

¹⁶⁰ Ayuntamiento de Santiago Tulantepec de Lugo Guerrero, Hidalgo, con la campaña: "Prevención del delito"; Gobierno del Estado de Zacatecas, Secretaría de Seguridad Pública, con la campaña: "Jornada de prevención de delitos como: extorsión, secuestro y delitos que puedan afectar directamente a madres de familia".

¹⁶¹ Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, con la campaña: "Educación Ambiental".

¹⁶² Secretaría de Educación, con: "Campañas de concientización TESCO Libre de plástico de un solo uso/ TESCO libre de humo de Tabaco/Ahorro y uso eficiente de la Energía".

¹⁶³ Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas, Secretaría de Desarrollo Económico, Dirección General de Comercio, con la campaña: "#YoConsumoLocal".

¹⁶⁴ Caminos y Puentes Federales, con la campaña: "Seguridad Vial".

¹⁶⁵ Secretaría de Comunicaciones y Transportes, con la campaña: "Seguridad Vial".

¹⁶⁶ Unidad de Comunicación Social y Atención Ciudadana del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro, con la campaña: "Auxilio y seguridad vial".

Coordinación General de Comunicación Social, "Promoción del Turismo en Puebla", con vigencia del 03 de abril al 05 de junio	Invitar a la población en general a acudir a Puebla y visitar las zonas turísticas, culturales e históricas	Artículo 5 y 6 del Reglamento Interior de la Coordinación General de Comunicación Social del Ayuntamiento de Puebla	Procedente. Se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no se reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros.	CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 ¹⁶⁷ , INE/CG109/2021 ¹⁶⁸ , INE/CG334/2021 ¹⁶⁹ e INE/CG43/2022
---	---	---	---	--

44. Dependencias del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Desarrollo Integral de la Familia del Municipio de Reynosa, "Programa de apoyo a la niñez 'Reynosa ciudad de los niños' (PANNARTI)", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.	Brindar apoyo a niñas, niños y adolescentes trabajadores con el fin de asegurar su integración y permanencia en esquemas educativos.	No agrega.	Improcedente. Del formulario se desprende que la difusión no implica radio y televisión, se publicará a través de trípticos, folletos, trabajo de campo y talleres.	
Sistema DIF Reynosa, "Programa integral de atención a adultos mayores 'Vida Plena' (bolsa de trabajo adultos mayores y personas con discapacidad)", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.	Fortalecer la inclusión laboral de los adultos mayores y las personas con discapacidad, así como promover el acceso a un trabajo digno.	Reglamento Interior de la Casa Integra-ConSentido, Capítulo I, Sección I, Objetivo y Disposiciones Generales, artículo IV de los servicios que proporciona Casa Integra.	Improcedente. La campaña no se relaciona con algún concepto de excepción a la difusión de propaganda gubernamental durante el periodo prohibido. En este sentido, su difusión no cumple con los criterios de generalidad e importancia, en el entendido de que la información que se pretenda publicar 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, como es el caso. ¹⁷⁰	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022.
Sistema DIF Reynosa, "Programa integral de atención a adultos mayores 'Vida Plena' (atención a personas adultas mayores, adulto activo)", con vigencia del 01 de febrero al 22 de diciembre.	Brindar asistencia social a las personas adultas mayores en situación de vulnerabilidad (atención médica, psicológica, social y de rehabilitación).	Reglamento Interior de la Casa Integra-ConSentido, Capítulo I, Sección I, Objetivo y Disposiciones Generales, artículo IV de los servicios que proporciona Casa Integra.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa de asistencia médica y servicios de salud en diversas ramas, va dirigida a los adultos mayores en situación de vulnerabilidad, por lo que la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso. ¹⁷¹	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022.

¹⁶⁷ Secretaría de Turismo del Estado de Querétaro y Fideicomiso Promotor de Turismo en el Estado de Querétaro, con la campaña: "Promoción Turística del Estado de Querétaro".

¹⁶⁸ Comunicación Social del estado de Colima, Secretaría de Turismo, con la campaña: "Del mar a la montaña".

¹⁶⁹ Secretaria de Turismo del Gobierno del Estado de Oaxaca, "Campaña de promoción turística del Estado de Oaxaca".

¹⁷⁰ Al respecto, la Sala Superior estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

¹⁷¹ Ídem.

Sistema DIF Reynosa, "Programa de becas municipales 'Contamos contigo' (Apoyando tu futuro)" , con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.	Otorgar apoyo económico a los hijos de las personas que se encuentran reclusos en los penales, con el objetivo de incentivarlos a continuar con sus estudios (estudiantes de hasta 22 años).	No agrega.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de educación, ya que se trata de la difusión de un programa para otorgar becas a estudiantes, va dirigida a estudiantes menores de 22 años e hijos de personas reclusas en penales, por lo que la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso. ¹⁷²	
Sistema DIF Reynosa, "Casas club y grupos en comunidad" , con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.	Promover y fomentar los espacios de esparcimiento para el desarrollo integral de los adultos activos (atención médica, psicológica, social y de rehabilitación).	Artículos 3, 4, 26, 28 y 73, fracción XVI de la CPEUM.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa de asistencia médica y servicios de salud en diversas ramas, va dirigida a los adultos mayores, por lo que la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso. ¹⁷³	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022.
Sistema DIF Reynosa, "Centro de rehabilitación integral" , con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.	Programa permanente para promover la atención médica, psicológica, física y social de personas con discapacidad.	No agrega.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa de asistencia médica y servicios de salud en diversas ramas, va dirigida a personas con discapacidad, por lo que la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso. ¹⁷⁴	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022.
Sistema DIF Reynosa, "Cirugías oftalmológicas: cataratas y pterigiones" , con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.	Promover entre la ciudadanía más vulnerable consultas médicas, cirugías oftalmológicas, seguimiento postoperatorio y valoraciones médicas.	Artículo 4 de la CPEUM.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa de asistencia médica y servicios de salud, va dirigida a la ciudadanía más vulnerable, por lo que la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso. ¹⁷⁵	INE/CG334/2021.

172 Ídem.

173 Ídem.

174 Ídem.

175 Ídem.

Sistema DIF Reynosa, “Estoy contigo” , con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.	Difusión de servicios funerarios de calidad a bajo costo.	No agrega.	Improcedente. Del formulario se desprende que la difusión no implica radio y televisión, se publicará a través de redes sociales y trípticos.	
Sistema DIF Reynosa, “Programa de nutrición y seguridad alimentaria (programas alimentarios)” , con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.	Asistencia alimentaria a sujetos en condiciones de riesgo y vulnerabilidad, a través de la entrega de canastas básicas.	No agrega.	Improcedente. Si bien el programa guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de un programa social de entrega de insumos alimentarios a familias vulnerables, la difusión de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso. ¹⁷⁶	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG1644/2021 e INE/CG43/2022.
Sistema DIF Reynosa, “Programa municipal de atención a personas y grupos en situación de vulnerabilidad ‘A tu lado’ (avanzando contigo)” , con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.	Otorgar apoyo económico a personas con discapacidad y en situación de vulnerabilidad, para continuar con su tratamiento y tener acceso a medicamentos e insumos de salud relacionados con su discapacidad.	No agrega.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa de apoyo económico para la compra de medicamentos e insumos en sectores de mayor vulnerabilidad, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso. ¹⁷⁷	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021.
Sistema DIF Reynosa, “Programa integral de atención y cuidado de la salud ‘Primero sanos’ (programa de salud familiar y peticiones especiales)” , con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.	Mantener el bienestar físico y mental de la población más vulnerable, mediante consultas médicas y diagnósticos clínicos, de imagen y laboratorios. Así como otorgar el tratamiento médico correspondiente.	No agrega.	Procedente: El derecho a la protección de la salud, del que todo mexicano goza, se fundamenta en el artículo 4° de la Constitución. Así, el concepto de servicios de salud debe entenderse como el conjunto de actividades que se llevan a cabo para la satisfacción de dicha necesidad colectiva de interés público, las cuales comprenden todos aquellos actos, medios y recursos que son indispensables para su adecuada prestación. En ese sentido, el concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, pues necesariamente abarca, entre otros aspectos la lucha contra enfermedades transmisibles y la realización de campañas sanitarias. Por tanto, toda vez que el objetivo de esta campaña está destinado directamente a los servicios de salud, su difusión se encuentra amparada en lo estipulado en las excepciones previstas en la CPEUM.	

¹⁷⁶ Ídem.¹⁷⁷ Ídem.

Sistema DIF Reynosa, “Programa de capacitación para el empleo (centros para el desarrollo integral de la familia CEDIF)”, con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.	Capacitar a la población en general, a través de talleres de autoempleo, para que puedan emprender un negocio o trabajo propio, con el objetivo de incorporar a la población más vulnerable a una vida digna y de oportunidades.	CPEUM, Constitución Política del Estado de Tamaulipas, Ley General de Responsabilidades Administrativas, Ley de Responsabilidades Administrativas del Estado de Tamaulipas, Ley de Responsabilidades de los Servidores Públicos del Estado de Tamaulipas y Ley para el Desarrollo Familiar del Estado de Tamaulipas.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente informar y proporcionar capacitaciones o talleres que contribuyan al desarrollo humano. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional, ya que incentiva la participación a distancia de la comunidad en general en los talleres y capacitaciones implementadas para desarrollar su potencial	INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022.
Sistema DIF Reynosa, “Programa integral de atención y cuidado de la salud ‘Primero sanos’ (programa de salud integral de la mujer)”, con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.	Proporcionar a las mujeres en situación de vulnerabilidad consultas relativas a la planificación familiar, y la prevención del cáncer de mama y cervicouterino. Asimismo, suministrar los estudios y métodos anticonceptivos correspondientes.	No agrega.	Procedente. El derecho a la protección de la salud, del que todo mexicano o mexicana goza, se fundamenta en el artículo 4° de la Constitución. Así, el concepto de servicios de salud debe entenderse como el conjunto de actividades que se llevan a cabo para la satisfacción de dicha necesidad colectiva de interés público, las cuales comprenden todos aquellos actos, medios y recursos que son indispensables para su adecuada prestación. Por tanto, toda vez que el objetivo de esta campaña está destinado directamente a los servicios de salud al informar sobre medidas de protección y detección, su difusión se encuentra amparada en lo estipulado en las excepciones previstas en la CPEUM.	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022.

Sistema DIF Reynosa, “Programa integral de atención y cuidado de la salud ‘Primero sanos’ (salud dental)” , con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.	Mantener el cuidado y la salud dental de la población en general, tratando de beneficiar a los más vulnerables, así como controlar las enfermedades bucodentales.	No agrega.	Procedente: El derecho a la protección de la salud, del que todo mexicano goza, se fundamenta en el artículo 4° de la Constitución. Así, el concepto de servicios de salud debe entenderse como el conjunto de actividades que se llevan a cabo para la satisfacción de dicha necesidad colectiva de interés público, las cuales comprenden todos aquellos actos, medios y recursos que son indispensables para su adecuada prestación. En ese sentido, el concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, pues necesariamente abarca, entre otros aspectos la lucha contra enfermedades transmisibles y la realización de campañas sanitarias. Por tanto, toda vez que el objetivo de esta campaña está destinado directamente a los servicios de salud, su difusión se encuentra amparada en lo estipulado en las excepciones previstas en la CPEUM.	
Sistema DIF Reynosa, “Programa integral de atención y cuidado de la salud ‘Primero sanos’ (aparatos funcionales)” con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.	Otorgar aparatos funcionales a la población que sufre alguna discapacidad permanente e irreversible, en apoyo a su economía familiar.	No agrega.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que otorga servicios de salud a personas con discapacidad permanente e irreversible, 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.¹⁷⁸	INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021.
Sistema DIF Reynosa, “Programa integral de atención y cuidado de la salud ‘Primero sanos’ (procuración de fondos y donaciones)” con vigencia del 01 de enero al 31 de octubre.	Buscar donaciones en especie (cubrebocas, medicamentos o insumos relacionados con la salud), para cubrir las necesidades de la ciudadanía más vulnerable	No agrega.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que busca recolectar insumos de salud para la población más vulnerable, 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.¹⁷⁹	

¹⁷⁸ Ídem.¹⁷⁹ Ídem.

Sistema DIF Reynosa, "Programa municipal de atención a personas y grupos en situación de vulnerabilidad 'A tu lado' (Contigo soy capaz)", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.	Otorgar apoyo económico a la población más vulnerable, de entre los 0 y los 17 años, que sufran alguna discapacidad permanente e irreversible.	No agrega.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que otorga servicios de salud a la población más vulnerable con discapacidad permanente e irreversible, 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. ¹⁸⁰	INE/CG334/2021 e INE/CG626/2021.
Instituto Reynosense para la Cultura y las Artes, "Eventos Culturales Reynosa 2022", con vigencia del 04 de abril al 01 de junio.	Fortalecer la identidad cultural de los habitantes del municipio de Reynosa, ampliando la cobertura en la difusión de la cultura y las diversas expresiones del arte.	No agrega	Procedente. La campaña tiene como propósito que la población en general conozca con oportunidad las actividades y servicios que en materia artística y cultural se realiza, con el fin de motivar entre la población el interés y la asistencia a las mismas, así como difundir el patrimonio histórico y cultural de la nación para su disfrute y conservación.	INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG235/2020, INE/CG109/2021 INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG1644/2021, INE/CG43/2022
Secretaría de Desarrollo Económico y del Empleo, "Feria del empleo", con vigencia del 02 de febrero al 30 de junio.	Promover el desarrollo económico, a partir de empleos creados de manera virtual y presencial, generando vínculos entre las empresas y trabajadores, e incorporando medios innovadores de vinculación.	Artículo 70, sección V del Reglamento de la Administración Pública.	Procedente: La Constitución establece en el artículo 123 el derecho que tiene toda persona al trabajo digno y socialmente útil, por lo que se promoverán la creación de empleos. En razón de lo anterior, esta campaña guarda relación con el concepto de educación en su aspecto informal, pues promueve la realización de ferias que promuevan la creación de empleos.	INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022.
Sistema DIF Reynosa, "Programa municipal de atención a personas y grupos en situación de vulnerabilidad 'A tu lado' (Desarrollo comunitario)", con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.	Coordinar y promover acciones y proyectos del programa de bienestar comunitario que impulsen el desarrollo sustentable y mejoren la calidad de vida de la población más marginada del municipio. Apoyos alimentarios a través de la entrega de despensas.	No agrega.	Improcedente. Si bien esta campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que lo que se busca es apoyar a la población más vulnerable, brindándoles todos los servicios y apoyos con los que cuenta el Municipio, así como con despensas, 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. ¹⁸¹	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021 e INE/CG1644/2021

¹⁸⁰ Ídem.¹⁸¹ Ídem.

Secretaría de Desarrollo Social y Dirección de Enlace Social, “Programa permanente de entrega de apoyo alimenticio para las familias de la comunidad”, con vigencia del 01 de febrero al 30 de junio.	Programa mensual permanente de apoyo alimenticio, consistente en la entrega de alimentos de la canasta básica.	Reglamento de Administración Pública, Título Segundo, Capítulo VI, de la Secretaría de Desarrollo Social en el artículo 22, Sección 3 de la Dirección de Enlace Social, Fracción 3.1.	Improcedente. Si bien esta campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que lo que se busca es apoyar a la población más vulnerable, brindándoles despensas con la canasta básica, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esas etapas, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso. ¹⁸²	INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022.
Secretaría de Desarrollo Social y Dirección de Enlace Social, “Apoyo de canasta básica para las diversas familias”, con vigencia del 01 de febrero al 30 de junio.	Programa bimestral permanente de apoyo alimenticio, consistente en la entrega de alimentos de la canasta básica.	Reglamento de Administración Pública, Título Segundo, Capítulo VI, de la Secretaría de Desarrollo Social en el artículo 22, Sección 3 de la Dirección de Enlace Social, Fracción 3.1.	Improcedente. Del formulario se desprende que se trata de un programa de carácter social de la administración pública municipal que le genera un beneficio directo a un sector en específico de la población. Al respecto, si bien es cierto que la Sala Superior ha establecido en la jurisprudencia 19/2019 ¹⁸³ que no existe el deber específico de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante las campañas electorales, debido a su finalidad, también lo es, que la entrega o difusión de un programa social puede vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales, si se hace en ciertas modalidades que afecten el principio de equidad en la contienda electoral, como podría ser la difusión masiva del mismo.	INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022.
Secretaría de Desarrollo Social, Dirección de Salud y Grupos Vulnerables, “Brigada de salud”, con vigencia del 01 de febrero al 30 de junio.	Proporcionar apoyo médico implementando en el ámbito de la competencia municipal un modelo de atención integral y cuidado de la salud, con énfasis en la prevención de padecimientos crónico-degenerativos que afecten a la ciudadanía, focalizando acciones en la población que no cuenta con seguridad social.	Reglamento de Administración Pública, Título Segundo, Capítulo VI, de la Secretaría de Desarrollo Social en el artículo 22, Sección 8 de la Dirección de Salud y Grupos Vulnerables, Fracción 8.2.	Procedente. El derecho a la protección de la salud, del que todo mexicano goza, se fundamenta en el artículo 4° de la Constitución. Así, el concepto de servicios de salud debe entenderse como el conjunto de actividades que se llevan a cabo para la satisfacción de dicha necesidad colectiva de interés público, las cuales comprenden todos aquellos actos, medios y recursos que son indispensables para su adecuada prestación. En ese sentido, el concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, pues necesariamente abarca, entre otros aspectos la lucha contra enfermedades transmisibles y la realización de campañas sanitarias. Por tanto, toda vez que el objetivo de esta campaña está destinado directamente a los servicios de salud, su difusión se encuentra amparada en lo estipulado en las excepciones previstas en la CPEUM.	

¹⁸² Ídem.

¹⁸³ Jurisprudencia 19/2019 de rubro: “PROGRAMAS SOCIALES, SUS BENEFICIOS NO PUEDEN SER ENTREGADOS EN EVENTOS MASIVOS O EN MODALIDADES QUE AFECTEN EL PRINCIPIO DE EQUIDAD EN LA CONTIENDA ELECTORAL”. Gaceta de Jurisprudencia y Tesis en materia electoral, Tribunal del Poder Judicial de la Federación, Año 12, Número 24, 2019, páginas 29 y 30.

Secretaría de Desarrollo Social y Dirección de Enlace Social, "Reconocimiento a las madres Reynosenses" , con vigencia del 15 de abril al 15 de mayo.	Celebrar y reconocer la importancia de las madres reynosenses en el círculo familiar, a través de un reconocimiento.	Reglamento de Administración Pública, Título Segundo, Capítulo VI, de la Secretaría de Desarrollo Social en el artículo 22, Sección 3 de la Dirección de Enlace Social, Fracción 3.1.	Improcedente. El formulario no está debidamente fundado y motivado, ya que no es posible desprender con claridad si la solicitud se refiere a una campaña para conmemorar el día de las madres, para invitar a una celebración organizada para celebrar el día de las madres, o bien, de la difusión de la celebración del día de las madres en sí, por tanto, no puede ser asociada a algún concepto de excepción.	INE/CG334/2021.
Secretaría Particular y Coordinación de Relaciones Públicas, "Día de las madres" , con vigencia del 05 de mayo al 13 de mayo.	Reconocer el esfuerzo diario que las madres reynosenses realizan a favor de la formación educativa integral de la niñez.	No agrega.	Improcedente. Al igual que el programa anterior, el formulario no está debidamente fundado y motivado, ya que no es posible desprender con claridad si la solicitud se refiere a una campaña para conmemorar el día de las madres, para invitar a una celebración organizada para celebrar el día de las madres, o bien, de la difusión de la celebración del día de las madres en sí, por tanto, no puede ser asociada a algún concepto de excepción.	INE/CG334/2021
Secretaría Particular, Coordinación de Relaciones Públicas, "Día del maestro" , con vigencia del 14 de mayo al 27 de mayo.	Reconocer la labor fundamental que realizan los docentes en favor de toda la población estudiantil.	No agrega.	Improcedente. El formulario no está debidamente fundado y motivado, ya que no es posible desprender con claridad si la solicitud se refiere a una campaña para conmemorar el día del maestro, o bien, para invitar a una celebración organizada para celebrar el día del maestro, o bien, de la difusión de la celebración del día del maestro en sí, por tanto, no puede ser asociada a algún concepto de excepción.	INE/CG334/2021.
Sistema DIF Reynosa, "Inscripciones CAI guarderías" , con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.	Proporcionar protección, cuidado diario y formación integral a los hijos de madres trabajadoras, solteras y estudiantes, a través de acciones educativas y asistenciales. Difundir de los servicios que proporciona el programa.	Ley General de Prestación de Servicios para la Atención, Cuidado y Desarrollo Integral Infantil y su Reglamento de Ley; así como Ley de Centros de Atención Infantil del Estado de Tamaulipas y su Reglamento de Ley.	Improcedente. Si bien esta campaña guarda relación con el concepto de educación, ya que lo que se busca es apoyar a las madres que tienen que dejar a sus hijos para realizar otras actividades en guarderías, 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. ¹⁸⁴	
Sistema DIF Centros (CAI), "Actividad del Día de las Madres" , con vigencia el 10 de mayo.	Actividades en conmemoración del día de las madres en los 19 centros CAI, con el objetivo de reconocer el trabajo, esfuerzo y dedicación de las madres en la crianza de sus hijos.	No agrega.	Improcedente. No se trata de la solicitud de difusión de una campaña sino la solicitud de la realización de un evento, lo cual no es materia del presente acuerdo.	

¹⁸⁴ Al respecto, la Sala Superior estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

Sistema DIF Centros (CAI), " Actividad del Día del Maestro ", con vigencia el 15 de mayo.	Actividades en conmemoración del día del maestro en los 19 centros CAI, con el objetivo de reconocer el trabajo, esfuerzo y dedicación de los maestros en la educación de los estudiantes.	No agrega.	Improcedente. No se trata de la solicitud de difusión de una campaña sino la solicitud de la realización de un evento, lo cual no es materia del presente acuerdo.	
Sistema DIF Centros (CAI), " Actividad del Día del Niño ", con vigencia el 28 de abril.	Actividades en conmemoración del día del niño en los centros CAI, con el objetivo de promover los derechos de éstos, el crecimiento personal y el desarrollo de sus capacidades.	No agrega.	Improcedente. No se trata de la solicitud de difusión de una campaña sino la solicitud de la realización de un evento, lo cual no es materia del presente acuerdo.	
Sistema DIF Centros (CAI), " Torneo de fútbol infantil INTERCAI ", con vigencia del 04 al 08 de abril.	Realizar un torneo de fútbol entre niños de 3 a 6 años.	No agrega.	Improcedente. No se trata de la solicitud de difusión de una campaña sino la solicitud de la realización de un evento, lo cual no es materia del presente acuerdo.	

45. Ayuntamiento de San Fernando, Tamaulipas.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑA	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Protección Civil y Bomberos, " Operativo Vacacional Semana Mayor 2022 ", con vigencia del 01 al 18 de abril.	Difundir las medidas y acciones preventivas para evitar o minimizar los riesgos a los que están expuestos los visitantes y la población en general durante la temporada vacacional de semana santa.	Artículo 55 del Código Municipal para el Estado de Tamaulipas.	Procedente. Protección Civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona protección y asistencia a la ciudadanía ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y el entorno en el que vive. En ese sentido, la campaña guarda relación con el concepto de protección civil, ya que tiene como finalidad difundir las medidas y acciones preventivas durante las vacaciones de semana santa.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022.

46. Ayuntamiento de Tamazunchale, San Lui Potosí.

CAMPAÑA	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Promoción de los parajes y balnearios turísticos del municipio”, con vigencia del 25 de marzo al 10 de abril.	Difundir los parajes turísticos del municipio con el objetivo de generar turismo y reactivar la economía.	Artículo 115 de la CPEUM.	Procedente. Se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no se reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros. En consecuencia, resulta evidente que la promoción nacional de los parajes y balnearios del municipio, en relación a sus lugares y destinos turísticos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres.	CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG626/2021, INE/CG1644/2021 e INE/CG43/2022.
“Feria y 20° Concurso Nacional del Huapango, edición 2022”, con vigencia del 10 de marzo al 10 de abril.	Difusión de la convocatoria a la 20° edición del Concurso Nacional del Huapango, así como de las actividades a desarrollarse durante la feria.	Artículo 115 de la CPEUM.	Procedente. Así esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación ya que se entiende que esta debe contribuir a la mejor convivencia humana, el aprecio para la dignidad de la persona y la integridad de la familia, la convicción del interés general de la sociedad, cuanto por el cuidado que ponga en sustentar los ideales de fraternidad e igualdad de derechos de todos los hombres y mujeres, evitando los privilegios de razas, de religión, de grupos, de sexos o de individuos; y toda ella será de calidad, con base en el mejoramiento y el máximo logro de los individuos. El concepto de educación abarca, también, el acceso a la cultura y al disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado, quien tiene a su cargo promover los medios para la difusión y desarrollo de la cultura, atendiendo a la diversidad cultural en todas sus manifestaciones y expresiones con pleno respeto a la libertad creativa. La Constitución concibe a la educación de forma integral, para el conocimiento social y cultural del pueblo, y que tienda a desarrollar armónicamente todas las facultades del ser humano y fomento en él, a la vez, el amor a la Patria, el respeto a los derechos humanos y la conciencia de solidaridad internacional, en la independencia y en la justicia.	INE/CG/120/2015, INE/CG264/2015, INE/CG172/2018 e INE/CG334/2021

47. Ayuntamiento de Torreón, Coahuila.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Dirección de Comunicación Social, “Agarra la onda...Y tu basura también” ; con vigencia del 03 de abril al 05 de junio	Difundir la importancia de una ciudad limpia y concientizar a la población sobre su papel trascendental en este tema.	Artículos 134, párrafo 8 y 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 34, fracción VII del Reglamento Orgánico de la Administración Pública Municipal de Torreón, Coahuila de Zaragoza	Procedente. La campaña tiene el objetivo de fomentar en la población la cultura ambiental y promover la responsabilidad ciudadana sobre mantener limpias las calles, lo cual tiene implicación en la salud de la población. Así, el cuidado del medio ambiente y de la salud son considerados como elementos de la educación para formar en las personas el hábito del cuidado de la salud, además de motivar al mejoramiento de la calidad de vida y evitar focos de infección y propagación de enfermedades. De esta manera, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de educación y salud.	INE/CG626/2021 ¹⁸⁵ e INE/CG43/2022 ¹⁸⁶
Dirección de Comunicación Social, “Agua para todos” ; con vigencia del 03 de abril al 05 de junio	Difundir los servicios de agua potable y alcantarillado, además de sus rubros de educación y cultura para cuidar el agua.	Artículos 134, párrafo 8 y 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 34, fracción VII del Reglamento Orgánico de la Administración Pública Municipal de Torreón, Coahuila de Zaragoza	Procedente. La campaña está vinculada al concepto de educación y tiene como objetivo informar a la ciudadanía sobre la realización de trámites y servicios que presta el gobierno en ejercicio de sus funciones. En ese sentido, se considera que es información pública de carácter institucional, útil y necesaria para realizar los trámites relacionados con el pago, números de atención y reportes. Además, resulta importante subrayar que la campaña deberá cumplir con lo establecido por la Sala Superior en la tesis XIII/2017 ¹⁸⁷	INE/CG/431/2021 ¹⁸⁸ e INE/CG43/2022 ¹⁸⁹

¹⁸⁵ Alcaldía Ciudad de México, “¿Qué te cuesta?”.¹⁸⁶ Ayuntamiento de Tlalixcoyan, Veracruz “Recolección de basura y descacharrización”.¹⁸⁷ 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 29.¹⁸⁸ Coordinación de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México denominada “Reemplacamiento”.¹⁸⁹ Gobierno del estado de Chihuahua. La campaña “Trámites Vehiculares replaqueo 2022”, Coordinación; General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Colima, “Trámites en Línea”.

Dirección de Comunicación Social, "Cambio de modalidad en el pago de parquímetros"; con vigencia del 01 de enero al 05 de junio	Difusión para conocimiento de la ciudadanía en general del nuevo proceso de pago de parquímetros a fin de evitar futuras infracciones por violación al Reglamento de Tránsito y Vialidad.	Artículos 134, párrafo 8 y 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 34, fracción VII del Reglamento Orgánico de la Administración Pública Municipal de Torreón, Coahuila de Zaragoza	Procedente. La campaña está vinculada al concepto de educación y tiene como objetivo informar sobre la implementación de una herramienta tecnológica que facilite la forma de efectuar pagos. En ese sentido, se considera que es información pública de carácter institucional, útil y necesaria para realizar los trámites relacionados con el pago, números de atención y reportes. Además, resulta importante subrayar que la campaña deberá cumplir con lo establecido por la Sala Superior en la tesis XIII/2017 ¹⁹⁰	INE/CG/431/2021 ¹⁹¹ e INE/CG43/2022 ¹⁹²
Dirección de Comunicación Social, "Círculo Colón"; con vigencia del 03 de abril al 05 de junio	Difundir actividades para la convivencia social, especialmente para temas culturales, educativos y de salud.	Artículos 134, párrafo 8 y 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 34, fracción VII del Reglamento Orgánico de la Administración Pública Municipal de Torreón, Coahuila de Zaragoza	Procedente. La campaña tiene como objetivo fomentar el deporte, cultura y educación a través de actividades recreativas. Crear hábitos de vida saludables que eviten ubicarse en situaciones de riesgo resulta importante para la población. Dicho lo anterior, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales.	INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022 ¹⁹³
Dirección de Comunicación Social, "Cuidar de ti"; con vigencia del 03 de abril al 05 de junio	Difusión y promoción de la salud, especialmente para temas de prevención del cáncer, de activación física. Informar sobre la ubicación de centros de salud.	Artículos 134, párrafo 8 y 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 34, fracción VII del Reglamento Orgánico de la Administración Pública Municipal de Torreón, Coahuila de Zaragoza	Procedente. El derecho a la protección de la salud, del que todo mexicano o mexicana goza, se fundamenta en el artículo 4° de la Constitución. Así, el concepto de servicios de salud debe entenderse como el conjunto de actividades que se llevan a cabo para la satisfacción de dicha necesidad colectiva de interés público, las cuales comprenden todos aquellos actos, medios y recursos que son indispensables para su adecuada prestación. Por tanto, toda vez que el objetivo de esta campaña está destinado directamente a los servicios de salud al informar sobre medidas de protección y detección su difusión se encuentra amparada en lo estipulado en las excepciones previstas en la CPEUM.	INE/CG334/2021 ¹⁹⁴ , INE/CG/626/2021 ¹⁹⁵ e INE/CG43/2022 ¹⁹⁶

¹⁹⁰ 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.

¹⁹¹ Coordinación de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México denominada "Reemplacamiento".

¹⁹² Gobierno del estado de Chihuahua. La campaña "Trámites Vehiculares replaqueo 2022", Coordinación; General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Colima, "Trámites en Línea".

¹⁹³ Instituto Colimense del Deporte (Incode), "Deporte es salud"; Instituto Municipal del Deporte de Reynosa, "Ponte en Marcha".

¹⁹⁴ Unidad de Comunicación Social y Atención Ciudadana del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro Prevención y control de enfermedades".

¹⁹⁵ Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México, "Detección oportuna de cáncer de mama".

¹⁹⁶ Ayuntamiento Municipal de Papantla, Dirección de Salud Municipal, "Acciones de prevención de cáncer cervicouterino y mamario".

Dirección de Comunicación Social, "Espérate"; con vigencia del 03 de abril al 05 de junio	Difundir la importancia de la educación vial para prevenir y evitar accidentes.	Artículos 134, párrafo 8 y 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 34, fracción VII del Reglamento Orgánico de la Administración Pública Municipal de Torreón, Coahuila de Zaragoza	Procedente. La prevención de accidentes comprende la adopción de medidas para prevenirlos, así como el fomento de programas de educación y orientación a la población, por lo que su difusión encuadra en el concepto de educación.	INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 ¹⁹⁷ , INE/CG119/2019 ¹⁹⁸ , INE/CG334/2021 ¹⁹⁹
Dirección de Comunicación Social, "Haz Turismo Responsable"; con vigencia del 03 de abril al 05 de junio	Dar a conocer eventos locales, nacionales e internacionales y actividades de la Secretaría de Turismo y Desarrollo de Pueblos Mágicos, dirigidas a residentes del estado y turistas.	Artículos 134, párrafo 8 y 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 34, fracción VII del Reglamento Orgánico de la Administración Pública Municipal de Torreón, Coahuila de Zaragoza	Procedente. Se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no se reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural del pueblo, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros. En consecuencia, resulta evidente que la promoción de del Estado de Coahuila, en relación a sus lugares y destinos turísticos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural, gastronómica y costumbres.	INE/CG43/2022 ²⁰⁰

¹⁹⁷ Caminos y Puentes Federales, con la campaña: "Seguridad Vial".

¹⁹⁸ Secretaría de Comunicaciones y Transportes, con la campaña: "Seguridad Vial".

¹⁹⁹ Unidad de Comunicación Social y Atención Ciudadana del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro, con la campaña: "Auxilio y seguridad vial".

²⁰⁰ Gobierno del estado de Coahuila, "Has turismo responsable".

Dirección de Comunicación Social, "JuventudES" ; con vigencia del 01 de abril al 05 de junio	Difundir información pública relacionada al programa de becas de la Dirección Municipal de la Juventud, desde su funcionamiento y convocatoria hasta el progreso y los resultados.	Artículos 134, párrafo 8 y 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 34, fracción VII del Reglamento Orgánico de la Administración Pública Municipal de Torreón, Coahuila de Zaragoza	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas que tienen como finalidad coadyuvar a que los jóvenes tomen la mejor decisión sobre qué estudiar, conozcan las opciones educativas, la mecánica de ingreso las becas que ofrece el estado con la finalidad de que continúen su proceso de aprendizaje y obtengan mejores oportunidades en el ámbito laboral, así como fechas, requisitos, resultados, etc. No se otorga beneficio directo alguno, sino únicamente se brinda información para acceder al programa.	INE/CG334/2021 ²⁰¹
Dirección de Comunicación Social, "La Poderosa" ; con vigencia del 15 de marzo al 05 de junio	Difundir información relacionada al programa alimentario y de beneficios de la tarjeta denominada "La Poderosa".	Artículos 134, párrafo 8 y 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 34, fracción VII del Reglamento Orgánico de la Administración Pública Municipal de Torreón, Coahuila de Zaragoza.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que provee de una tarjeta para recibir alimentos, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso. ²⁰²	
Dirección de Comunicación Social, "Moviendo Torreón: la chamba está en las calles" ; con vigencia del 15 de marzo al 05 de junio	Facilitar el acceso a servicios y trámites llevando a distintas dependencias a colonias de Torreón	Artículos 134, párrafo 8 y 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 34, fracción VII del Reglamento Orgánico de la Administración Pública Municipal de Torreón, Coahuila de Zaragoza.	Procedente. La campaña está vinculada al concepto de educación y tiene el objetivo de proporcionar información respecto al funcionamiento del programa social que facilitará diversos servicios a la población, informando sobre el punto donde se llevará a cabo la Brigada "Moviendo torreón". Por tanto, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con el concepto educación. En ese sentido, se considera que es información pública de carácter institucional, útil y necesaria. Además, resulta importante subrayar que la campaña deberá cumplir con lo establecido por la Sala Superior en la tesis XIII/2017 ²⁰³	

²⁰¹ Unidad de Comunicación Social y Atención Ciudadana del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro, "Difusión de opciones universitarias y actividades"; Gobierno del estado de México, Secretaría de Educación, "Convocatoria de nuevo ingreso al Tesci semestre 2021-2"; Consejo Zacatecano de Ciencia, Tecnología e Innovación, "Taller para interesados en obtener una beca CONACYT al extranjero".

²⁰² Al respecto, la Sala Superior estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

²⁰³ 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.

Dirección de Comunicación Social, "Ni tú, ni yo. Educación y cultura cívica" ; con vigencia del 03 de abril al 05 de junio	Informar y concientizar a los servidores públicos sobre la importancia de brindar servicio transparente a los ciudadanos, así como difundir las líneas de contacto para reportes y quejas.	Artículos 134, párrafo 8 y 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 34, fracción VII del Reglamento Orgánico de la Administración Pública Municipal de Torreón, Coahuila de Zaragoza.	Procedente. Esta campaña es acorde al concepto de educación, porque incentiva el cumplimiento de las obligaciones de los funcionarios públicos y con ello se contribuye a la transparencia, rendición de cuentas y se combate la corrupción, además de que impulsa a la ciudadanía a practicar la honestidad. Así, la difusión de la referida campaña es importante y resulta necesaria para el Estado Mexicano, tomando en consideración que se trata de un esfuerzo de comunicación y no un programa de gobierno.	INE/CG626/2021 ²⁰⁴
Dirección de Comunicación Social, "Operativo semana santa 2022" ; con vigencia del 01 de abril al 30 de abril	Dar a conocer eventos y actividades locales, dirigidas a residentes de la ciudad y turistas. Promocionar destinos turísticos.	Artículos 134, párrafo 8 y 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 34, fracción VII del Reglamento Orgánico de la Administración Pública Municipal de Torreón, Coahuila de Zaragoza.	Procedente: el derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. La acción en materia de prevención de accidentes comprende la adopción de medidas para prevenirlos, así como el fomento de programas de educación y orientación a la población. Lo anterior tiene una evidente finalidad de educación vial y prevención de accidentes, por lo cual atendiendo al concepto integral de educación que proporciona el artículo tercero de la carta magna, resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de educación, por el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros, lo que también implica que para el disfrute del turismo en país deben de existir los medios necesarios, tanto para su difusión, como para el cuidado y protección de los turistas nacionales y extranjeros.	INE/CG61/2015 INE/CG43/2022 ²⁰⁵
Dirección de Comunicación Social, "Proximidad Social" ; con vigencia del 15 de febrero al 05 de junio	Dar a conocer el trabajo que realiza operativamente la corporación, si no el trabajo de proximidad ciudadana, donde a través de redes sociales, se da a conocer que ante cualquier circunstancia los elementos apoyarán a la gente en labores sociales.	Artículos 134, párrafo 8 y 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 34, fracción VII del Reglamento Orgánico de la Administración Pública Municipal de Torreón, Coahuila de Zaragoza.	Improcedente. De acuerdo con lo establecido en el formulario la solicitud no se refiere a una campaña gubernamental sino al ejercicio de las obligaciones y facultades de personal de la administración del municipio, dando a conocer el trabajo que realizan en la calle y en los sectores de la ciudad; así como la asistencia y atención que brindan a la población.	INE/CG626/2021 ²⁰⁶

²⁰⁴ Coordinación General de Comunicación y Agenda Digital del Gobierno del estado de Puebla "Anticorrupción".

²⁰⁵ Ayuntamiento de Zongolica, Veracruz, "Operativo Vacacional de Semana Santa".

²⁰⁶ Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo, Secretaría de Servicios Municipales, "Mejoramiento de la Imagen Urbana".

Dirección de Comunicación Social, "Reclutamiento" ; con vigencia del 03 de abril al 05 de junio	Reclutar a nuevos elementos de seguridad pública municipal para el municipio de Torreón. Abarca distintos temas como los documentos y requisitos que necesitan cumplir para unirse.	Artículos 134, párrafo 8 y 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 34, fracción VII del Reglamento Orgánico de la Administración Pública Municipal de Torreón, Coahuila de Zaragoza.	Procedente. De conformidad con el artículo 21 de la CPEUM, la seguridad pública es una función del Estado a cargo de la Federación, las entidades federativas y los Municipios, cuyos fines son salvaguardar la vida, las libertades, la integridad y el patrimonio de las personas, así como contribuir a la generación y preservación del orden público y paz social. Tomando en consideración lo anterior, la presente campaña tiene como finalidad informar a la población acerca de la convocatoria para formar parte de la policía estatal y seguridad penitenciaria, por lo que, tiene un vínculo estrecho con el concepto de educación al permitir que la sociedad conozca de la contratación de personal y así fortalecer la seguridad del municipio de Torreón; formando parte de las campañas amparadas dentro de las excepciones previstas en la CPEUM.	INE/CG1081/2015, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022 ²⁰⁷
Dirección de Comunicación Social, "Torreón, mi destino" , con vigencia del 03 de abril al 05 de junio	Promover el turismo mediante la difusión de atractivos gastronómicos, eventos culturales, entre otros.	Artículos 134, párrafo 8 y 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 34, fracción VII del Reglamento Orgánico de la Administración Pública Municipal de Torreón, Coahuila de Zaragoza.	Procedente. Se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural del pueblo, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros. En consecuencia, resulta evidente que la promoción de del Estado de Coahuila, en relación a sus lugares y destinos turísticos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural, gastronómica y costumbres.	CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021e INE/CG626/2021 INE/CG43/2022 ²⁰⁸

²⁰⁷ Gobierno del estado de Veracruz, Coordinación General de Comunicación Social, "Convocatoria de Reclutamiento para Policía Estatal".

²⁰⁸ Secretaría de Desarrollo Económico, Subsecretaría de Turismo, "Campaña de promoción turística- Colima cerca de ti", Secretaría de Turismo y la Coordinación General de Comunicación Social y Vocería, ambos del Gobierno del estado de Oaxaca, "Campaña de promoción turística del Estado de Oaxaca", "Campaña de promoción cultural de Oaxaca".

Dirección de Comunicación Social, "Tu mejor decisión", con vigencia del 03 de abril al 05 de junio	Dar a conocer medidas de protección y salud ante la pandemia originada por el COVID-19.	Artículos 134, párrafo 8 y 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 34, fracción VII del Reglamento Orgánico de la Administración Pública Municipal de Torreón, Coahuila de Zaragoza.	Procedente: La campaña tiene como finalidad informar a la población y crear conciencia sobre las medidas preventivas ante el COVID-19. En atención a lo anterior, el artículo 4° de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, se considera adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental por su vinculación directa con el concepto de salud.	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, ²⁰⁹ INE/CG626/2021 ²¹⁰ e INE/CG43/2022 ²¹¹
--	---	---	--	---

48. Ayuntamiento de Veracruz, Veracruz.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
"AVGM Veracruz", con vigencia de 01 de marzo al 30 de junio	Dar a conocer información y materiales relativos a la alerta de violencia de género contra las mujeres declarada en el municipio de Veracruz; así como relacionada con los derechos humanos de las mujeres y niñas del municipio de Veracruz	Artículos 115 fracción II, segundo párrafo, 134 párrafo octavo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Declaratoria de Alerta de Violencia de Género contra las Mujeres del Estado de Veracruz; 34 y 35 de la Ley Orgánica del Municipio Libre de Veracruz de Ignacio de la Llave;	Procedente. La campaña tiene como objetivo reducir y prevenir la violencia de género en cualquier ámbito, así como visibilizar y difundir los derechos humanos de las mujeres y niñas. Sobre lo señalado, este Órgano estima oportuno recordar que en años anteriores se han exceptuado campañas similares por vincularse con un tema de educación precisamente por la prevención y erradicación de la violencia contra la mujer, por lo que se estima procedente exceptuar la campaña.	INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022

49. Ayuntamiento de Xicotepec de Juárez, Puebla.

²⁰⁹ Coordinación General de Comunicación e imagen del Gobierno de Coahuila de Zaragoza, "Hazlo por ti y hazlo por todos SALUD"; Coordinación General de Comunicación y Agenda Digital del Gobierno de Puebla, "Acciones de prevención contra el COVID-19".

²¹⁰ Secretaría de Desarrollo Humano y Social, Dirección de Sanidad del Municipio de Tulancingo de Bravo, "Medidas preventivas COVID-19".

²¹¹ Secretaría de Salud de Tamaulipas, "Promoción de Medidas Preventivas de COVID-19".

CAMPAÑA	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Xicote Bike 5ª edición 2022”, con vigencia del 04 de marzo al 10 de abril	Promover a Xicotepec como destino ideal para el turismo deportivo y de aventura.	Artículos 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 90 y 122 de la Ley Orgánica Municipal	Procedente. La promoción de cualquier parte del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Asimismo, el artículo 4 de la Norma fundamental establece que los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida, costumbres y gastronomía, entre otros. En consecuencia, resulta evidente que la promoción de Xicotepec como destino para el turismo deportivo y de aventura se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer acerca de los servicios y opciones con las que cuenta en esa materia.	INE/CG334/2021, ²¹² INE/CG431/2021
“Campana para prevención de la temporada de sequía”, con vigencia del 04 de marzo al 20 de mayo	Informar y prevenir a la sociedad sobre los efectos de la temporada de estiaje en los meses de calor, así como sensibilizar a la ciudadanía sobre el cuidado del agua	Artículos 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 90 y 122 de la Ley Orgánica Municipal	Procedente. Dado que la Constitución concibe a la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, dichas actividades de prevención corresponden a la educación informal y contribuyen a generar o modificar hábitos y patrones de conducta en beneficio de la ciudadanía, y a la conservación de los bosques como parte del medio ambiente. La protección de los recursos forestales de México representa, también, un factor de crecimiento económico y real importancia para el desarrollo sustentable del país.	INE/CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG235/2020, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021 ²¹³
“71ª feria de la primavera Xicotepec 2022”, con vigencia del 15 de febrero al 18 de abril	Atraer el turismo estatal y nacional, para que la gente conozca la diversidad cultural de Xicotepec, y que a su vez genere una derrama económica en beneficio de los habitantes.	Artículos 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 90 y 122 de la Ley Orgánica Municipal	Procedente. Resulta evidente que promover la riqueza cultural y gastronómica, ganadería, cafecultura, floricultura, entre otras actividades económicas que dan sustento a familias en el municipio en relación a los lugares y destinos productores de estos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres.	INE/CG172/2018 ²¹⁴ INE/CG334/2021 ²¹⁵

²¹² Gobierno del estado de Tamaulipas, Secretaría de Turismo con la campaña “Conoce TAM”; Gobierno del estado de Zacatecas, Secretaría de Turismo, con la campaña: “Pacto Centro Occidente”; Secretaría de Turismo y Desarrollo de Pueblos Mágicos, Dirección de Comunicación y Subdirección de Mercadotecnia Digital, “Haz turismo en Coahuila”; Ayuntamiento de Santiago Tulantepec de Lugo Guerrero, Hidalgo, con la campaña: “Descubre Santiago”.

²¹³ Dirección de Protección Civil y Zonas de Alto Riesgo con la campaña “Programa de Estiaje Alcaldía Álvaro Obregón”; Ayuntamiento de Córdoba, Veracruz, “Prevención e información sobre estiaje/huracanes”; Dirección Protección Civil y Bomberos de Puerto Vallarta, “Temporada de Estiaje (incendios forestales)”.

²¹⁴ Municipio de Ciudad Juárez, Chihuahua. Por lo que corresponde a la “Feria Juárez 2018”.

²¹⁵ Dirección de Ferias, Espectáculos y Paseos Turísticos de Durango. La campaña “Agenda de actividades de la Feria Nacional Durango (FENADU)”.

50. Ayuntamiento de San Salvador el Verde, Puebla.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Coordinación de Desarrollo Comunitario, “Talleres CECADE”, con vigencia del 01 de marzo a abril.	Difundir la impartición de talleres de cocina, estilismo y carpintería que ayuden a la población a encontrar empleo.	No agrega.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña relativa a impartir talleres que coadyuven a la población en busca de trabajo para que desarrollen conocimientos que les puedan ayudar a encontrar un buen empleo. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022.
Unidad Básica de Rehabilitación, “UBR”, con vigencia del 07 de marzo al 11 abril.	Proporcionar servicios de rehabilitación física a personas con discapacidad	No agrega.	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que otorga servicios de rehabilitación física gratuitas a personas con discapacidad, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso. ²¹⁶	

51. Dependencias del Gobierno de la Ciudad de México.

²¹⁶ Al respecto, la Sala Superior estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Coordinación General de Comunicación Ciudadana, “ Reportes *0311 ”, con vigencia del 05 de febrero al 01 de junio	Dar a conocer a la población la herramienta para denunciar y solucionar los desperfectos en los servicios públicos	Artículo 102, fracción I, del Reglamento Interior del Poder Ejecutivo y de la Administración Pública de la Ciudad de México	Procedente. Se trata de información institucional con fines educativos, pues instruye a la población sobre el uso de la línea que permite realizar denuncias sobre fallas en servicios públicos, lo que coadyuva con las labores de prevención. Así, puede ser considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	INE/CG43/2022 ²¹⁷
Coordinación General de Comunicación Ciudadana, “ Denuncias 089 ”, con vigencia del 05 de febrero al 30 de junio	Promover la cultura de la denuncia en línea para combatir los delitos como la extorsión, secuestro, la trata de personas.	Artículo 102, fracción I, del Reglamento Interior del Poder Ejecutivo y de la Administración Pública de la Ciudad de México	Procedente. Se trata de información institucional con fines educativos, pues instruye a la población sobre las herramientas que permiten alertar a las autoridades de la existencia de una emergencia o de un delito, lo que coadyuva con las labores de prevención y persecución de delitos. Así, puede considerarse dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional. ²¹⁸	INE/CG109/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022 ²¹⁹

²¹⁷ Secretaría de Seguridad del Gobierno del estado de Tamaulipas, con la campaña: “Línea de emergencia 911”.

²¹⁸ En condiciones similares a esta campaña “Ángeles Azules”, en el SUP-RAP-121/2014, respecto de la “Campaña del 066 y 089 del Consejo Estatal de Seguridad Pública”, la Sala Superior estableció que atendiendo a la necesidad de la sociedad de contar con vías de comunicación para denunciar hechos posiblemente constitutivos de delito, y que permitan la reacción inmediata de las autoridades policiacas, resulta lógico que las autoridades implemente programas y acciones, no solo encaminadas a dar a conocer los instrumentos y mecanismos que se implementen para facilitar la denuncia de delitos, sino además, tendentes a fomentar su uso y utilización entre la sociedad, por lo que se encuentran dentro de los previsto en las excepciones previstas en la CPEUM.

²¹⁹ Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Colima, con la campaña: “Difusión de los números de emergencia 089 y 911 y denuncia anónima a través de campañas preventivas”.

Coordinación General de Comunicación Ciudadana, “Altépetl” , con vigencia del 05 de febrero al 01 de junio	Informar sobre la importancia de prevenir, reportar y evitar incendios durante la temporada de sequías y disminuir los riesgos de la población ante este tipo de desastres naturales.	Artículo 102, fracción I, del Reglamento Interior del Poder Ejecutivo y de la Administración Pública de la Ciudad de México	Procedente. La campaña brinda información que permitirá dar a conocer a la población la importancia de prevenir y reportar los incendios forestales, por lo que tiene como propósito crear consciencia en la población y cuidar el medio ambiente. Al respecto este Consejo General considera que, como en años anteriores, este tipo de campañas deberán ser de las consideradas dentro de las exceptuadas a la prohibición constitucional de difundir propaganda gubernamental durante las campañas electorales y hasta la Jornada Electoral por su vinculación al concepto de educación.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG235/2020, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 ²²⁰ e INE/CG43/2022 ²²¹
Coordinación General de Comunicación Ciudadana, “Atención a las causas de inseguridad” , con vigencia del 05 de febrero al 01 de junio	Informar sobre la oferta educativa, programas de prevención de adicciones, acciones de desarme voluntario y reconstrucción del tejido social para disminuir los niveles de inseguridad y violencia.	Artículo 102, fracción I, del Reglamento Interior del Poder Ejecutivo y de la Administración Pública de la Ciudad de México	Procedente. La campaña debe ser considerada dentro de las excepciones previstas en el texto constitucional por su contenido educativo, pues, para este Consejo, resulta evidente que la información a transmitir es imprescindible para la educación y salud pública. El objetivo está orientado a fortalecer los conocimientos sobre adicciones, seguridad, violencia con enfoque preventivo.	CG75/2012, CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019 e INE/CG109/2021

²²⁰ Gobierno del estado de Veracruz, Coordinación General de Comunicación Social, “Incendios forestales”.

²²¹ Coordinación General de Comunicación Social e Imagen Institucional del Gobierno de Coahuila de Zaragoza, con la campaña: “Prevención de Incendios”; Ayuntamiento de Izúcar de Matamoros, Puebla, con la campaña: “Prevención de Incendios de Pastizales”; Ayuntamiento de Zongolica, Veracruz, Dirección Municipal de Protección Civil, “Prevención de incendios forestales y registro de quemas agrícolas”; Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes, Departamento de Protección Civil, con la campaña: “Prevención de incendios por temporada”.

Coordinación General de Comunicación Ciudadana, “Bienestar educativo” , con vigencia del 05 de febrero al 01 de junio	Informar a las y los tutores de las niñas y los niños inscritos en escuelas públicas, sobre los canales de atención en caso de presentar algún problema con la tarjeta Mi beca para empezar	Artículo 102, fracción I, del Reglamento Interior del Poder Ejecutivo y de la Administración Pública de la Ciudad de México	Procedente. La campaña está vinculada al concepto de educación y pretende dar a conocer a la población información pública de carácter institucional, ²²² por lo que su difusión se encuentra permitida durante la campaña y veda electoral siempre que no se trate de publicidad ni <u>propaganda gubernamental</u> , no haga referencia a alguna candidatura o partido político, no promocióne a algún funcionario público o logro de gobierno, ni contenga propaganda en la que se realicen expresiones de naturaleza político electoral. Lo anterior, en atención a lo establecido por la Sala Superior en la Tesis XIII/2017 ²²³ , ya que este tipo campañas constituye información sobre temáticas relacionadas con trámites administrativos.	INE/CG43/2022 ²²⁴
Coordinación General de Comunicación Ciudadana, “CDMX Digital” , con vigencia del 05 de febrero al 01 de junio	Garantizar el acceso a servicios educativos y realizar distintos trámites de la administración pública de forma remota.	Artículo 102, fracción I, del Reglamento Interior del Poder Ejecutivo y de la Administración Pública de la Ciudad de México	Procedente. La campaña está vinculada al concepto de educación y pretende dar a conocer a la población información pública de carácter institucional, ²²⁵ por lo que su difusión se encuentra permitida durante la campaña y veda electoral siempre que no se trate de publicidad ni propaganda gubernamental, no haga referencia a alguna candidatura o partido político, no promocióne a algún funcionario público o logro de gobierno, ni contenga propaganda en la que se realicen expresiones de naturaleza político electoral. Lo anterior, en atención a lo establecido por la Sala Superior en la Tesis XIII/2017, ²²⁶ ya que este tipo campañas constituye información sobre temáticas relacionadas con trámites administrativos.	INE/CG43/2022 ²²⁷

²²² 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.

²²³ 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.

²²⁴ Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas, Secretaría de Desarrollo Social, Dirección de Educación, “Programa Municipal de Desarrollo Social en Becas Escolares 2022”.

²²⁵ 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.

²²⁶ 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.

²²⁷ Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Colima, con la campaña: “Trámites en Línea”.

Coordinación General de Comunicación Ciudadana, "Cuidado del Agua" , con vigencia del 05 de febrero al 01 de junio	Incentivar el uso racional del agua en la población, promover prácticas de uso responsable e informar sobre posibles afectaciones en la distribución durante la temporada de estiaje.	Artículo 102, fracción I, del Reglamento Interior del Poder Ejecutivo y de la Administración Pública de la Ciudad de México	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas al cuidado y buen uso del agua, ya que estas actividades corresponden a la educación informal y contribuyen a generar y/o modificar hábitos y patrones de conducta en beneficio de la salud de la ciudadanía.	CG75-2012, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG334/2021 ²²⁸ , INE/CG626/2021 ²²⁹ e INE/CG43/2022 ²³⁰
Coordinación General de Comunicación Ciudadana, "Diversidad LGBT+" , con vigencia del 05 de febrero al 30 de junio	Prevenir y erradicar la violencia contra personas de las comunidades LGBT+, además de promover la no discriminación y su inclusión plena de derechos en la sociedad.	Artículo 102, fracción I, del Reglamento Interior del Poder Ejecutivo y de la Administración Pública de la Ciudad de México	Procedente. La campaña tiene como objetivo educar y fomentar valores como el reconocimiento a la diversidad, la libertad y los derechos de las personas de las comunidades LGBTTI+, promoviendo la igualdad y no discriminación y a favor de la inclusión, por lo que debe ser considerada dentro de las excepciones previstas en el texto constitucional por su contenido educativo, pues, para este Órgano, resulta evidente que la información a transmitir es imprescindible para dar a conocer a los derechos humanos de las personas LGBTTI+. No se debe perder de vista que la Sala Superior recalcó, en la sentencia SUP-RAP-57/2010 que la educación constitucional concibe la educación como una formación integral del ser humano al ampliar su espectro al conocimiento social y cultural del pueblo, siendo que de conformidad con el artículo 4° de la Constitución los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones.	INE/CG334/2021 ²³¹
Coordinación General de Comunicación Ciudadana, "Ecobici" , con vigencia del 05 de febrero al 01 de junio	Incentivar el uso del sistema de bicicleta pública (ECOBICI) como una alternativa no contaminante y saludable como parte de los traslados de los habitantes y visitantes de la Ciudad de México.	Artículo 102, fracción I, del Reglamento Interior del Poder Ejecutivo y de la Administración Pública de la Ciudad de México	Procedente. La campaña está orientada a construir una cultura ambiental con el uso de otro medio de transporte que a su vez incentiva la actividad física generando buenos estados de salud. Así, el cuidado del medio ambiente y de la salud son considerados como elementos de la educación para formar en las personas el hábito del cuidado de la salud, además de abatir los altos índices de obesidad, busca motivar a llevar una vida saludable. De esta manera, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de educación y salud.	

²²⁸ Gobierno de la Ciudad de México, Coordinación General de Comunicación Ciudadana, "El reto es (seguridad hídrica)"; Unidad de Comunicación Social y Atención Ciudadana del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro "Cultura del agua".

²²⁹ Alcaldía Tlalpan de la Ciudad de México "¿Qué te cuesta?".

²³⁰ Gobierno del estado de Veracruz, Coordinación General de Comunicación Social, "Campaña de acciones preventivas para el agua de calidad y rescate de ríos y arroyos en el estado de Veracruz".

²³¹ Gobierno del estado de México, Secretaría de la Mujer, "Video del mes de junio dirigido a la población mexiquense conmemorando el mes de la diversidad sexual".

Coordinación General de Comunicación Ciudadana, “Educación Superior” , con vigencia del 05 de febrero al 01 de junio	Informar a los egresados de educación media superior, a sus madres, padres y tutores sobre la oferta educativa de la Universidad de la Salud y la Universidad Rosario Castellanos, sobre la importancia de contar con modelos educativos innovadores, de calidad y con pertinencia sociocultural.	Artículo 102, fracción I, del Reglamento Interior del Poder Ejecutivo y de la Administración Pública de la Ciudad de México	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas que tienen como finalidad coadyuvar a que los jóvenes conozcan las opciones que ofrecen las universidades para continuar con su formación académica, dotando a los estudiantes de mejores herramientas para su desarrollo personal y profesional. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional, ya que incentiva el ingreso a la educación superior para así evitar el rezago educativo.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 ^{232e} INE/G43/2022 ²³³
Coordinación General de Comunicación Ciudadana, “Emplacamiento” , con vigencia del 05 de febrero al 01 de junio	Educar sobre los distintos métodos de emplacamiento, las facilidades para realizar el trámite y la importancia de contribuir para el desarrollo de la ciudad.	Artículo 102, fracción I, del Reglamento Interior del Poder Ejecutivo y de la Administración Pública de la Ciudad de México	Procedente. La campaña está vinculada al concepto de educación y tiene como objetivo informar a la ciudadanía sobre la realización de trámites y servicios que presta el gobierno en ejercicio de sus funciones. En ese sentido, se considera que es información pública de carácter institucional, útil y necesaria para realizar los trámites para el emplacamiento. Además, resulta importante subrayar que la campaña deberá cumplir con lo establecido por la Sala Superior en la tesis XIII/2017 ²³⁴	INE/CG/431/2021 ^{235e} INE/CG43/2022 ²³⁶
Coordinación General de Comunicación Ciudadana, “Lunas” , con vigencia del 05 de febrero al 30 de junio	Informar a la población sobre los servicios y ubicación de las unidades territoriales de atención y prevención de la violencia de género, brindar asesoría y acompañamiento psicológico y jurídico.	Artículo 102, fracción I, del Reglamento Interior del Poder Ejecutivo y de la Administración Pública de la Ciudad de México	Procedente. La campaña tiene como objetivo brindar atención a través de unidades territoriales a las mujeres, en diversas disciplinas para salir del círculo de la violencia, proporcionar información de carácter sexual y reproductivo. Sobre lo señalado, este Órgano estima oportuno recordar que en años anteriores se han exceptuado campañas similares por vincularse con un tema de educación precisamente por la prevención y erradicación de la violencia contra la mujer, por lo que se estima procedente exceptuar la campaña.	INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022

²³² Gobierno del estado de México, Secretaría de Educación, con las campañas: “Convocatoria de nuevo ingreso al TESCO semestre 2021-2” y “Convocatoria de nuevo ingreso y selección en las IES de SEIEM, ciclo escolar 2021 2022”.

²³³ Gobierno del estado de Oaxaca, Coordinación General de Educación Media Superior y Superior, Ciencia y Tecnología /Dirección de Educación Superior, “3ra Exporienta Educativa Virtual 2022”.

²³⁴ 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.

²³⁵ Coordinación de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México denominada “Reemplacamiento”.

²³⁶ Gobierno del estado de Chihuahua. La campaña “Trámites Vehiculares replaqueo 2022”.

Coordinación General de Comunicación Ciudadana, “Mi Centro Histórico” , con vigencia del 05 de febrero al 01 de junio	Promover el Centro Histórico como un espacio de orgullo y encuentro para la ciudad.	Artículo 102, fracción I, del Reglamento Interior del Poder Ejecutivo y de la Administración Pública de la Ciudad de México	Procedente. Se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Por tanto, resulta evidente que la promoción nacional del Centro Histórico de la Ciudad de México se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres.	CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 ²³⁷ , INE/CG431/2021 ²³⁸ , INE/CG626/2021 ²³⁹ e INE/CG43/2022
Coordinación General de Comunicación Ciudadana, “Ponte Pila” , con vigencia del 05 de febrero al 01 de junio	Promover actividades físicas y recreativas en la población de la ciudad para mejorar la salud y prevenir enfermedades	Artículo 102, fracción I, del Reglamento Interior del Poder Ejecutivo y de la Administración Pública de la Ciudad de México	Procedente. La campaña tiene como objetivo fomentar la actividad física y prevenir enfermedades crónicas, incrementando la cultura de la prevención y promover hábitos de vida saludables que eviten a la población ubicarse en situaciones de riesgo. Dicho lo anterior, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales.	INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022 ²⁴⁰
Coordinación General de Comunicación Ciudadana, “Salud en tu vida” , con vigencia del 05 de febrero al 01 de junio	Promover la cultura física, alimentaria y del deporte en la población de la Ciudad de México como una forma de contrarrestar enfermedades	Artículo 102, fracción I, del Reglamento Interior del Poder Ejecutivo y de la Administración Pública de la Ciudad de México	Procedente. De igual forma que la campaña anterior, el objetivo es fomentar la actividad física y prevenir enfermedades crónicas, incrementando la cultura de la prevención y promover hábitos de vida saludables que eviten a la población ubicarse en situaciones de riesgo, así como proporcionar asesoría de profesionales médicos sobre alimentación. Dicho lo anterior, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales.	INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022
Centro de Comando, Control, Cómputo, Comunicaciones y Contacto Ciudadano del Gobierno de la Ciudad de México, “Fortalecimiento del Sistema de Ambulancias de la Ciudad de México” , con vigencia del 21 de febrero al 30 de septiembre	Dar a conocer las acciones que se han realizado y el funcionamiento de la atención prehospitalaria, así como la convocatoria para la inscripción de voluntarios.	Artículos 290 y 291, fracciones XII y XIII del Reglamento Interior del Poder Ejecutivo de la Administración Pública de la Ciudad de México	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, del formulario se desprende que una parte de la campaña consiste en difundir las acciones que se han realizado para fortalecer la atención prehospitalaria en la ciudad, situación que podría constituir propaganda gubernamental, por tanto, no cumple con el criterio de necesidad.	

²³⁷ Gobierno del estado de Tamaulipas, Secretaría de Turismo con la campaña “Conoce TAM”; Gobierno del estado de Zacatecas, Secretaría de Turismo, con la campaña: “Pacto Centro Occidente”; Secretaría de Turismo y Desarrollo de Pueblos Mágicos, Dirección de Comunicación y Subdirección de Mercadotecnia Digital, “Haz turismo en Coahuila”; Ayuntamiento de Santiago Tulantepec de Lugo Guerrero, Hidalgo, con la campaña: “Descubre Santiago”.

²³⁸ Gobierno del Estado de México, Coordinación General de Comunicación Social, con la campaña: “Turismo, medidas preventivas COVID”.

²³⁹ Ayuntamiento de Nicolás Romero, Estado de México, con la campaña. “San Pedro 2021”; Secretaría de Turismo y la Coordinación General de Comunicación Social y Vocería, ambos del Gobierno del estado de Oaxaca, con la campaña: “Campaña de Promoción Turística del estado de Oaxaca”.

²⁴⁰ Instituto Colimense del Deporte (Incode), “Deporte es salud”; Instituto Municipal del Deporte de Reynosa, “Ponte en Marcha”.

Organismo Regulador de Transporte del Gobierno de la Ciudad de México, “ Red de recarga externa ”, con vigencia del 28 de febrero a indeterminada.	Dar a conocer las nuevas posibilidades para recargar la Tarjeta de Movilidad Integrada. Se da a conocer el número de puntos habilitados, los procedimientos para recargar, los montos mínimos y máximos de recarga y los beneficios en tiempo y seguridad de recargar en estas nuevas modalidades.	Artículos 10, fracción IX; 227, último párrafo de la Ley de Movilidad de la Ciudad de México	Procedente: La campaña está vinculada al concepto de educación y pretende dar a conocer a la población información pública de carácter institucional, ²⁴¹ por lo que su difusión se encuentra permitida durante la campaña y veda electoral siempre que no se trate de publicidad ni propaganda gubernamental, no haga referencia a alguna candidatura o partido político, no promocióne a algún funcionario público o logro de gobierno, ni contenga propaganda en la que se realicen expresiones de naturaleza político electoral. Lo anterior, en atención a lo establecido por la Sala Superior en la Tesis XIII/2017, ya que este tipo campañas constituye información sobre temáticas relacionadas con trámites administrativos y servicios a la comunidad.	
---	--	--	---	--

52. Dependencias del Gobierno del estado de Jalisco.

²⁴¹ 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.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Coordinación General de Comunicación y la Secretaría de Igualdad Sustantiva entre mujeres y hombres, “Acciones contra la violencia en razón de género” ; con vigencia del 21 de marzo al 15 de julio	Comunicar la Estrategia Emergente que el Gobierno de Jalisco desplegará para prevenir, atender y proteger a las mujeres, adolescentes y niñas víctimas de violencia por razón de género.	Artículo 31 párrafo 1 fracción XIII de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, 2 y 222 de la Ley del Sistema de Seguridad Pública, 4 y 5 fracción IV del Reglamento Interno de la Coordinación General de Comunicación, todas del Estado de Jalisco.	Procedente. La campaña tiene como objetivo divulgar las acciones, indicaciones, medidas, y recomendaciones para prevenir la violencia en sus distintas formas. Sobre lo señalado, este Órgano estima oportuno recordar que en años anteriores y a lo largo del presente instrumento se han exceptuado campañas similares por vincularse con un tema de educación precisamente por la prevención y erradicación de la violencia contra la mujer, por lo que se estima procedente exceptuar la campaña.	INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG431/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022
Coordinación General de Comunicación y la Secretaría de Seguridad, “Prevención del delito y medidas de seguridad en temporada vacacional” ; con vigencia del 21 de marzo al 15 de julio	Reducir la incidencia delictiva a través de la implementación de políticas públicas y programas que permitan socializar las medidas de autoprotección y cuidado para evitar ser víctima de un delito.	Artículo 31 párrafo 1 fracción XIII de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, 2 y 222 de la Ley del Sistema de Seguridad Pública, 4 y 5 fracción IV del Reglamento Interno de la Coordinación General de Comunicación, todas del Estado de Jalisco.	Procedente. La campaña guarda relación con el concepto de protección civil al difundir información atinente para prevenir accidentes y delitos durante el periodo vacacional. Por tanto, es adecuado exceptuar esta campaña de las prohibiciones de difundir propaganda gubernamental que impone el texto constitucional.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022 ²⁴²

²⁴² Ayuntamiento de Zongolica, Veracruz, Dirección Municipal de Protección Civil, “Operativo Vacacional de Semana Santa”.

Coordinación General de Comunicación y la Secretaría de Medio Ambiente y Desarrollo Territorial, “Prevención de incendios forestales”; con vigencia del 16 de marzo al 15 de julio	Concientizar e informar a los ciudadanos de Jalisco sobre la importancia de prevenir los incendios forestales y así evitar accidentes y cuidar el medio ambiente.	Artículo 17 párrafo 1, fracción XXX de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, 2 y 9 de la Ley de Protección Civil y 4 y 5 del Reglamento Interno de la Coordinación de Comunicación Social, todas del Estado de Jalisco.	Procedente. La campaña tiene el objetivo de dar a conocer a la población sobre la importancia de prevenir y reportar oportunamente los incendios forestales, esto es, la propaganda tiene como propósito involucrar a la sociedad en los trabajos de prevención de incendios forestales, para fomentar conciencia sobre la importancia de cuidar la superficie arbolada del país y disminuir el riesgo de desastres, por lo que se encuentra vinculada al concepto de educación. En relación con lo anterior, dado que la Constitución concibe a la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, dichas actividades de prevención corresponden a la educación informal y contribuyen a generar o modificar hábitos y patrones de conducta en beneficio de la ciudadanía, y a la conservación de los bosques, las superficies agrícolas y las zonas rurales como parte del medio ambiente.	CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG235/2020, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021
Secretaría de Salud, “Donación de órganos”; con vigencia del 07 de marzo al 15 de julio	Concientizar sobre la importancia de salvar vidas a través de la donación de órganos e invitarles a solicitar su tarjeta de donador.	Artículo 31 párrafo 1 fracción I y II de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, 3 y 34 de la Ley de Salud, 4 y 5 fracción IV del Reglamento Interno de la Coordinación General de Comunicación, todas del Estado de Jalisco.	Procedente. Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud, ya que por un lado, genera valores y cultura relacionados con la importancia de la donación de órganos para salvar vidas y concientiza a la población con la finalidad de consolidar y mantener un sistema nacional que permita la disponibilidad, accesibilidad, calidad y seguridad de los órganos, además de mejorar la calidad de vida de las personas que reciben un órgano o bien, les permite seguir viviendo, por lo que se considera adecuada la solicitud y la campaña como exceptuada de la prohibición constitucional de difundir propaganda gubernamental durante las campañas y hasta el día de la Jornada Electoral.	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021²⁴³ INE/CG/626/2021²⁴⁴ e INE/CG43/2022²⁴⁵

²⁴³ Unidad de Comunicación Social y Atención Ciudadana del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro. “Donación de órganos y tejidos, sangre”.

²⁴⁴ Dirección General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Nayarit, “Donación de sangre”.

²⁴⁵ Centro Nacional de Transfusión Sanguínea, la campaña “Donación voluntaria y altruista de sangre”.

Secretaría de Turismo, “ Jalisco es México ”; con vigencia del 07 de marzo al 15 de julio	Posicionar los destinos más importantes de Jalisco a través de la Marca Jalisco para generar mayor atracción de turistas, afluencia y derrama económica para el estado.	Artículo 33 numeral I y V de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, 3, numeral VI, 5, numeral XXI de la Ley de Turismo, 4 y 5 numeral III y IV del Reglamento Interno de la Coordinación General de Comunicación, todas del Estado de Jalisco.	Procedente. Se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural del pueblo, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros. En consecuencia, resulta evidente que la promoción de del Estado de Jalisco, en relación a sus lugares y destinos turísticos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural, gastronómica y costumbres.	CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021e INE/CG626/2021 INE/CG43/2022 ²⁴⁶
Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural, “ Farmacia viviente ”, con vigencia del 07 de marzo al 15 de julio	Dar a conocer las capacitaciones que se brindará al sector rural en municipios y comunidades del Estado para tener un buen manejo sustentable de plantas medicinales.	Artículo 30 párrafo 1 fracción II de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, 3 y 34 de la Ley de Salud, 4 y 5 fracción IV del Reglamento Interno de la Coordinación General de Comunicación, todas del Estado de Jalisco.	Procedente. La Constitución concibe a la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, el intercambio de conocimiento fomenta a la educación informal ya que contribuye a capacitar e informar acerca de la importancia de conocer los beneficios y propiedades de las plantas medicinales, por tanto, se estima pertinente exceptuar esta campaña de las prohibiciones que impone el texto constitucional para la difusión de propaganda gubernamental.	INE/CG172/2018, INE/CG626/2021 INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022

²⁴⁶ Secretaría de Desarrollo Económico, Subsecretaría de Turismo, “Campaña de promoción turística- Colima cerca de ti”, Secretaría de Turismo y la Coordinación General de Comunicación Social y Vocería, ambos del Gobierno del estado de Oaxaca, “Campaña de promoción turística del Estado de Oaxaca”, “Campaña de promoción cultural de Oaxaca”.

Secretaría de Salud, "Prevención del consumo de Drogas" ; con vigencia del 07 de marzo al 15 de julio	Prevenir a los grupos vulnerables (mujeres, hombres trabajadores, comunidad LGBTQI+) sobre los peligros del consumo de drogas sintética tales como el cristal.	Artículo 30 párrafo 1 fracción I y II de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, 3 y 34 de la Ley de Salud, 4 y 5 fracción IV del Reglamento Interno de la Coordinación General de Comunicación, todas del Estado de Jalisco.	Procedente. El derecho a la protección de la salud entendido como un estado de completo bienestar físico, mental y social, del que todo mexicano goza, es un derecho que claramente las autoridades procuran al realizar acciones como esta campaña, encaminadas a proteger, promover y realizar actividades relacionadas con abatir y prevenir el consumo de drogas. Por tanto, se estima adecuado considerar dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales durante los periodos de campaña que se lleven a cabo en los procedimientos electorales a esta campaña, ya que se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a diversos grupos de población con el propósito de fomentar una vida libre de adicciones.	INE/CG172/2018 ²⁴⁷ , INE/CG626/2021 ²⁴⁸ , INE/CG334/2021 ²⁴⁹ e INE/CG43/2022 ²⁵⁰
--	--	--	--	---

53. Dependencias del Gobierno del estado de Morelos.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Comisión Estatal del Agua, "Programa de Limpieza y Desazolve Cauces en varias comunidades del estado de Morelos" , no agrega vigencia	Realizar un evento con las autoridades municipales en funciones con el objeto de concretar acciones de protección a centros de la población y áreas productivas ante riesgos de inundación o cualquier otro fenómeno hidrometeorológico extremo	Artículo 8 de la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente; 1, 2 y 3, fracciones XVII, XVIII y XXXIII de la Ley que crea la Comisión del Agua como Organismo Público Descentralizado del Poder Ejecutivo del Estado de Morelos	Improcedente. Aunque la materia de los eventos se relaciona con el concepto de protección civil, ya que pretenden realizar acciones de prevención contra eventos climatológicos en distintas comunidades, del formulario se desprende que se trata del ejercicio de facultades de la Comisión Estatal del Agua respecto a la coordinación de un programa con autoridades municipales y no una campaña por lo que no es objeto del presente acuerdo.²⁵¹	INE/CG334/2021 ²⁵²
Sistema Estatal para Prevenir, Atender, Sancionar y Erradicar la Violencia de Género contra Mujeres del Estado de Morelos (SEPASE), "Campaña informativa sobre sanciones a quienes cometen violencia de género" , con vigencia del 01 de abril al 31 (sic) de abril	Informar a la población en general que hay sanciones para quienes atenten contra las mujeres, según el tipo de violencia, así como los centros de ayuda a donde puede dirigirse una víctima o testigo a fin de denunciar.	Periódico Oficial Tierra y Libertad, Número 5953, Artículo 47 de la Ley de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia para el Estado de Morelos	Procedente. La campaña pretende fomentar la denuncia y el cambio de patrones de conducta, promover la equidad, igualdad y respeto hacia mujeres, adolescentes y niñas, así como proteger su salud integral. Sobre lo señalado, este Órgano estima oportuno recordar que en años anteriores se han exceptuado campañas similares por vincularse con un tema de educación precisamente por la prevención y erradicación de la violencia contra la mujer, por lo que se estima procedente exceptuar la campaña.	INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022

²⁴⁷ Secretaría de Salud, "Prevención de Adicciones".

²⁴⁸ Comisión Nacional Contra las Adicciones "Campaña nacional contra las adicciones y promoción de la salud mental".

²⁴⁹ Gobierno del estado de Zacatecas, Secretaría General de Gobierno, "Efecto positivo vs las adicciones"; Alcaldía Tlalpan, Ciudad de México, "Lotería de la Adicciones".

²⁵⁰ Gobierno del estado de Veracruz, Coordinación General de Comunicación Social, "No te la juegues con las drogas".

²⁵¹ Resulta importante precisar, que la calificación anterior no tiene por objeto impedir que los servidores públicos lleven a cabo los actos que por su propia naturaleza deben efectuar en los diferentes órdenes de gobierno y menos prohibir que ejerzan sus atribuciones en la demarcación territorial que corresponda, pues ello podría atentar contra el desarrollo y correcto desenvolvimiento de la función pública que están obligados a cumplir en beneficio de la población, ya que no resulta razonable que se paralicen las actividades que el gobierno implementa en beneficio de la sociedad, esto es, la solicitud no se refiere a la posibilidad de difusión de una campaña de propaganda gubernamental que es la materia del presente Acuerdo, sino se refiere al ejercicio de facultades de la administración pública por lo que se torna improcedente.

²⁵² Ayuntamiento de Ajalpan, Puebla, con la campaña: "Todos contra el dengue".

Secretaría de Turismo y Cultura, “Escuela de Escritores Ricardo Garibay” ; con vigencia del 03 de abril al 05 de junio	Promover la formación de escritores morelenses en las distintas ramas de la literatura a través de una visión interdisciplinaria de la cultura escrita.	No agrega	Procedente. La campaña promueve la enseñanza literaria con especialistas en la materia, impartiendo seminarios, conferencias, talleres y clases magistrales que oferta la escuela. Así, esta campaña puede ser considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional. La campaña se difundirá en Facebook y en un enlace telefónico en programa de radio de una emisora del Gobierno de Morelos que no tiene cobertura en el estado de Oaxaca. Ver considerando 59.	INE/CG334/2021 ²⁵³
Secretaría de Turismo y Cultura, “El Programa Nacional Salas de Lectura y Salas de Lectura Morelos festejan el Día Internacional del Libro y el derecho de autor” ; con vigencia del 23 de abril al 23 de abril	Impulsar acciones para celebrar el Día Internacional del Libro y el Derecho de Autor a celebrarse el 23 de abril.	No agrega	Procedente. La campaña tiene como objetivo promover la participación social en la vida cultural, creando espacios de lectura. Así, esta campaña puede ser considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional. La campaña se difundirá en Facebook y en un enlace telefónico en programa de radio de una emisora del Gobierno de Morelos que no tiene cobertura en el estado de Oaxaca.	INE/CG334/2021
Secretaría de Turismo y Cultura, “Caravanas de la Biblioteca Vagabunda” ; con vigencia del 06 de abril al 05 de junio	Ofrecer a niñas, niños, jóvenes y familias que habitan en las comunidades del estado de Morelos servicios culturales de calidad enfocados al fomento de la lectura y la escritura como un ejercicio cotidiano, de vinculación, convivencia y creatividad.	No agrega	Procedente. La campaña tiene como objetivo promover actividades que incentiven el hábito de la lectura a través de talleres, juegos y espectáculos. Así, esta campaña puede ser considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional. La campaña se difundirá en Facebook y en un enlace telefónico en programa de radio de una emisora del Gobierno de Morelos que no tiene cobertura en el estado de Oaxaca.	INE/CG334/2021
Secretaría de Turismo y Cultura, “Mujer: escribir cambia tu vida” , con vigencia del 03 de abril al 05 de junio	Promover la escritura como forma de autoconocimiento mediante la realización de actividades de formación que permitan el reconocimiento de las mujeres como agentes de cambio dentro de la vida cotidiana de la comunidad.	No agrega	Improcedente: Del formulario se desprende que la difusión no implica la radio y televisión. En el caso en particular se debe atender a lo referido en el considerando 59.	INE/CG334/2021

²⁵³ Gobierno del Estado de México, Secretaría de Cultura y Turismo, con las campañas: Consejo Editorial de la Administración Pública Estatal (CEAPE), “Publicación de presentaciones de libros del Fondo Editorial del Estado de México, Novedades Editoriales y acervo del CEAPE, Libros a fondo”, “Publicación de la Convocatoria: Certamen Internacional de Literatura Laura Méndez de Cuenca”.

Secretaría de Turismo y Cultura, "Fondo editorial del Estado de Morelos (FEDEM)" , con vigencia del 03 de abril al 05 de junio	Acercar la escritura al público en general, que conozcan las nuevas obras literarias y a quienes las escriben.	No agrega	Improcedente: Del formulario se desprende que la difusión no implica la radio y televisión. En el caso en particular se debe atender a lo referido en el considerando 59.	INE/CG334/2021
Dirección de Comunicación y Desarrollo Institucional de la Secretaría de Turismo y Cultura, "Feria de Ilustración ILUSTRANTE" ; con vigencia del 06 de marzo al 11 de abril	Difusión de fechas, actividades y participantes en la Feria de Ilustración	Artículo 4 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Plan Estatal de Desarrollo 2019-2024, Reglamento Interno de la Secretaría de Turismo y Cultura del Estado de Morelos, Estatuto Orgánico del Fideicomiso "Casa de Cultura Juan Soriano" o "Museo Morelense de Arte Contemporáneo Juan Soriano"	Improcedente: Del formulario se desprende que la difusión no implica la radio y televisión. En el caso en particular se debe atender a lo referido en el considerando 59.	INE/CE334/2021
Dirección de Comunicación y Desarrollo Institucional de la Secretaría de Turismo y Cultura, "Exposición ILUSTRANTE" ; con vigencia del 06 de marzo al 20 de mayo	Difundir fechas en las que se realizará la exposición	Artículo 4 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Plan Estatal de Desarrollo 2019-2024, Reglamento Interno de la Secretaría de Turismo y Cultura del Estado de Morelos, Estatuto Orgánico del Fideicomiso "Casa de Cultura Juan Soriano" o "Museo Morelense de Arte Contemporáneo Juan Soriano"	Improcedente: Del formulario se desprende que la difusión no implica la radio y televisión. En el caso en particular se debe atender a lo referido en el considerando 59.	
Dirección de Comunicación y Desarrollo Institucional de la Secretaría de Turismo y Cultura, "Dibujo al aire libre" ; con vigencia del 15 de marzo al 07 de abril	Difundir al público las fechas y horarios de inscripción al taller	Artículo 4 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Plan Estatal de Desarrollo 2019-2024, Reglamento Interno de la Secretaría de Turismo y Cultura del Estado de Morelos, Estatuto Orgánico del Fideicomiso "Casa de Cultura Juan Soriano" o "Museo Morelense de Arte Contemporáneo Juan Soriano"	Improcedente: Del formulario se desprende que la difusión no implica la radio y televisión. En el caso en particular se debe atender a lo referido en el considerando 59.	
Dirección de Comunicación y Desarrollo Institucional de la Secretaría de Turismo y Cultura, "Abstracciones" ; con vigencia del 15 de marzo al 15 de junio	Difundir al público las fechas y horarios en los que se llevara a cabo la exposición	Artículo 4 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Plan Estatal de Desarrollo 2019-2024, Reglamento Interno de la Secretaría de Turismo y Cultura del Estado de Morelos, Estatuto Orgánico del Fideicomiso "Casa de Cultura Juan Soriano" o "Museo Morelense de Arte Contemporáneo Juan Soriano"	Improcedente: Del formulario se desprende que la difusión no implica la radio y televisión. En el caso en particular se debe atender a lo referido en el considerando 59.	

Dirección de Comunicación y Desarrollo Institucional de la Secretaría de Turismo y Cultura, "Escena en construcción. Programación Subdirección de Teatros 2022"; con vigencia del 03 de abril al 05 de junio	Impulsar el desarrollo profesional de las agrupaciones de artes escénicas morelenses, apoyando a la realización de nuevas producciones escénicas; lo que les permitirá desarrollar propuestas con herramientas y materiales suficientes, para alcanzar una mayor profesionalización en su quehacer artístico.	Subdirección de Teatros es un área adscrita a la Secretaría de Turismo y Cultura que se encarga de programar talleres de profesionalización en las Artes Escénicas, realizar convocatorias que promueven la producción de nuevas propuestas artísticas que pueden ser presentadas en los diferentes recintos de la STyC para promover la cultura y el gusto por las Artes Escénicas en el público Morelense.	Procedente. La campaña tiene el objetivo de difundir la realización de espectáculos artísticos para promover la cultura y el gusto por las artes escénicas. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar la campaña, ya que está relacionada con la difusión de actividades y servicios en materia artística y cultural con el fin de promover en la población dichos eventos.	INE/CG1644/2021²⁵⁴
Secretaría de Turismo y Cultura, "Oferta educativa y promoción cultural. Programación Subdirección de Teatros 2022"; con vigencia del 03 de abril al 05 de junio	Profesionalizar a los creadores de artes escénicas de Morelos y generar una plataforma de conocimiento profesional escénico mediante capacitaciones diseñadas por especialistas.	Subdirección de Teatros es un área adscrita a la Secretaría de Turismo y Cultura que se encarga de programar talleres de profesionalización en las Artes Escénicas, realizar convocatorias que promueven la producción de nuevas propuestas artísticas que pueden ser presentadas en los diferentes recintos de la STyC para promover la cultura y el gusto por las Artes Escénicas en el público Morelense.	Procedente. La campaña guarda relación con el concepto de educación porque promueve el fortalecimiento y desarrollo profesional de los artistas, ofrece asesoría a profesionales y estudiantes. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar la campaña, ya que está relacionada con la difusión de actividades y servicios en materia artística y cultural con el fin de promover en la población dichos eventos.	
Secretaría de Turismo y Cultura, "Martes de teatro y jueves de danza. Programación Subdirección de Teatros 2022"; con vigencia del 03 de abril al 05 de junio	Crear una tradición de teatro y danza morelense y generar nuevos públicos. Agendar una nueva cartelera que de espacio a las recientes propuestas artísticas de los grupos y artistas profesionales de teatro o multidisciplinas; originarios y/o residentes del Estado de Morelos para formar parte de la programación el periodo 2022.	Subdirección de Teatros es un área adscrita a la Secretaría de Turismo y Cultura que se encarga de programar talleres de profesionalización en las Artes Escénicas, realizar convocatorias que promueven la producción de nuevas propuestas artísticas que pueden ser presentadas en los diferentes recintos de la STyC para promover la cultura y el gusto por las Artes Escénicas en el público Morelense.	Procedente. La campaña tiene el objetivo de difundir la realización de espectáculos artísticos para promover mayor atracción y acercamiento a la cultura y el gusto por las artes escénicas. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar la campaña, ya que está relacionada con la difusión de actividades y servicios en materia artística y cultural con el fin de promover en la población dichos eventos.	INE/CG1644/2021²⁵⁵

²⁵⁴ Secretaría de Cultura de Jalisco, "Difusión de las funciones de El Cascanueces con el Ballet de Jalisco, en el Teatro Degollado".

²⁵⁵ Secretaría de Cultura de Jalisco, "Difusión de las funciones de El Cascanueces con el Ballet de Jalisco, en el Teatro Degollado".

Secretaría de Turismo y Cultura, “Encuentro universitario. Programación Subdirección de Teatros 2022” ; con vigencia del 03 de abril al 05 de junio	Impulsar y difundir el teatro generado por las y los estudiantes de esta disciplina en el estado de Morelos. Brindando espacios que les permita presentar un espectáculo de calidad en todos sentidos. Además, contribuir a la producción de su propuesta escénica mediante un estímulo.	Subdirección de Teatros es un área adscrita a la Secretaría de Turismo y Cultura que se encarga de programar talleres de profesionalización en las Artes Escénicas, realizar convocatorias que promueven la producción de nuevas propuestas artísticas que pueden ser presentadas en los diferentes recintos de la STyC para promover la cultura y el gusto por las Artes Escénicas en el público Morelense.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña ya que está relacionada con proporcionar espacios a los jóvenes recién egresados para la realización de sus producciones escénicas y brindar herramientas para su desarrollo profesional y las puedan emplear para la aplicación de convocatorias que les permitan continuar con su crecimiento artístico.	CG75-2012, CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG245/2019 e INE/CG109/2019 INE/CG43/2022 ²⁵⁶
Fideicomiso Turismo Morelos de la Secretaría de Turismo y Cultura, “Morelos la eterna primavera” ; con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Invitación a convivir con la naturaleza, flora, fauna, el estar con la naturaleza es curativa. Proporcionar una educación ambiental integral con la finalidad de conservar los recursos naturales, etc.	Decreto Número Ciento Treinta. - Decreto mediante el cual se modifican los artículos 384 bis- 15 y 384 bis-16 de la Ley General de Hacienda del Estado de Morelos; artículo 1, 4, 5, 6 y 7 del estatuto del Fideicomiso Turismo Morelos	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que está relacionada con la difusión de actividades y servicios en materia turística, ambiental y cultural con el fin de promover en la población dichos eventos.	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG431/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022 ²⁵⁷
Centro Cultural Teopanzolco de la Secretaría de Turismo y Cultura, “Susana Alexander. Las mujeres ya no tienen llenadero” , con vigencia del 23 de abril al 10 de mayo	Lograr que el público en general asista al Centro Cultural Teopanzolco a disfrutar de un espectáculo.	Decreto Número Mil Trescientos Setenta y Seis, se crea a la Entidad Paraestatal denominada “Auditorio Cultural Teopanzolco” o “Centro Cultural Teopanzolco”	Procedente. La campaña tiene el objetivo de difundir la realización de un espectáculo artístico para fomentar y difundir el trabajo creativo de los artistas e invitar al público a disfrutar de las artes escénicas. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar la campaña, ya que está relacionada con la difusión de actividades y servicios en materia artística y cultural con el fin de promover en la población dichos eventos.	INE/CG1644/2021 ²⁵⁸

²⁵⁶ Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes, Instancia Municipal de Cultura, “Promoción de talleres de iniciación artística (guitarra acústica y eléctrica, danza, cartonería y música tradicional)”.

²⁵⁷ Gobierno del estado de Veracruz, Coordinación General de Comunicación Social, “Veracruz se antoja”; Gobierno del estado de Coahuila, “Has turismo responsable”; Gobierno del estado de Colima, Secretaría de Desarrollo Económico, Subsecretaría de Turismo, “Campaña de promoción turística- Colima cerca de ti”; Secretaría de Turismo y la Coordinación General de Comunicación Social y Vocería, ambos del Gobierno del estado de Oaxaca, “Campaña de promoción turística del Estado de Oaxaca”.

²⁵⁸ Secretaría de Cultura de Jalisco, “Difusión de las funciones de El Cascanueces con el Ballet de Jalisco, en el Teatro Degollado”.

Centro Cultural Teopanzolco de la Secretaría de Turismo y Cultura, "Ballet Folklórico de México de Amalia Hernández" ; con vigencia del 18 de marzo al 23 de abril	Lograr que el público en general asista al Centro Cultural Teopanzolco a disfrutar de las funciones que ofrece el Ballet.	Decreto Número Mil Trescientos Setenta y Seis, se crea a la Entidad Paraestatal denominada "Auditorio Cultural Teopanzolco" o "Centro Cultural Teopanzolco"	Procedente. Igual que la campaña anterior tiene el objetivo de difundir la realización de un espectáculo artístico para fomentar y difundir el trabajo creativo de los artistas e invitar al público a disfrutar de las artes escénicas. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar la campaña, ya que está relacionada con la difusión de actividades y servicios en materia artística y cultural con el fin de promover en la población dichos eventos.	INE/CG334/2021 ²⁵⁹ e INE/CG1644/2021 ²⁶⁰
Secretaría de Turismo y Cultura, "Difusión de las Convocatorias de admisión de la oferta educativa agosto 2022 – enero 2023 del Centro Morenense de las Artes" , del 09 de marzo al 29 de julio	Dar a conocer las convocatorias que oferta el Centro Morenense de las Artes (CMA). Garantizar el ejercicio de los derechos culturales y fomentar la cultura del Estado. Fortalecer los planes y programas académicos.		Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas que tienen como finalidad coadyuvar a que los jóvenes tomen la mejor decisión sobre qué estudiar, conozcan la mecánica de ingreso a las diversas carreras que ofrece el CMA, así como fechas, requisitos, etc.	INE/CG334/2021 ²⁶¹ e INE/CG43/2022 ²⁶²

54. Ayuntamiento de San Luis Potosí, San Luis Potosí.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Dirección de Cultura, "Festival de San Luis en primavera" , con vigencia del 07 de marzo al 30 de abril.	Promover la cultura, a través de eventos de música, teatro, danza y gastronomía.	No agrega.	Procedente. 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 buscar promover el turismo, por lo que encuadra en el concepto de educación, ya que no solo abarca la educación formal, pues amplía su espectro del conocimiento social y cultural, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura. En ese sentido, esta campaña encuadra en las excepciones que emanan del texto constitucional sobre la prohibición de difundir propaganda gubernamental.	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG431/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022.

55. Dependencias del Gobierno del estado de Tamaulipas.

²⁵⁹ Instituto Zacatecano de Cultura Ramón López Velarde, "24 Festival Zacatecas del Folclor Internacional".

²⁶⁰ Secretaría de Cultura de Jalisco, "Difusión de las funciones de El Cascanueces con el Ballet de Jalisco, en el Teatro Degollado".

²⁶¹ Unidad de Comunicación Social y Atención Ciudadana del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro, "Difusión de opciones universitarias y actividades"; Instituto Municipal de Cultura, Turismo y Arte de Mazatlán con la campaña "Distribución de información sobre la oferta educativa del Centro Municipal de Artes de Mazatlán".

²⁶² Gobierno del estado de Oaxaca, Coordinación General de Educación Media Superior y Superior, Ciencia y Tecnología / Dirección de Educación Superior, "3ra Exporienta Educativa Virtual 2022".

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Secretaría de Bienestar Social Tamaulipas, “Parques y Centros de Bienestar”, con vigencia del 5 de febrero al 5 de junio.	Informar cada una de las actividades que se llevan a cabo en los parques y centros para beneficio de las familias del Estado, contribuyendo a la reconstrucción del tejido social y la prevención social de las violencias a través de sus actividades deportivas, lúdicas, culturales, artísticas, formativas y recreativas.	Artículo 41, fracción III, Apartado C, párrafo segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Artículo 51, fracciones I, IV, VI del Reglamento interno de la Secretaría de Bienestar Social Tamaulipas.	Procedente: Por un lado, la campaña tiene como objetivo difundir las actividades y expresiones artísticas para que la población las conozca y asista, fortaleciendo la cultura y el acceso a esta, así como a los bienes y servicios que el Estado presta en esta materia y, por el otro, la actividad física y el deporte son considerados como elementos de la educación para formar en las personas la cultura de ejercitar su cuerpo y su mente integralmente, adicionalmente el deporte debe verse como una herramienta fundamental para el combate de enfermedades. Por tanto, esta campaña se encuentra vinculada con los conceptos de salud y educación y debe exceptuarse de las prohibiciones de difundir propaganda gubernamental.	INE/CG172/2018, INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022
Secretaría de Desarrollo Económico, “Aprendiendo a invertir”, con vigencia del 10 de marzo al 3 de septiembre.	Apoyar a los tamaulipecos con ideas emprendedoras, llevando a cabo capacitaciones y cursos de finanzas y ventas, ya que con ello se generan nuevas fuentes de empleo en el estado, lo que coadyuva a enfrentar los efectos negativos de la pandemia por Covid-19.	No agrega	Procedente: El artículo 25 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos establece que, “<i>Toda persona tiene derecho a un nivel de vida adecuado que le aseguren, así como a su familia, la salud y el bienestar, y en especial la alimentación, el vestido, la vivienda, la asistencia médica y los servicios sociales necesarios</i>”. Asimismo, el artículo 123 Constitucional señala el derecho que tiene toda persona al trabajo digno y socialmente útil, para lo cual se promoverá la creación de empleos. En relación con lo anterior, dado que la Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a informar e incentivar a la población para que, a través de capacitaciones, desarrollen un perfil emprendedor que les permita desarrollarse y crecer permitiéndoles potenciar ideas de negocio. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	INE/CG334/2021 e INE/CG43/2021,
Secretaría de	Dar a conocer la	No agrega	Procedente: La campaña está	INE/CG334/2021

Desarrollo Económico, “Cerca de ti” , con vigencia del 10 de marzo al 3 de septiembre.	ubicación de las oficinas regionales a donde pueden acudir los ciudadanos para informarse sobre los programas y servicios.		vinculada al concepto de educación y pretende dar a conocer a la población información pública de carácter institucional, ²⁶³ por lo que su difusión se encuentra permitida durante la campaña y veda electoral siempre que no se trate de publicidad ni propaganda gubernamental, no haga referencia a alguna candidatura o partido político, no promocióne a algún funcionario público o logro de gobierno, ni contenga propaganda en la que se realicen expresiones de naturaleza político electoral. Lo anterior, en atención a lo establecido por la Sala Superior en la Tesis XIII/2017, ya que este tipo campañas constituye información sobre temáticas relacionadas con trámites administrativos y servicios a la comunidad.	
Secretaría de Desarrollo Económico, “Los pequeños negocios mueven la economía” , con vigencia del 10 de marzo al 3 de septiembre.	Impulsar a través de financiamiento para sus actividades diarias a propietarios de negocios. A su vez, se impartirán capacitaciones y cursos de finanzas y ventas; y así generar que más personas se vean motivadas a crear ideas emprendedoras al conocer casos de éxito.	No agrega	Improcedente: La difusión del programa no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no justifica su difusión durante la campaña y periodo de veda, en el entendido de que la información que se pretenda difundir, deberá de ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún beneficio directo de un sector en específico de la población, como es el caso al entregar financiamiento a micro emprendedores. Por tanto, si bien es cierto que la campaña se identifica con el concepto de educación al brindar conocimientos a los ciudadanos a través de cursos y capacitaciones para que puedan emprender y tener nuevas oportunidades, también lo es que su objetivo principal es entregar financiamiento a propietarios de negocios, lo cual no se encuentra permitido promocionar en este periodo.	INE/CG334/2021
Secretaría de Desarrollo Económico, “Productos tamaulipecos, nuestro orgullo” , con vigencia del 10 de marzo al 3 de septiembre.	Fortalecer el orgullo tamaulipeco a través de los artículos elaborados en las diferentes regiones del estado para que los propietarios de productos y/o servicios tamaulipecos puedan seguir desarrollando su producto en el mercado regional, nacional e internacional.	No agrega	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a concientizar sobre la importancia de consumir y comprar los productos locales en negocios de las diferentes regiones del estado, ya que estas acciones ayudan a que la economía de las diversas regiones crezca y motivan a las personas emprendedoras a seguir adelante, impulsan la economía familiar y ayudan a conservar los empleos. En ese sentido, esta campaña corresponde a la educación informal y cobra gran relevancia en estos momentos de crisis económica pues contribuye a combatir el desempleo y mejorar la economía de las diversas regiones del estado, máxime cuando se han visto tan dañadas como resultado de la pandemia por COVID-19.	INE/CG334/2021, INE/CG431/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022

²⁶³ 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.

Secretaría de Desarrollo Económico, “Tu empresa crece” , con vigencia del 10 marzo al 3 de septiembre.	Coadyuvar en el fortalecimiento de las estrategias de crecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas brindando capacitaciones y cursos de finanzas y ventas para el emprendedor.	No agrega	Procedente: El artículo 25 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos establece que, <i>“Toda persona tiene derecho a un nivel de vida adecuado que le aseguren, así como a su familia, la salud y el bienestar, y en especial la alimentación, el vestido, la vivienda, la asistencia médica y los servicios sociales necesarios”</i>. Asimismo, el artículo 123 Constitucional señala el derecho que tiene toda persona al trabajo digno y socialmente útil, para lo cual se promoverá la creación de empleos. En relación con lo anterior, dado que la Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a informar e incentivar a la población para que, a través de capacitaciones, desarrollen un perfil emprendedor que les permita desarrollarse y crecer permitiéndoles potenciar ideas de negocio. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	INE/CG334/2021, INE/CG431/2021,
Secretaría de Educación Pública, “Proceso de admisión en educación básica, ciclo escolar 2022-2023” , con vigencia del 14 de febrero al 8 de agosto.	Informar a los aspirantes del estado, principalmente egresados de escuelas públicas y privadas, las diversas etapas del proceso de ingreso como personal docente al servicio público educativo estatal.	Artículo 3, párrafos séptimo y octavo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Artículo 8, fracción V, 9, 12, 13, 14, fracciones IV, V, VI, VII, X, XIII, XV y XVI, 19, 20, 21, 22, 24 y 39 de la Ley General del Sistema para la Carrera de Maestras y Maestros y los capítulos IV y V del Manual de Organización de la Unidad del Sistema para la Carrera de las Maestras y los Maestros.	Procedente: La campaña está vinculada al concepto de educación y pretende dar a conocer a la población información pública de carácter institucional,²⁶⁴ por lo que su difusión se encuentra permitida durante la campaña y veda electoral siempre que no se trate de publicidad ni propaganda gubernamental, no haga referencia a alguna candidatura o partido político, no promocióne a algún funcionario público o logro de gobierno, ni contenga propaganda en la que se realicen expresiones de naturaleza político electoral. Lo anterior, en atención a lo establecido por la Sala Superior en la Tesis XIII/2017, ya que este tipo campañas constituye información sobre temáticas relacionadas con trámites administrativos.	CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG652017, INE/CG172/2018, INE/CG235/2020, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021, INE/CG1644/2021 e INE/CG43/2022

264 Ídem.

Secretaría de Educación Pública, "Proceso de selección del personal docente para desempeñarse como asesor técnico pedagógico en la educación básica, ciclo escolar 2022-2023", sin fecha determinada.	Informar a los aspirantes, docentes activos en el servicio público estatal de las diversas etapas del proceso para servir como asesores técnicos pedagógicos a las zonas escolares del sistema educativo estatal.	Artículo 3, párrafos séptimo y octavo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Artículo 8, fracción V, 9, 12, 13, 14, fracciones IV, V, VI, VII, X, XIII, XV y XVI, 19, 20, 21, 22, 24 y 39 de la Ley General del Sistema para la Carrera de Maestras y Maestros y con base en los establecido en los Lineamientos para la operación del Servicio de Asesoría y Acompañamiento a las Escuelas Básica (SAAE), y en las Disposiciones para normar las funciones de asesoría técnica pedagógica y el proceso de selección del personal docente que se desempeñara como asesor técnico pedagógico en la educación básica.	Procedente: La campaña está vinculada al concepto de educación y pretende dar a conocer a maestros activos información pública de carácter institucional, ²⁶⁵ por lo que su difusión se encuentra permitida durante la campaña y veda electoral siempre que no se trate de publicidad ni propaganda gubernamental, no haga referencia a alguna candidatura o partido político, no promocióne a algún funcionario público o logro de gobierno, ni contenga propaganda en la que se realicen expresiones de naturaleza político electoral. Lo anterior, en atención a lo establecido por la Sala Superior en la Tesis XIII/2017, ya que este tipo campañas constituye información sobre temáticas relacionadas con trámites administrativos.	CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG652017, INE/CG172/2018, INE/CG235/2020, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021, INE/CG1644/2021 e INE/CG43/2022
Secretaría de Educación Pública, "Proceso de selección para otorgar reconocimiento beca comisión a las maestras y maestros en educación básica, ciclo escolar 2022-2023", sin fecha determinada.	Informar a los aspirantes, docentes activos en el servicio público estatal, las diversas etapas del proceso para realizar estudios de posgrado, a través de una beca.	Artículo 3, párrafos séptimo y octavo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Artículos 15, fracción VIII, 66, fracción I y 72 de la Ley General del Sistema para la Carrera de Maestras y Maestros y lo establecido en los Lineamientos generales del proceso de selección para otorgar el Reconocimiento Beca Comisión a las maestras y maestros en Educación Básica.	Procedente: La campaña está vinculada al concepto de educación y pretende dar a conocer a los docentes activos información pública de carácter institucional, ²⁶⁶ por lo que su difusión se encuentra permitida durante la campaña y veda electoral siempre que no se trate de publicidad ni propaganda gubernamental, no haga referencia a alguna candidatura o partido político, no promocióne a algún funcionario público o logro de gobierno, ni contenga propaganda en la que se realicen expresiones de naturaleza político electoral. Lo anterior, en atención a lo establecido por la Sala Superior en la Tesis XIII/2017, ya que este tipo campañas constituye información sobre temáticas relacionadas con trámites administrativos.	CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG652017, INE/CG172/2018, INE/CG235/2020, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021, INE/CG1644/2021 e INE/CG43/2022
Secretaría de Educación Pública, "Proceso de cambios de Centro de Trabajo en educación básica, ciclo escolar 2022-2023", sin fecha determinada.	Informar a los aspirantes, docentes activos en el servicio público estatal, las diversas etapas del proceso para tener la oportunidad de cambiar de centro de trabajo.	Artículo 3, párrafos séptimo y octavo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Artículo 36 y 90 de la Ley General del Sistema para la Carrera de Maestras y Maestros; 12, fracción I, 21 y 23 de la Ley de Educación para el estado de Tamaulipas; 13 y 34, fracciones I y IV de la Ley Orgánica de la Administración Pública del estado de Tamaulipas; y el numeral VIII del artículo 44 de las Disposiciones Generales del Proceso para la Autorización de Cambio de Centro de Trabajo.	Procedente: La campaña está vinculada al concepto de educación y pretende dar a conocer a los docentes activos información pública de carácter institucional, ²⁶⁷ por lo que su difusión se encuentra permitida durante la campaña y veda electoral siempre que no se trate de publicidad ni propaganda gubernamental, no haga referencia a alguna candidatura o partido político, no promocióne a algún funcionario público o logro de gobierno, ni contenga propaganda en la que se realicen expresiones de naturaleza político electoral. Lo anterior, en atención a lo establecido por la Sala Superior en la Tesis XIII/2017, ya que este tipo campañas constituye información sobre temáticas relacionadas con trámites administrativos.	CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG652017, INE/CG172/2018, INE/CG235/2020, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021, INE/CG1644/2021 e INE/CG43/2022

265 Ídem.

266 Ídem.

267 Ídem.

Secretaría de Educación Pública, "Proceso Promoción a horas adicionales educación básica, ciclo escolar 2022-2023" , del 31 de enero al 18 de julio.	Informar a aspirantes, docentes activos en el sector público estatal que laboran en modalidad hora/semana/mes sobre las diversas etapas del proceso para tener la oportunidad de incrementar su cantidad de horas en pertenencia.	Artículo 3, párrafos séptimo y octavo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Artículo 12, 15, fracción VIII, 55 y 56 de la Ley General del Sistema para la Carrera de las Maestras y Maestros; 12 BIS, fracción I, 21 y 23 de la Ley de Educación para el estado de Tamaulipas y el Acuerdo que contiene las disposiciones, criterios e indicadores para la realización del proceso de promoción a horas adicionales en educación básica, ciclo escolar 2022-2023.	Procedente: La campaña está vinculada al concepto de educación y pretende dar a conocer a los docentes activos información pública de carácter institucional, ²⁶⁸ por lo que su difusión se encuentra permitida durante la campaña y veda electoral siempre que no se trate de publicidad ni propaganda gubernamental, no haga referencia a alguna candidatura o partido político, no promocióne a algún funcionario público o logro de gobierno, ni contenga propaganda en la que se realicen expresiones de naturaleza político electoral. Lo anterior, en atención a lo establecido por la Sala Superior en la Tesis XIII/2017, ya que este tipo campañas constituye información sobre temáticas relacionadas con trámites administrativos.	CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG652017, INE/CG172/2018, INE/CG235/2020, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021, INE/CG1644/2021 e INE/CG43/2022
Secretaría de Educación Pública, "Proceso de selección para la promoción horizontal por niveles con incentivos en educación básica 2022" , sin fecha determinada.	Informar a los aspirantes, docentes activos en el servicio público estatal que laboran en modalidad por jornada, las diversas etapas del proceso que les permite recibir un estímulo económico adicional en pertenencia.	Artículo 3, párrafos séptimo y octavo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Artículos 1, 15, fracciones VIII y XIV, 44, 46, 48, 49, 50, 51, 52, 53 y 54 de la Ley General del Sistema para la Carrera de las Maestras y Maestros; 12 BIS, fracción I, 21 y 23 de la Ley de Educación para el estado de Tamaulipas; 13 y 34, fracciones I y VI de la Ley Orgánica de la Administración Pública del estado de Tamaulipas con base en lo establecido en el Programa de Promoción Horizontal por Niveles con Incentivos en Educación Básica.	Procedente: La campaña está vinculada al concepto de educación y pretende dar a conocer a los docentes activos información pública de carácter institucional, ²⁶⁹ por lo que su difusión se encuentra permitida durante la campaña y veda electoral siempre que no se trate de publicidad ni propaganda gubernamental, no haga referencia a alguna candidatura o partido político, no promocióne a algún funcionario público o logro de gobierno, ni contenga propaganda en la que se realicen expresiones de naturaleza político electoral. Lo anterior, en atención a lo establecido por la Sala Superior en la Tesis XIII/2017, ya que este tipo campañas constituye información sobre temáticas relacionadas con trámites administrativos.	CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG652017, INE/CG172/2018, INE/CG235/2020, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021, INE/CG1644/2021 e INE/CG43/2022
Secretaría de Educación Pública, "Proceso Promoción a Funciones Directivas o de Supervisión en educación básica, ciclo escolar 2022-2023" , con vigencia del 17 de enero al 1 de agosto.	Informar a los aspirantes, docentes activos en el servicio público estatal, las diversas etapas del proceso que brinda oportunidad de crecimiento laboral a los docentes y directivos que ya laboran, al subir de categoría: docente a Director (a), Director (a) a Supervisor (a), etc.	Artículo 3, párrafos séptimo y octavo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Artículos 12, 15, fracciones VIII y 42 de la Ley General del Sistema para la Carrera de las Maestras y Maestros; 12 BIS, fracción I, 21 y 23 de la Ley de Educación para el estado de Tamaulipas; 13 y 34, fracciones I y VI de la Ley Orgánica de la Administración Pública del estado de Tamaulipas y Acuerdo que contiene las disposiciones, criterios e indicadores para realizar el proceso de promoción a funciones directivas o de supervisión en educación básica, ciclo escolar 2022-2023.	Procedente: La campaña está vinculada al concepto de educación y pretende dar a conocer a los docentes activos información pública de carácter institucional, ²⁷⁰ por lo que su difusión se encuentra permitida durante la campaña y veda electoral siempre que no se trate de publicidad ni propaganda gubernamental, no haga referencia a alguna candidatura o partido político, no promocióne a algún funcionario público o logro de gobierno, ni contenga propaganda en la que se realicen expresiones de naturaleza político electoral. Lo anterior, en atención a lo establecido por la Sala Superior en la Tesis XIII/2017, ya que este tipo campañas constituye información sobre temáticas relacionadas con trámites administrativos.	CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG652017, INE/CG172/2018, INE/CG235/2020, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021, INE/CG1644/2021 e INE/CG43/2022

268 Ídem.

269 Ídem.

270 Ídem.

Secretaría de Educación Pública, "Proceso de selección de docentes y técnico docentes para realizar funciones adicionales de tutoría en apoyo del personal de nuevo ingreso en educación básica, ciclo escolar 2022-2023" , sin fecha determinada.	Informar a los aspirantes, docentes activos en el servicio público estatal, las diversas etapas del proceso que brinda la oportunidad de dar acompañamiento a los docentes de nuevo ingreso.	Artículo 3, párrafos séptimo y octavo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Artículos 1, 4, 5, 6, 8, fracciones III y VI y 14, fracción XXI, 15, fracciones VIII y XIV, 26, 27, 66, 77, 78, 79, 80 y 81 de la Ley General del Sistema para la Carrera de las Maestras y Maestros; 5, 12 BIS, fracción I, 21 y 23 de la Ley de Educación para el estado de Tamaulipas; 13 y 34, fracciones I y VI de la Ley Orgánica de la Administración Pública del estado de Tamaulipas y con base en los Lineamientos generales para la operación del Servicio de Asesoría y Acompañamiento a las Escuelas en educación básica y, en las Disposiciones para normar las funciones de tutoría y el proceso de selección del personal docente y técnico docente que se desempeñará como tutor en la educación básica.	Procedente: La campaña pretende dar a conocer a los docentes activos información pública de carácter institucional, ²⁷¹ por lo que su difusión se encuentra permitida durante la campaña y veda electoral siempre que no se trate de publicidad ni propaganda gubernamental, no haga referencia a alguna candidatura o partido político, no promocióne a algún funcionario público o logro de gobierno, ni contenga propaganda en la que se realicen expresiones de naturaleza político electoral. Lo anterior, en atención a lo establecido por la Sala Superior en la Tesis XIII/2017, ya que este tipo campañas constituye información sobre temáticas relacionadas con trámites administrativos.	CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG652017, INE/CG172/2018, INE/CG235/2020, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021, INE/CG1644/2021 e INE/CG43/2022
Secretaría de Educación Pública, "Conmemorando los 100 años de la SEP" , con vigencia del 5 de octubre de 2021 al 3 de septiembre de 2022.	Conmemorar el año del centenario de la SEP, mediante la difusión de diversas conferencias magistrales en modalidad virtual de temas generales que coadyuven a la formación integral de los estudiantes de media superior y superior, para lo cual se convoca a personalidades líderes en el ámbito de su desempeño (educativo, social, empresarial) para su realización.	No agrega	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender a la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que está relacionada con la difusión de la realización de conferencias que tienen el objetivo conmemorar los 100 años de la Secretaría de Educación Pública. En ese sentido, esta campaña es considerada como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	INE/CG78/2016 e INE/CG334/2021
Secretaría de Seguridad Pública del Gobierno del estado de Tamaulipas; "Estaciones TAM, Seguridad en Carreteras" Vigencia: del 4 de febrero al 31 de mayo.	Dar a conocer la ubicación de las estaciones y servicios de auxilio a los que tienen acceso los automovilistas que requieren atención en carretera.	No agrega	Procedente: La acción en materia de prevención de accidentes comprende la adopción de diversas medidas entre las que se encuentra la difusión de información acerca de servicios de auxilio y estaciones en carreteras de acceso a los automovilistas, para generar conciencia y conocimiento sobre la cultura y educación vial. Por lo cual se considera que esta campaña se encuentra vinculada con el concepto de protección civil, y ligada a las excepciones de la prohibición de difundir propaganda gubernamental.	INE/CG43/2022 ²⁷²

²⁷¹ Ídem.

²⁷² En condiciones similares a las señales con la campaña de la Secretaría de Infraestructura, Comunicaciones y Transportes denominada "Carretera Segura. Versiones: Automóviles, Autotransporte y Accidentes Autos".

Secretaría de Seguridad Pública, “Difusión en campo de la Línea de Emergencias 9-1-1” , con vigencia del 10 de marzo al 10 de abril.	Difusión en campo de la Línea de emergencias 911 y de servicios a cargo del Centro de Comando, Control, Comunicaciones y Computo (C-4) con el fin de incrementar las llamadas y denuncias en materia de seguridad, protección civil o atención de emergencias.	CPEUM, Constitución Política del Estado de Tamaulipas, Ley General del Sistema Nacional de Seguridad Pública, Ley de Coordinación del Sistema de Seguridad Pública del estado de Tamaulipas, Ley de Seguridad Pública del estado de Tamaulipas. Ley Orgánica de la Administración Pública del estado de Tamaulipas.	Procedente: Se trata de información institucional con fines educativos, pues instruye a la población sobre las herramientas que permiten alertar a las autoridades de la existencia de una emergencia o de un delito, lo que coadyuva con las labores de prevención y persecución de delitos. Así, puede ser considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional. ²⁷³	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG235/2020, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022
Sistema DIF Tamaulipas, “Nuestros niños, nuestro futuro” , con vigencia del 10 de abril al 30 de mayo.	Detectar a niñas, niños y adolescentes en situación de orfandad por delitos de alto impacto e invitar a la población a participar como madrinan o padrinos de niñas, niños y adolescentes que se encuentren en el programa.	No agrega	Improcedente: Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, del formulario se desprende que se trata del ejercicio de un programa social o acción de gobierno, ya que busca detectar a niñez y adolescentes en estado de orfandad e invitar a la población a participar como madrinan o padrinos de estos para garantizar su sano desarrollo y buscarles crear un futuro prometedor, por tanto, no cumple con el criterio de necesidad. ²⁷⁴	
Sistema DIF Tamaulipas, “Tamaulipas Unido contra el Abuso Sexual Infantil” , con vigencia del 10 de abril al 30 de mayo.	Prevenir el abuso sexual infantil, pues busca concientizar a la niñez sobre este problema, así como dar a conocer los números de teléfono a donde pueden llamar en caso de ser víctimas de este delito o denunciar de manera anónima.	No agrega	Procedente: El Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) establece que las niñas, niños y adolescentes deben ser protegidos de la violencia, el abuso y el maltrato. En ese sentido, el artículo 47, fracción III de la Ley General de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes en relación con el artículo 32, fracción III de la Ley de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes del estado de Tamaulipas estipulan que las autoridades, en el ámbito de sus respectivas competencias, están obligadas a tomar las medidas necesarias para prevenir, atender y sancionar los casos en que niñas, niños o adolescentes se vean afectados por abuso sexual infantil, por lo que, la presente campaña guarda relación directa con los conceptos de educación y salud y debe exceptuarse de las prohibiciones de difundir propaganda gubernamental.	

²⁷³ La Sala Superior del TEPJF en el SUP-RAP-121/2014, respecto de la “Campaña del 066 y 089 del Consejo Estatal de Seguridad Pública” estableció que atendiendo a la necesidad de la sociedad de contar con vías de comunicación para denunciar hechos posiblemente constitutivos de delito, y que permitan la reacción inmediata de las autoridades policíacas, resulta lógico que las autoridades implemente programas y acciones, no solo encaminadas a dar a conocer los instrumentos y mecanismos que se implementen para facilitar la denuncia de delitos, sino además, tendientes a fomentar su uso y utilización entre la sociedad, por lo que se encuentran dentro de lo previsto en las excepciones previstas en el artículo 41, Base II, Apartado C, párrafo segundo de la CPEUM.

²⁷⁴ Al respecto, la Sala Superior estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante un periodo de prohibición; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electivos y consultivos.

Sistema DIF Tamaulipas, "Promover imágenes ganadoras del concurso de prevención de ciberdelitos", con vigencia del 30 de marzo al 30 de mayo.	Concientizar a la población sobre el buen uso del internet y así prevenir delitos cibernéticos, lo anterior, promoviendo las imágenes del Concurso de Ciber imágenes y videos cortos, con la finalidad de dar tips de prevención para no ser víctimas de delitos cibernéticos.	No agrega	Procedente: De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas, el delito cibernético es una forma emergente de la delincuencia trasnacional y uno de los de más rápido crecimiento. Es por ello que se debe prevenir, atender y combatir todo tipo de incidentes que se cometan a través de medios digitales. En ese sentido, esta campaña se vincula con el concepto de educación al promover entre la población el buen uso del internet y así prevenir delitos cibernéticos. En razón de lo expuesto, se considera pertinente exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental.	
---	--	-----------	---	--

56. Dependencias del Gobierno del estado de Veracruz.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Secretaría de Desarrollo Económico y Portuario, "Programa para el Desarrollo del Istmo de Tehuantepec (PDIT)", con vigencia del 1 de enero al 31 de diciembre.	Impulsar el crecimiento de la economía regional con pleno respeto a la historia, la cultura y las tradiciones del Istmo oaxaqueño y veracruzano generando las condiciones para una economía incluyente, que promueva el bienestar de la población y garantice una distribución justa de beneficios.	Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024, Plan Veracruzano de Desarrollo 2019-2024 y Programa Sectorial de Desarrollo Económico 2019-2024.	Improcedente. De acuerdo con lo establecido en el formulario, la solicitud no se refiere a una campaña gubernamental sino al ejercicio de un proyecto prioritario del Gobierno Federal, por tanto, su autorización no es materia del presente acuerdo.	
Secretaría de Desarrollo Económico y Portuario, "Ciclo de webinars: Generalidades del comercio exterior en Asia", con vigencia del 11 al 30 de junio.	Llevar a cabo una conferencia magistral en temas de comercio exterior, enfocado al intercambio comercial México- Asia.	Artículo 29, fracción XIX del Reglamento Interior de la Secretaría de Desarrollo Económico y Portuario.	Improcedente: Del formulario se desprende que la difusión no implica la radio y televisión. En el caso en particular se debe atender a lo referido en el considerando 59.	
Secretaría de Desarrollo Económico y Portuario, "Difusión de la participación de productos veracruzanos en el Festival ¡Que Gusto! En París, Francia", con vigencia del 11 al 31 de abril.	Promover los productos veracruzanos en una plataforma única de actividades de promoción y de degustación del Festival ¡Que gusto, impulsando productos de calidad y diferenciadores que busquen impactar a los consumidores del mercado francés!	Artículo 29, fracción XIX del Reglamento Interior de la Secretaría de Desarrollo Económico y Portuario.	Improcedente: Del formulario se desprende que la difusión no implica la radio y televisión. En el caso en particular se debe atender a lo referido en el considerando 59.	
Secretaría de Desarrollo Económico y Portuario, "Difusión de la participación de productos veracruzanos en la Expo Dubái 2020-2022", con vigencia del 11 al 31 de abril.	Difundir la participación de productos veracruzanos en la Semana de la Agroindustria de la Expo Dubái 2020-2022, cuyo propósito es promover la industria agroindustrial del estado de Veracruz.	Artículo 29, fracción XIX del Reglamento Interior de la Secretaría de Desarrollo Económico y Portuario.	Improcedente: Del formulario se desprende que la difusión no implica la radio y televisión. En el caso en particular se debe atender a lo referido en el considerando 59.	
Secretaría de Desarrollo Económico y Portuario, "Campaña promoción de lanzamiento de la Plataforma Electrónica Veracruz tu Estado Industrial", con vigencia del 11 de abril al 30 de junio.	Dar a conocer la plataforma informativa y de digitalización de los servicios que la Subsecretaría de Industria, Atracción de Inversiones, Comercio Exterior y Proyectos Estratégicos ofrece a los empresarios veracruzanos.	Artículo 29, fracción XIX del Reglamento Interior de la Secretaría de Desarrollo Económico y Portuario.	Improcedente: Del formulario se desprende que la difusión no implica la radio y televisión. En el caso en particular se debe atender a lo referido en el considerando 59.	

Secretaría de Desarrollo Económico y Portuario, "Convocatorias 2022 del Programa "Listos para Comercializar" , con vigencia del 11 de abril al 30 de junio.	Invitación a conocer y participar en la convocatoria 2022 del programa "Listos para Comercializar".	Numerales 1, 2, 3, 5, 23, 24 y 30 de la Ley de Fomento Económico para el Estado de Veracruz.	Procedente: La campaña está vinculada al concepto de educación y pretende dar a conocer a la población información pública de carácter institucional, ²⁷⁵ por lo que su difusión se encuentra permitida durante la campaña y veda electoral siempre que no se trate de publicidad ni propaganda gubernamental, no haga referencia a alguna candidatura o partido político, no promocióne a algún funcionario público o logro de gobierno, ni contenga propaganda en la que se realicen expresiones de naturaleza político electoral. Lo anterior, en atención a lo establecido por la Sala Superior en la Tesis XIII/2017, ya que este tipo campañas constituye información sobre temáticas relacionadas con trámites administrativos y servicios a la comunidad.	
Secretaría de Desarrollo Económico y Portuario, "Convocatorias 2022 del Programa "Impulso Productivo" , con vigencia del 11 de abril al 30 de junio.	Invitación a conocer y participar en la convocatoria 2022 del programa "Impulso Productivo".	Numerales 1, 2, 3, 5, 23, 24 y 30 de la Ley de Fomento Económico para el Estado de Veracruz.	Procedente: La campaña está vinculada al concepto de educación y pretende dar a conocer a la población información pública de carácter institucional, ²⁷⁶ por lo que su difusión se encuentra permitida durante la campaña y veda electoral siempre que no se trate de publicidad ni propaganda gubernamental, no haga referencia a alguna candidatura o partido político, no promocióne a algún funcionario público o logro de gobierno, ni contenga propaganda en la que se realicen expresiones de naturaleza político electoral. Lo anterior, en atención a lo establecido por la Sala Superior en la Tesis XIII/2017, ya que este tipo campañas constituye información sobre temáticas relacionadas con trámites administrativos y servicios a la comunidad.	

57. Dependencias del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas.

²⁷⁵ 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.

²⁷⁶ Ídem.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Secretaría de Educación, Cultura y Deporte, “Vínculos Asertivos” , con vigencia del 28 de enero al 16 de diciembre.	Proporcionar las herramientas psicoeducativas y emocionales, así como las estrategias necesarias a familias y docentes de niñas y niños con necesidades educativas especiales, a través de capacitaciones que favorezcan su entorno académico y social.	Artículos 138 y 139 de la Constitución Política del estado de Tamaulipas, 41 de la Ley General de Educación, 12 de la Ley General para la inclusión de las personas con discapacidad y 3, 7, 10 de la Ley para la Protección de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes.	Procedente: Como parte de los derechos de que goza la niñez, se encuentra el derecho a la educación y no discriminación. Es por ello que la difusión de esta campaña cobra relevancia, al difundir información acerca de las diversas capacitaciones para padres de familia y docentes de niñas y niños con necesidades educativas especiales. Así, esta campaña se encuentra vinculada al concepto de educación y debe exceptuarse de las prohibiciones de difundir propaganda gubernamental. No implica ningún beneficio directo, sino de orientación.	
Secretaría de Educación, Cultura y Deporte, “Detección Temprana de Autismo” , con vigencia del 10 de enero al 16 de diciembre.	Identificar a la población de niñas y niños de 2 a 5 años que presentan rasgos del Trastorno del Espectro del Autismo, lo anterior, mediante capacitaciones a familias, maestros y cuidadores, aunado a la prestación de servicios de detección temprana y oportuna de dicha enfermedad, canalizando oportunamente a las niñas y niños a los programas o instituciones correspondientes para llevar a cabo la intervención temprana.	Ley General para la atención y protección a personas del Espectro Autista, Estrategia Nacional de Educación Inclusiva y la Ley General para la Inclusión de las Personas con Discapacidad Federal.	Procedente: Esta campaña se encuentra estrechamente vinculada con los conceptos de salud y educación, pues busca capacitar a familias, maestros y cuidadores de niñas y niños que presenten probables rasgos del TEA, por lo cual debe exceptuarse de las prohibiciones de difundir propaganda gubernamental que impone el texto constitucional. Lo anterior, debido a que nuestra Constitución consagra el derecho de toda persona a la educación y el derecho de los niños y las niñas a la satisfacción de sus necesidades de alimentación, salud, educación y sano esparcimiento para su desarrollo integral. No implica ningún beneficio directo, sino de orientación.	

Secretaría de Educación, Cultura y Deporte, “Asesoría Psicológica Especial” , con vigencia del 11 de octubre de 2021 al 8 de julio de 2022.	Brindar asesoría psicológica especial y detección de necesidades de las y los niños identificados en el programa de “atención psicopedagógica y educación especial” y brindar orientación a padres de familia, así como promover estrategias que permitan el bienestar y favorezcan la dinámica familiar.	Artículos 138 y 139 de la Constitución Política del estado de Tamaulipas, 41 de la Ley General de Educación, 12 de la Ley General para la inclusión de las personas con discapacidad y 3, 7, 10 de la Ley para la Protección de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes.	Procedente: La salud integral para la niñez debe ser entendida como el conjunto de acciones que se deben proporcionar a las y los niños ya que tienen derecho a la salud y a disfrutar su niñez de la mejor forma posible. Es por ello que, esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de salud y educación, pues busca brindar asesorías psicológicas especiales a los menores de edad y capacitaciones a sus familiares, para estar en condiciones de afrontar las diversas deficiencias que, en su caso, podrían sufrir como es algún rezago del desarrollo en las áreas cognitiva, psicomotricidad, integración sensorial, entre otras. Así, se estima que esta campaña forma parte de las excepciones a las prohibiciones de difundir propaganda gubernamental. No implica ningún beneficio directo, sino de orientación.	
Secretaría de Educación, Cultura y Deporte, “Programa de Apoyo Psicopedagógico y Educación Especial” , con vigencia del 11 de octubre de 2021 al 8 de julio de 2022.	Ofrecer las herramientas y estrategias adecuadas a padres de familia y a los niños de edad escolar básica para fortalecer el área académica, social y emocional de la niñez, contribuyendo en la adquisición de buenos hábitos de estudio, bienestar psicológico y en conjunto combatir los desfases madurativos y el rezago educativo.	Ley General de Educación del Estado de Tamaulipas, Plan Estatal de Desarrollo 2016-2021 (PED 2016-2022) “Decidimos Todos” y Plan Estatal de Desarrollo 2016-2022, pág. 50.	Improcedente: Si bien esta campaña se encuentra vinculada con el concepto de educación, ya que ofrece herramientas y estrategias necesarias a padres de familia y niños menores de edad de educación básica para contribuir en la adquisición de buenos hábitos de estudio, bienestar psicológico y en conjunto combatir los desfases madurativos y el rezago educativo, del cronograma adjunto al formulario, se desprende que su difusión se llevaría a cabo mediante volanteo y no a través de la radio y televisión.	
Secretaría de Educación, Cultura y Deporte, “Concurso de juegos y rondas tradicionales “Nueva Era” , con vigencia del 15 de marzo al 15 de junio.	Invitar a los estudiantes de nivel básico a jugar, practicar, disfrutar de las rondas y juegos tradicionales durante el recreo, con la finalidad de rescatar actividades lúdicas fomentando los valores, el deporte, habilidades sociales y físicas.	Artículo 13 de la Ley de Educación de Tamaulipas.	Procedente: La Convención sobre los Derechos del Niño señala en su artículo 31, el derecho del niño al descanso y el esparcimiento, al juego y a las actividades recreativas propias de su edad y a participar libremente en la vida cultural y en las artes. Derivado de lo anterior, se desprende que esta campaña se vincula con el concepto de educación en su aspecto integral pues busca fomentar los valores, el deporte, habilidades sociales y físicas entre los estudiantes. Por tanto, se considera como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	

Secretaría de Desarrollo Económico, "Expo Viva Fresh" , con vigencia del 21 de abril al 25 de abril.	Difundir la participación en el evento con el interés de promover la región y el potencial para distribución y almacenamiento de productos de agricultura e industria.	No agrega	Procedente: Se considera que la promoción del país y de sus regiones constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° Constitucional. De esta manera, se considera que la presente campaña se adecua a las excepciones de la prohibición de difundir propaganda gubernamental, por su vinculación directa con el concepto de educación. No implica ningún beneficio directo, sino de orientación y asesoría.	INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022
Dirección de Salud Municipal, "Brigada de Salud Animal" , ²⁷⁷ con vigencia del 28 de febrero al 31 de diciembre.	Atender las necesidades primarias de las mascotas, promover la cultura animal y salvaguardar los derechos de los animales.	Ley General Animal y Ley General de Equilibrio Ecológico y Protección Ambiental.	Improcedente: Su difusión no implica la radio y televisión, sino mediante volantes, redes sociales y perifoneo.	
Dirección de Salud Municipal, "Brigada de Vacunación" , con vigencia del 28 de febrero al 31 de diciembre.	Aplicación de vacunas sobre la temporada y la permanente para que el general de la ciudadanía tenga acceso a ellas.	No agrega	Procedente: Toda persona tiene derecho a la protección de la salud. En ese sentido, esta campaña se encuentra vinculada con el concepto de salud, al promover la aplicación de vacunas, por lo que debe exceptuarse de la prohibición de difundir propaganda gubernamental.	INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022
Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia, "Centro de Atención Infantil Comunitario" Vigencia: del 1 de marzo al 31 de diciembre.	Contribuir al desarrollo físico, intelectual, afectivo, social y moral de los niños. Además de fomentar la adquisición de hábitos de vida saludable y una autonomía cada vez mayor en alimentación, higiene, sueño, salud y bienestar. Ofrecer la infraestructura para atender de manera integral a menores a través de los Centros de Asistencia.	No agrega	Procedente: Toda vez que es una medida de apoyo a las niñas y niños de Tamaulipas que les permitirá un mayor desarrollo físico, intelectual, afectivo, social y moral de los niños. Asimismo, esta determinación potencializa el concepto de salud, en su sentido amplio, puesto que este se relaciona con un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades.	

²⁷⁷ Esta campaña fue previamente analizada en el Acuerdo INE/CG43/2022, sin embargo, en el presente formulario cambia su medio de difusión.

Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia, “Campañas y Brigadas Médico Asistenciales” Vigencia: del 1 de marzo al 31 de diciembre.	Brindar servicios de salud pública a la población en condiciones de vulnerabilidad o carentes de seguridad social.	No agrega	Procedente: El derecho a la protección de la salud, del que todo mexicano goza, se fundamenta en el artículo 4° de la Constitución. Así, el concepto de servicios de salud debe entenderse como el conjunto de actividades que se llevan a cabo para la satisfacción de dicha necesidad colectiva de interés público, las cuales comprenden todos aquellos actos, medios y recursos que son indispensables para su adecuada prestación. En ese sentido, el concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, pues necesariamente abarca, entre otros aspectos la lucha contra enfermedades transmisibles y la realización de campañas sanitarias. Por tanto, toda vez que el objetivo de esta campaña está destinado directamente a los servicios de salud, su difusión se encuentra amparada en lo estipulado en las excepciones previstas en la CPEUM.	
Dirección de Salud Municipal, “Miércoles de Salud Brigada Médico Asistencial”,²⁷⁸ con vigencia del 28 de febrero al 31 de diciembre.	Ofrecer de manera itinerante servicios médicos básicos y de especialidad a la ciudadanía, beneficiando a la población que no cuenta con servicio de seguridad social, dándoles atención con las brigadas médico asistencial.	No agrega	Procedente: El derecho a la protección de la salud, del que todo mexicano goza, se fundamenta en el artículo 4° de la Constitución. Así, el concepto de servicios de salud debe entenderse como el conjunto de actividades que se llevan a cabo para la satisfacción de dicha necesidad colectiva de interés público, las cuales comprenden todos aquellos actos, medios y recursos que son indispensables para su adecuada prestación. En ese sentido, el concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, pues necesariamente abarca, entre otros aspectos la lucha contra enfermedades transmisibles y la realización de campañas sanitarias. Por tanto, toda vez que el objetivo de esta campaña está destinado directamente a los servicios de salud, su difusión se encuentra amparada en lo estipulado en las excepciones previstas en la CPEUM.	

²⁷⁸ En condiciones similares en el Acuerdo con clave INE/CG43/2022 con la campaña “Brigada Médico Asistencial” presentada por la Secretaría de Bienestar Social del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas.

Dirección de Salud Municipal, " Clínicas de Salud Municipal ", ²⁷⁹ con vigencia del 28 de febrero al 31 de diciembre.	Llevar los servicios de salud de primer nivel de atención médica a los colonias más vulnerables de la comunidad, con la finalidad de dar apoyo a la ciudadanía que no cuenta con servicio de seguro social.	No agrega	Improcedente: Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa de entrega de medicamentos en sectores de mayor vulnerabilidad, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún sector en específico, como es el caso.	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022
Dirección de Salud Municipal, " Brigadas de apoyo VPH ", con vigencia del 28 de febrero al 31 de diciembre.	Brindar inmunizaciones, prevención de mortalidad y mantener informada a la ciudadanía respecto al Virus del Papiloma Humano.	No agrega	Procedente: La finalidad de esta campaña versa sobre la prevención y el cuidado de la salud. En este sentido, se vincula con el concepto de salud, el cual se ampara en el artículo 4 de la CPEUM. Por tanto, se estima adecuado considerar esta campaña dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales.	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022 ²⁸⁰
Comunicación Social e Imagen Institucional, " Campaña permanente de prevención de enfermedades, accidentes y eventos meteorológicos ", con vigencia del 5 de abril al 6 de junio.	Difundir a la ciudadanía acciones de prevención para salvaguardar la vida, integridad y salud, así como sus bienes, la infraestructura, la planta productiva y el medio ambiente.	No agrega	Procedente: Protección civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona protección y asistencia a la ciudadanía ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y el entorno en el que vive. En ese sentido, el artículo 4° de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud, esto es, el derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. La acción en materia de seguridad tiene una evidente finalidad de protección civil en caso de fenómenos naturales, por lo cual resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de protección civil y salud, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de emergencias, contribución a la disminución de riesgos y prevención de una situación de peligro, lo que contribuye a salvar vidas humanas.	INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG377/2021, INE/CG431/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG43/2022

²⁷⁹ En condiciones similares en el Acuerdo con clave INE/CG43/2022 con la campaña "Clínicas de Salud UNE" presentada por la Secretaría de Bienestar Social del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas.

²⁸⁰ En condiciones similares en el Acuerdo con clave INE/CG43/2022 con la campaña "Vacunación contra el Papiloma Humano" presentada por la Secretaría de Bienestar Social del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas.

Comunicación Social e Imagen Institucional, "Campaña permanente de difusión del patrimonio y cultura gastronómica y artística de la ciudad" , con vigencia del 5 de abril al 6 de junio.	Difundir las actividades, sitios y expresiones culturales y artísticas de la ciudad para que la población las conozca y asista, fortaleciendo la cultura y el acceso a esta, así como los bienes y servicios que la ciudad presta en esta materia.	No agrega	Procedente: La Constitución establece el derecho que tiene toda persona al acceso a la cultura y al disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, así como el ejercicio de sus derechos culturales. Aunado a lo anterior, se considera que la promoción del país y de sus regiones turísticas constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no se reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura. Por tanto, esta campaña se adecua a las excepciones de la prohibición de difundir propaganda gubernamental, por su vinculación directa con el concepto de educación.	INE/CG626/2021
Comisión Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Nuevo Laredo, "Sin Agua no hay Vida" , con vigencia del 4 de febrero al 6 de junio.	Impulsar, promover, consolidar y fortalecer el cuidado del agua y la preservación del medio ambiente.	Artículo 21, fracción 1 y 2 y artículo 167, fracción I a V de la Ley de Agua del estado de Tamaulipas.	Improcedente: Del formulario se desprende que su difusión no implica la radio y la televisión sino a través de sus redes sociales, página Web, flyers, videos e infografías.	
Dirección de Protección Civil y Bomberos, "Operativo Migrante" , con vigencia del 1 de enero, sin señalar fin de la vigencia.	Informar de los diferentes centros de apoyo a migrantes y las medidas de prevención.	No agrega	Improcedente: La dirección de Protección Civil y Bomberos ingresó el formulario correspondiente; sin embargo, de dicho formulario se desprende el inicio de transmisiones de la campaña, pero no el fin de su transmisión además que no brinda información sobre la necesidad de difundir dicha campaña, por lo que no es posible determinar su procedencia.	

Dirección de Turismo, “Activando el corazón”, con vigencia del 14 de marzo al 2 de junio.	Atraer al turismo, dando a conocer los lugares emblemáticos en Nuevo Laredo, para así generar una derrama económica.	No agrega	Procedente: Se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no reduce la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural del pueblo, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros. En consecuencia, resulta evidente que la promoción nacional, en relación a sus lugares y destinos turísticos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica cultural y costumbres.	CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022
Dirección de Turismo, “Domingo de Deportes”, con vigencia del 15 de abril al 24 de abril.	Fomentar el deporte.	No agrega	Procedente: El artículo 4° de la CPEUM señala el derecho que tiene toda persona a la protección de la salud. Así, el deporte es una actividad muy importante en la vida de toda persona, ya que aporta beneficios en la salud física, mental y psicológica, por lo que esta campaña se encuentra directamente vinculada con el concepto de salud, toda vez que tiene como finalidad el fomento del deporte.	INE/CG43/2022

Dirección de Turismo, "Torneo binacional de pesca" , con vigencia del 3 de abril al 10 de abril.	Fomentar el turismo deportivo.	No agrega	Procedente: Esta campaña tiene como objetivo difundir un evento deportivo y a su vez busca promover el turismo, por lo que encuadra en el concepto de educación y salud, ya que no solo abarca la educación formal, pues amplía su espectro del conocimiento social y cultural. Asimismo, busca fomentar el deporte como parte esencial de los elementos de la educación para formar a las personas una cultura de ejercitar su cuerpo y mente integralmente. En ese sentido, esta campaña se considera como parte de las excepciones que emanan del texto constitucional sobre la prohibición de difundir propaganda gubernamental.	INE/CG43/2022
--	--------------------------------	-----------	---	---------------

Dirección de Turismo, "Tarde de danzón", con vigencia del 1 de abril al 3 de junio.	Reactivar el centro histórico en una de sus plazas, atrayendo el turismo local, disfrutando del baile tradicional.	No agrega	Procedente: Se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no reduce la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural del pueblo, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros. En consecuencia, resulta evidente que la promoción nacional, en relación a sus lugares y destinos turísticos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica cultural y costumbres.	CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022
Dirección de Turismo, "Karaoke, El mercadito", con vigencia del 3 de abril al 28 de mayo.	Reactivar la economía en el mercado Maclovio Herrera, para generar una derrama económica afectada por la pandemia.	No agrega	Procedente: La crisis desatada por la pandemia del COVID-19 ha afectado severamente la economía mundial, sus flujos de comercio, las cadenas de valor y las inversiones. En este contexto, es importante difundir las campañas encaminadas a reactivar la economía, lo que forma parte de la educación informal y cobra relevancia en estos momentos de crisis económica.	

Dirección de Turismo, "Festival canino" , con vigencia del 22 de abril al 5 de mayo.	Promover la salud animal a través de campañas de esterilización, adopción y disfrutar a su vez de un desfile canino.	No agrega	Procedente: Esta campaña se considera dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales, en razón de que se encuentra relacionada con el concepto de educación y el derecho a la protección de la salud del que todo mexicano goza. Lo anterior, ya que la campaña pretende concientizar a la población sobre la importancia de adoptar una mascota y sobre el trato adecuado que se le debe procurar a los animales. Además, porque el concepto atiende a la prestación de servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, ya que necesariamente abarca, entre otros aspectos, el cuidado y atención de los animales domésticos en situación de abandono como parte de los temas de salud pública. Lo que no implica un beneficio directo a algún sector de la población en específico.	INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022
Dirección de Turismo, "Festival de Tequila" , con vigencia del 6 de mayo al 21 de mayo.	Atraer el turismo dando a conocer una de la bebidas emblemáticas del país.	No agrega	Procedente: Se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no reduce la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural del pueblo, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros. En consecuencia, resulta evidente que la promoción nacional, en relación a sus lugares y destinos turísticos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, riqueza gastronómica, importancia histórica cultural y costumbres.	CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022

Dirección de Turismo, "Festival del vino", con vigencia del 28 de marzo al 9 de abril.	Atraer al turismo de la región fronteriza para incrementar la derrama económica en la ciudad.	No agrega	Procedente: Al igual que la campaña anterior, se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no reduce la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural del pueblo, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros. En consecuencia, resulta evidente que la promoción nacional, en relación a sus lugares y destinos turísticos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, riqueza gastronómica, importancia histórica cultural y costumbres.	CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022
--	--	------------------	--	--

Dirección de Turismo, “Campechaneando”, con vigencia del 11 de abril al 23 de abril.	Incrementar la derrama económica afectada por la pandemia mediante la realización de un evento en una de la principales calles de la ciudad.	No agrega	Procedente: En relación con esta campaña resulta importante destacar que en caso de que se trate de la invitación a un evento o la realización del evento en sí, no constituiría propaganda gubernamental debido a que no se trata de información pública que haga del conocimiento general logros de gobierno, avances, acciones, programas o cualquier desarrollo económico, social, cultural o político, o bien, beneficios y compromisos cumplidos por parte del Ayuntamiento. En ese sentido, de acuerdo con lo establecido por la Sala Superior²⁸¹, se estima que la difusión de propaganda gubernamental, en época consultiva, con motivo de la invitación a un evento de carácter cultural o social, no infringe la prohibición de difundir propaganda gubernamental, durante este periodo, aun cuando no esté en los supuestos de excepción expresamente señalados por el referido precepto constitucional, siempre que no difunda programas, acciones, obras o logros de gobierno, que tengan como finalidad apoyar o atacar algún candidato o partido político específico o que se promocióne a un servidor público, ni contenga expresiones, logotipos, emblemas, lemas que promociónen a algún partido político, coalición o candidato, porque no se trata de propaganda que contenga expresiones de naturaleza político-electoral ni gubernamental, sino de una invitación para la celebración de un acto de carácter social o cultural.	INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022
---	---	------------------	--	---

²⁸¹ En la tesis LXII/2016 de rubro PROPAGANDA GUBERNAMENTAL. LA INVITACIÓN A UNA CELEBRACIÓN DE CARÁCTER CULTURAL Y SOCIAL, NO VIOLA LA PROHIBICIÓN CONSTITUCIONAL DE DIFUNDIRLA EN PROCESO ELECTORAL. Gaceta de Jurisprudencia y Tesis en materia electoral, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Año 9, Número 18, 2016, páginas 113 y 114.

Dirección de Desarrollo Rural, “Consume Carne Local”, con vigencia del 7 de marzo al 1 de agosto.	Informar a los consumidores los beneficios que la carne local representa para la salud y su economía.	Artículo 15 del Reglamento de la Secretaría de Desarrollo Económico de Nuevo Laredo, Tamaulipas; artículo 60 del Reglamento de la Administración Pública de Nuevo Laredo, Tamaulipas y artículo 17, fracción VIII de la Ley de Desarrollo Rural Sustentable del Estado de Tamaulipas.	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a concientizar sobre la importancia de consumir y comprar los productos locales en negocios de la comunidad, ya que estas acciones ayudan a que la economía de las comunidades crezca, motivan a las personas emprendedoras a seguir adelante, impulsan la economía familiar y ayudan a conservar los empleos. Así, esta campaña corresponde a la educación informal y cobra gran relevancia en estos momentos de crisis económica pues contribuye a combatir el desempleo o mejorar la economía municipal, máxime cuando se han visto tan dañadas como resultado de la pandemia por COVID-19.	INE/CG334/2021, INE/CG431/2021 e INE/CG43/2022
Dirección de Desarrollo Rural, “Reforestación y Huertos en casa”, con vigencia del 14 de marzo al 2 de junio.	Difundir información para que la ciudadanía en general aprenda a través de capacitaciones las técnicas para tener un huerto en los patios de sus casas y así ayudar a la soberanía alimenticia en la ciudad. También dar apoyo con la donación de árboles cítricos, todo esto para que la ciudadanía se vea beneficiada con producir sus propias frutas y verduras.	Artículo 15 del Reglamento de la Secretaría de Desarrollo Económico de Nuevo Laredo, Tamaulipas; artículo 60 del Reglamento de la Administración Pública de Nuevo Laredo, Tamaulipas y artículo 17, fracción VIII de la Ley de Desarrollo Rural Sustentable del Estado de Tamaulipas.	Improcedente: Si bien esta campaña guarda relación con el concepto de educación al brindar a la ciudadanía capacitaciones para iniciar en huertos de traspatio y lograr una alimentación sustentable, tal y como se señala en el formulario, la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, pues se trata de la entrega de un beneficio directo para el sector vulnerable de la población en la región, con la entrega de árboles.	INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022

Dirección de Promoción a la Industria y Comercio Exterior, “Programa Municipal para la Capacitación Industrial” , con vigencia del 3 de abril al 5 de junio.	Brindar a la población la oportunidad de capacitarse para obtener una certificación y encontrar una mejor posibilidad laboral dentro del sector maquilador.	Artículo 12 de la Dirección de Desarrollo Industrial y Comercio Exterior.	Procedente: La campaña brinda a la población capacitaciones en materia industrial, por lo que se encuentra vinculada al concepto de educación. En relación con lo anterior, dado que la Constitución concibe a la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, dichas capacitaciones corresponden a la educación informal. De lo anterior, cobra relevancia mencionar que, la UNESCO es una de las grandes defensoras de las ventajas de la educación informal y su potencial para que todo miembro de la sociedad tenga acceso a mejores oportunidades de desarrollo social y laboral. Por tanto, resulta pertinente que esta campaña forme parte de las excepciones a las prohibiciones de difundir propaganda gubernamental.	CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG43/2022
---	---	---	--	--

Dirección de Promoción a la Industria y Comercio Exterior, "Inauguración de nuevas empresas o expansiones", con vigencia de 3 de abril al 5 de junio.	Lograr dar a conocer a nivel nacional e internacional que la ciudad es de interés para invertir y así lograr captar el interés de que más gente quiera invertir.	Artículo 12 de la Dirección de Desarrollo Industrial y Comercio Exterior.	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña relativa a incentivar la inversión en la ciudad y así estar en posibilidad de crear nuevas fuentes de empleo. Aunado a lo anterior, es importante destacar que, de acuerdo con lo establecido por la Sala Superior²⁸², se estima que la difusión de propaganda gubernamental, en época consultiva, con motivo de la invitación a un evento de carácter cultural o social, no infringe la prohibición de difundir propaganda gubernamental, durante este periodo, aun cuando no esté en los supuestos de excepción expresamente señalados por el referido precepto constitucional, siempre que no difunda programas, acciones, obras o logros de gobierno, que tengan como finalidad apoyar o atacar algún candidato o partido político específico o que se promocióne a un servidor público, ni contenga expresiones, logotipos, emblemas, lemas que promociónen a algún partido político, coalición o candidato, porque no se trata de propaganda que contenga expresiones de naturaleza político-electoral ni gubernamental, sino de una invitación para la celebración de una inauguración de un acto de carácter social.	INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022
Dirección de Promoción a la Industria y Comercio Exterior, "Participación en Expos y Ferias", con vigencia del 3 de abril al 5 de junio.	Promoción de la ciudad y así lograr captar la atención de nuevos inversionistas interesados en expandir sus operaciones a otros lugares.	No agrega	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña relativa a incentivar la inversión en la ciudad y así estar en posibilidad de crear nuevas fuentes de empleo.	INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022

²⁸² Ídem.

Dirección de Empleo, "Empleo en tu colonia" , con vigencia del 1 de abril al 27 de mayo.	Acercar a la población de sectores vulnerables, oportunidades de empleo de los diferentes giros, mediante el empleo móvil.	No agrega	Improcedente: Del formulario se desprende que la promoción de la presente campaña no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población y no en algún sector en específico, como es el caso, pues va dirigida a los sectores vulnerables de la población.	
Dirección de Empleo, "Feria del empleo" , con vigencia del 1 de abril al 8 de abril.	Realizar una estrecha vinculación con todos los sectores económicos, para generar y propiciar mejores empleos para la población mediante ferias de empleo por cada giro.	No agrega	Procedente: La Constitución establece en el artículo 123 el derecho que tiene toda persona al trabajo digno y socialmente útil, por lo que se promoverán la creación de empleos. En razón de lo anterior, esta campaña guarda relación con el concepto de educación en su aspecto informal, pues promueve la realización de ferias que promuevan la creación de empleos.	
Dirección de Empleo, "Fondo de apoyo financiero a Mipymes, mujeres y jóvenes emprendedores" , con vigencia del 1 de abril al 27 de mayo.	Difundir los planes y programas de estímulos para el fomento de las micro, pequeñas empresas, de las mujeres y jóvenes emprendedores.	No agrega	Improcedente: Si bien esta campaña guarda relación con el concepto de educación al brindar asesorías y capacitaciones, del formulario se desprende que también se trata de la entrega de apoyos económicos, lo que se traduce en la entrega directa de un beneficio, a los sectores específicos que se mencionan, como son mujeres y jóvenes emprendedores, lo cual rompe con los criterios de generalidad y necesidad, y podrían vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse.	INE/CG43/2022
Coordinación de Mejora Regulatoria, "Arranque rápido de empresas" , con vigencia del 1 de abril al 27 de junio.	Asesoría y desarrollo de la creación de nuevas empresas en la ciudad con la intención de facilitar el procedimiento al micro y mediano emprendedor.	Artículo 3 del Reglamento de Mejora Regulatoria, punto 4.3 del Plan Municipal de Desarrollo Económico, artículo 22 del Código Municipal de Nuevo Laredo.	Procedente: Dado que la Constitución concibe a la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, las actividades de asesoría corresponden a la educación informal ya que contribuyen al acercamiento de la ciudadanía a la educación empresarial y así apoyar y difundir el emprendedurismo.	

58. Dependencias del Gobierno del estado de Coahuila de Zaragoza

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Coordinación General de Comunicación e Imagen, "Coahuila Seguro" , con vigencia del 15 de marzo al 31 de diciembre.	Difusión permanente de las medidas que el estado y los municipios en coordinación con la federación aplican para mantener las calles seguras, así como dar a conocer las medidas preventivas que deben acatar los ciudadanos y los medios de atención existentes como el 911.	Artículo 134, párrafo 8 de la CPEUM; artículo 10 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Coahuila; y artículo 6, fracciones VII y VIII del Reglamento Interior de la Coordinación General de Imagen Institucional del Estado de Coahuila.	Improcedente. Si bien es cierto que la campaña se relaciona con los conceptos de educación y protección civil, también lo es que difunde logros e información sobre programas y acciones a favor de la ciudadanía, por tanto, esta campaña no cumple con los criterios de necesidad e importancia ya que no es imprescindible su difusión durante la campaña y periodo de veda.	
Coordinación General de Comunicación e Imagen, "Mejora Coahuila" , con vigencia del 15 de marzo al 31 de diciembre.	Promover los módulos de atención que tienen como objetivo canalizar a la ciudadanía que requiera acceder ya sea a políticas públicas o acciones privadas con el propósito de disminuir la brecha de desigualdad social.	Artículo 134, párrafo 8 de la CPEUM; artículo 10 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Coahuila; y artículo 6, fracciones VII y VIII del Reglamento Interior de la Coordinación General de Imagen Institucional del Estado de Coahuila.	Procedente. La campaña está vinculada al concepto de educación y pretende orientar a la población, a través de los módulos de atención ciudadana, sobre los trámites y servicios que presta el gobierno o bien, las asociaciones civiles. En ese sentido, se considera que es información pública de carácter institucional, útil y necesaria para que la ciudadanía conozca los programas y servicios a los que tiene derecho, por lo tanto, es procedente. Ahora bien, resulta importante subrayar que la campaña deberá cumplir con lo establecido por la Sala Superior en la tesis XIII/2017 de rubro: "INFORMACIÓN PÚBLICA DE CARÁCTER INSTITUCIONAL. LA CONTENIDA EN PORTALES DE INTERNET Y REDES SOCIALES, PUEDE SER DIFUNDIDA DURANTE CAMPAÑAS Y VEDA ELECTORAL" ²⁸³ .	
Coordinación General de Comunicación e Imagen "Reactivación Económica" , con vigencia del 15 de marzo al 31 de diciembre.	Informar y orientar a los ciudadanos sobre la forma segura de regresar a la reactivación de las actividades educativas, productivas y sociales tras la pandemia por COVID-19.	Artículo 134, párrafo 8 de la CPEUM; artículo 10 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Coahuila; y artículo 6, fracciones VII y VIII del Reglamento Interior de la Coordinación General de Imagen Institucional del Estado de Coahuila.	Procedente. La campaña tiene como finalidad seguir manteniendo las medidas sanitarias derivadas por COVID19. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante el periodo prohibido, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.	INE/CG334/2021, e INE/CG43/2022.

²⁸³ Tesis XIII/2017, Gaceta de Jurisprudencia y Tesis en materia electoral, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Año 10, Número 20, 2017, páginas 28 y 29.

Coordinación General de Comunicación e Imagen "Rebásalo, campaña contra el cáncer infantil" , vigencia del 15 de marzo al 31 de diciembre.	Alertar a toda la población sobre las señales de posibles casos de cáncer infantil	Artículo 134, párrafo 8 de la CPEUM; artículo 10 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Coahuila; y artículo 6, fracciones VII y VIII del Reglamento Interior de la Coordinación General de Imagen Institucional del Estado de Coahuila.	Procedente. Los artículos 3, fracción XI, 162 y 163 de la Ley General de Salud, disponen que es materia de salubridad general la educación para la salud, y que el derecho a su protección tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. Asimismo, que la acción en materia de prevención comprende la adopción de diversas medidas entre las que se encuentra el fomento de programas de educación y orientación a la población. Por lo que este Consejo General considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de educación y salud.	INE/CG172/2018, INE/CG334/2021 e INE/CG431/2021.
Coordinación General de Comunicación e Imagen Institucional, "Has turismo responsable" , con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre.	Dar a conocer eventos locales, nacionales e internacionales, actividades y destinos turísticos, así como promover la riqueza gastronómica, cultural e histórica del estado.	Artículo 33 Ter, fracción III de la Ley Orgánica de la Administración pública del estado de Coahuila	Procedente. Se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural del pueblo, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros. En consecuencia, resulta evidente que la promoción del Estado de Coahuila, en relación a sus lugares y destinos turísticos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres.	CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG43/2022.

Coordinación General de Comunicación e Imagen “Siéntete segura” , con vigencia del 01 de marzo al 31 de octubre.	Difundir los centros de atención y números telefónicos para reportar casos de violencia en contra de la mujer.	Artículo 134, párrafo 8 de la CPEUM; artículo 10 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Coahuila; y artículo 6, fracciones VII y VIII del Reglamento Interior de la Coordinación General de Imagen Institucional del Estado de Coahuila.	Procedente. La violencia en contra de las mujeres tiene graves consecuencias inmediatas y a largo plazo para el desarrollo psicológico y social de las personas, las familias, las comunidades y los países, por lo que se debe evaluar este problema como una prioridad de salud pública y tomar medidas para prevenirlo y resolverlo. La difusión de los centros de atención y de los números telefónicos es una de las herramientas para combatir la violencia contra las mujeres, por lo que su difusión 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 en general, además de constituirse como un medio para informar y educar a las víctimas de violencia acerca de su derecho a recibir apoyo y reparación, y la forma en que pueden hacer valer estos derechos. Por tanto, esta campaña debe ser considerada dentro de las excepciones previstas, por encontrarse vinculada con los conceptos de educación y salud.	INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG245/2019, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021, INE/CG626/2021 e INE/CG431/2021.
---	--	---	--	---

59. Es importante señalar, que las entidades con proceso electoral local tienen entidades vecinas con emisoras de radio y canales de televisión cuya cobertura alcanza a cubrir parte del territorio de esas entidades con proceso electoral como se observa a continuación:

Entidad con proceso electoral local	Entidad vecina con emisoras de radio y canales de televisión con cobertura en alguna entidad con proceso electoral local.
Aguascalientes	Guanajuato
	Jalisco
	San Luis Potosí
	Zacatecas
Durango	Chihuahua
	Coahuila
	Nayarit
	Sinaloa
	Zacatecas
Hidalgo	Ciudad de México
	Guanajuato
	Estado de México
	Morelos
	Puebla
	Querétaro
	San Luis Potosí
	Tamaulipas
	Tlaxcala
	Veracruz
Oaxaca	Chiapas
	Guerrero
	Estado de México
	Morelos
	Puebla
	Veracruz
Quintana Roo	Campeche
	Yucatán
Tamaulipas	Nuevo León
	San Luis Potosí
	Veracruz

Lo anterior cobra relevancia con la difusión de propaganda gubernamental en esas entidades vecinas, ya que de los formularios remitidos no se desprende con claridad el medio en el que se difundirán, por lo que si de las entidades vecinas, las campañas de propaganda gubernamental se difunden en cualquier medio distinto a la radio y la televisión, éstas serán procedentes, ya que esa difusión no afectará el desarrollo de los procesos electorales locales; sin embargo, si la difusión es en radio o televisión, se deberá atender al *Catálogo Nacional de estaciones de radio y canales de televisión que participarán en la cobertura de los Procesos Electorales Locales Ordinarios 2021-2022 y el Periodo Ordinario durante 2022*, señalado en el antecedente IV, a fin de determinar si la cobertura de sus emisoras abarca parte del territorio de las entidades con proceso electoral, ya que algunas se encuentran obligadas a suspender propaganda gubernamental.

60. La propaganda gubernamental, cuya difusión sea procedente, no podrá incluir nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público, ni hacer referencias visuales o auditivas a las frases, imágenes, voces o símbolos que pudieran ser constitutivos de propaganda política o electoral, **ni contener logotipos, slogans o**

cualquier otro tipo de referencias al gobierno federal o a algún otro gobierno, o a sus campañas institucionales.

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

- 61.** Aún sin mediar la solicitud prevista en el Acuerdo INE/CG03/2017, la difusión de propaganda gubernamental de los poderes federales, estatales o municipales y cualquier otro ente público estará permitida siempre y cuando se ajuste a los criterios jurisdiccionales, administrativos o en su caso las normas reglamentarias emitidas por este Consejo General.
- 62.** Cualquier contravención a lo señalado en el presente instrumento se procederá conforme al Libro Octavo de la LGIPE.
- 63.** Ahora bien, en el presente Acuerdo y el identificado con la clave INE/CG03/2017 se detallaron los conceptos jurisdiccionales y criterios administrativos, así como el procedimiento para la recepción de solicitudes, plazos y el formulario que deberá acompañar a las mismas. En ese sentido, la fecha límite para la recepción de solicitudes fue el pasado cuatro de marzo, por lo que cualquier solicitud extemporánea será desechada por la DEPPP bajo dicha causal, no obstante, a efecto de claridad y certeza, se mencionan aquellas solicitudes que se recibieron posterior a la fecha límite y que, por tanto, no se realizará el análisis a la luz de los criterios de necesidad, importancia, temporalidad, generalidad y de fundamentación y motivación que complementan las interpretaciones realizadas por la Sala Superior y de este Instituto.

Sin embargo, de conformidad con el artículo 21, fracción IV de la LGCS, no implica que solo las campañas autorizadas por este Consejo General mediante el presente Acuerdo son las únicas que podrán difundirse.

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

No.	DEPENDENCIA	CAMPAÑAS	FECHA EN QUE SE RECIBIERON
1.	Ayuntamiento de Miahuatlán, Veracruz	1) "Aparatos auditivos"; 2) "Campaña de lentes"; 3) "Ingresos a CRISVER", y 4) "Apoyos funcionales".	5 de marzo de 2022
2.	Ayuntamiento de Nealtican, Puebla	1) "Esterilización Canina y Felina Nealtican 2021", y 2) "Conociendo a Nealtican y sus tradiciones".	8 de marzo de 2022
3.	Ayuntamiento de El Llano, Aguascalientes	"Operativo semana santa, prevención de incendios, golpes de calor, quemaduras por exposición al sol, prevención de accidentes en el hogar"	10 de marzo de 2022
4.	Ayuntamiento de Villa de Guadalupe, San Luis Potosí	"Integración de los organismos electorales administración 2021-2024"	10 de marzo de 2022
5.	Instituto Municipal de Arte y Cultura de Durango	Festival Internacional Ricardo Castro	15 de marzo en OPLE de Durango; 26 de marzo en INE

Fundamentos para emitir el acuerdo:

<i>Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos</i>
41, párrafo segundo, Base III, primer párrafo, apartados A, B y C, segundo párrafo; Base V, Apartado A, párrafo primero; 134, párrafos séptimo y octavo
<i>Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales</i>
1, párrafos 1 y 2; 2, párrafo 1, incisos b) y c); 29, párrafo 1; 30 párrafo 1, inciso h); 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; 209, numeral 1
<i>Ley General de Partidos Políticos</i>
Artículos 23, numeral 1, inciso d); 26, numeral 1, inciso a) y 49
<i>Ley General de Comunicación Social</i>
Artículos 3; 6 y 21
<i>Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral</i>
4, numeral 2; 7, numerales 3 y 8

En razón de los antecedentes, consideraciones y fundamentos señalados, el 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 los Procesos Electorales Locales de Aguascalientes, Durango, Hidalgo, Oaxaca, Quintana Roo y Tamaulipas, conforme a lo establecido en los puntos subsecuentes de este Acuerdo.

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

TERCERO. Deberá suprimirse o retirarse toda propaganda gubernamental en todos los medios de comunicación social, tanto de los gobiernos de los estados de Aguascalientes, Durango, Hidalgo, Oaxaca, Quintana Roo y Tamaulipas, como de los municipios, y cualquier otro ente público, en los términos y con las excepciones establecidas en el artículo 41, párrafo segundo, Base III, apartado C, párrafo segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, a partir del tres de abril y hasta el cinco de junio de dos mil veintidós, así como de los procesos electorales extraordinarios que se celebren durante el presente año, incluyendo las emisoras de radio y canales de televisión previstos en el Catálogo señalado en el Antecedente IV del presente Acuerdo.

CUARTO. Se establecen las excepciones siguientes a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental prevé el artículo 41, párrafo segundo, Base III, apartado C, segundo párrafo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, siempre y cuando no incluyan nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público, ni contengan logotipos, slogans o cualquier otro tipo de referencias al gobierno federal o a algún otro gobierno o administración, o a sus campañas institucionales, a saber:

No.	Ente público	Propaganda
1.	Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del estado de Oaxaca	"Pon un alto a la Pornografía Infantil"
2.	Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del estado de Oaxaca	"Rompe la cadena de trata"
3.	Secretaría de Turismo y Coordinación General de Comunicación Social, ambos del Gobierno del estado de Oaxaca	"Campaña de Promoción Turística del estado de Oaxaca"
4.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Oaxaca	"Guelaguetza"
5.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Oaxaca	"Campaña de vacunación"
6.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Oaxaca	"Promoción cultural de Oaxaca"
7.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Oaxaca	"Protección Civil"
8.	SENER	"Horario de Verano", Versión: Inicio resto de la República
9.	CONAGUA	"Lluvias y ciclones tropicales 2022, versión: Lluvias y ciclones tropicales 2022"
10.	CONAFOR	"Prevención y reporte de Incendios Forestales, Versiones 2022 A y B"
11.	CONAFE	"Captación de aspirantes a líderes para la educación comunitaria"
12.	IMSS	"PREVENIMSS versión "Varias"
13.	Secretaría de Cultura	"Actividades y Servicios Culturales"
14.	INAH	"Difusión de la cultura y del patrimonio antropológico e histórico"
15.	INBAL	"Difusión de la Cultura y Patrimonio Artístico Literario"
16.	INALI	"Diversidad Lingüística"
17.	SHCP	"Declaración Anual e Informativa, versión Declaración Anual 2021"
18.	LOTENAL	"Si juegas, gana México, versiones: 1) Historias, 2) Asistencia social"
19.	LOTENAL	"¡Alegría Lotería!, versiones: 1) Familia Lotería Nacional Fusionada, 2) Marcas de Lotería Nacional, 3) Premios y 4) Venta en Línea"
20.	LOTENAL	"Marcas Deportivas, versiones: 1) Deportivas Lotería, y 2) Embajadores"
21.	LOTENAL	"Sorteos Especiales, versiones: 1) Gran Sorteo Especial, 2) Sorteos Tradicionales y 3) Pueblos Mágicos"
22.	SICT	"Carretera segura. Versiones: Automóviles, Autotransporte y Accidentes Autos"
23.	CONAPO	"Derechos sexuales y reproductivos, versión ¡Yo decido! Y versión ¡Yo exijo respeto"
24.	Secretaría de Salud	"Promoción de la Salud, versiones Varias"
25.	CNTS	"Donación voluntaria y altruista de sangre"
26.	CENSIA	"Promoción de la vacunación"

27.	Seguridad Pública del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	“Operativo cazadores de tormentas”
28.	Dirección de Movilidad y Transporte del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	“Campaña naranja”
29.	Dirección de Bomberos y Protección Civil del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	“Difusión de medidas preventivas en materia de protección civil por fenómenos afectables a la ciudadanía”
30.	Secretaría del Campo del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	“Campañas de Sanidad Vegetal”
31.	Secretaría del Campo del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	“Campañas de Vacunación”
32.	Secretaría del Campo del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	“Inocuidad en los productos cárnicos y lácteos”
33.	Secretaría del Campo del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	“Campaña para fomentar la eliminación de productos agroquímicos de alta residualidad”
34.	Secretaría del Campo del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	“Talleres de capacitación en manejo integral del hato ganadero”
35.	Secretaría del Campo del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	“Inocuidad en la producción hortícola”
36.	Dirección de Comunicación Social del Gobierno del estado de Durango	“Campaña, corte de circulación y cierre de calles”
37.	Dirección de Comunicación Social del Gobierno del estado de Durango	“Prevención del suicidio”
38.	Dirección de Comunicación Social del Gobierno del estado de Durango	“Más allá”
39.	Dirección de Comunicación Social del Gobierno del estado de Durango	“Regreso seguro y digno a clases”
40.	Dirección de Comunicación Social del Gobierno del estado de Durango	“Campaña Vacunación contra COVID-19”
41.	Coordinación General de Comunicación y Agenda Digital del Gobierno del estado de Puebla	“Prevención Incendios Forestales”
42.	Secretaría de Medio Ambiente y Sustentabilidad del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Cursos, talleres y conferencias de educación ambiental”
43.	Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Inscripciones de academias deportivas”
44.	Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Torneo de fútbol 7 de bardas, categoría libre, femenino, juvenil e infantil, toros bravos unidad deportiva “Luis Donaldo Colosio”
45.	Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Torneo de voleibol para servidores públicos, toros bravos”
46.	Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Torneo de basquetbol categoría tercera fuerza y primera fuerza, toros bravos y xonacatque”
47.	Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Torneo de voleibol categoría femenino y mixto, toros bravos”
48.	Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Torneo de béisbol categoría femenino y varonil, toros bravos”
49.	Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Torneo de fútbol 7 de bardas, categoría libre, femenino, juvenil e infantil, acuarama toros bravos”
50.	Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	“Capacitación a instructores deportivos”

51.	Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Deporte Urbano en tu Comunidad Activación Física y Juegos Tradicionales"
52.	Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Eliminatorias municipales OlimpiAgs"
53.	Instancia Municipal del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Visorias Selectivos Municipales"
54.	Instancia Municipal de Salud Pública del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Esterilización y vacunación canina y felina 2022"
55.	Instancia Municipal de la Mujer del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Curso, actividades y talleres de computación (mujeres retos y oportunidades en la red, yo emprendo, mujer, por mí por ellas)"
56.	Instancia Municipal de la Mujer del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Programas educativos, cursos, talleres y conferencias. Temas: violencia en el noviazgo, autoestima, auto cuidado y tipos de violencia"
57.	Instancia Municipal de la Mujer del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Campaña de Difusión- Mujer no estás sola"
58.	Presidencia Municipal del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Concurso (demostración) de Escoltas Municipal"
59.	Presidencia Municipal del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Concurso- Pinta tu bandera"
60.	Comisión de Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Aviso a la ciudadanía por falla en pozos"
61.	Instancia Municipal de la Mujer del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Asesoría jurídica, así como atención, prevención y erradicación de la violencia contra las mujeres"
62.	Instancia Municipal de la Juventud del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Asesoría Psicológica"
63.	Instancia Municipal de la Juventud del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Gestiones de servicio social, prácticas profesionales y estadías"
64.	Instancia Municipal de la Juventud del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Programa Psicoeducativo"
65.	Instancia Municipal de la Juventud del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Programa integral de recuperación de espacios públicos"
66.	Instancia Municipal de Cultura del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Promoción de talleres de iniciación artística (guitarra acústica y eléctrica, danza, cartonería y música tradicional)"
67.	Departamento de Protección Civil del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Prevención de incendios por temporada"
68.	Secretaría del Ayuntamiento y Dirección General de Gobierno del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Servicio Nacional Militar"
69.	Seguridad Pública y Vialidad del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Prevención del delito"
70.	Ayuntamiento de Boca del Río, Veracruz	"Boca prevenido"
71.	Ayuntamiento de Boca del Río, Veracruz	"Redescubre Boca del Río"
72.	Coordinación General de Comunicación Social del Ayuntamiento de Puebla, Puebla	"Prevención COVID"
73.	Coordinación General de Comunicación Social del Ayuntamiento de Puebla, Puebla	"Plan General de Protección Civil"
74.	Ayuntamiento de Veracruz, Veracruz	"Por la salud de todos"
75.	Ayuntamiento de Veracruz, Veracruz	"Reconéctate con Veracruz"
76.	Ayuntamiento de Veracruz, Veracruz	"Carnaval de Veracruz 2022 el más alegre del mundo"

77.	Ayuntamiento de Veracruz, Veracruz	"Veracruz en prevención"
78.	Coordinación General de Comunicación Ciudadana del Gobierno de la Ciudad de México	"Contra la Violencia de Género y Discriminación por Género"
79.	Coordinación General de Comunicación Ciudadana del Gobierno de la Ciudad de México	"COVID-19: Diversas Atenciones por COVID-19"
80.	Coordinación General de Comunicación Ciudadana del Gobierno de la Ciudad de México	"Macro Simulacro"
81.	Coordinación General de Comunicación y la Secretaría de Salud, ambas del Gobierno del estado de Jalisco	"Ante la Pandemia, Jalisco se defiende"
82.	Secretaría de Salud del Gobierno del estado de Jalisco	"¡Aguas! El Dengue está en casa"
83.	Secretaría de Salud del Gobierno del estado de Tamaulipas	"Protocolo de Playas ante pandemia por coronavirus"
84.	Secretaría de Salud del Gobierno del estado de Tamaulipas	"Línea de apoyo ante COVID-19"
85.	Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Tamaulipas	"App Compra TAM 2022"
86.	Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Tamaulipas	"Conoce TAM 2022"
87.	Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Tamaulipas	"Reserva de Playas 2022"
88.	Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Tamaulipas	"Semana Santa 2022"
89.	Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Tamaulipas	"Verano 2022"
90.	Protección Civil del Gobierno del estado de Tamaulipas	"Ángeles Azules"
91.	Secretaría de Seguridad Pública del Gobierno del estado de Tamaulipas	"Línea de emergencia 911"
92.	Contraloría General del Gobierno del estado de Veracruz	"DECLARAR"
93.	Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Consulta Médica y Dental; Salud Integral de la Mujer"
94.	Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Aliméntate Bien"
95.	Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Atención Psicológica DIF"
96.	Secretaría de Educación, Cultura y Deporte del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Protege T"
97.	Secretaría de Educación, Cultura y Deporte del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Eliminación del rezago educativo, un camino rumbo a la excelencia"
98.	Secretaría de Educación, Cultura y Deporte del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Convocatoria mensual para ingresar a la preparatoria abierta"
99.	Dirección de Protección Civil y Bomberos del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Difusión del estado climatológico"
100.	Dirección de Protección Civil y Bomberos del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Operativo Carrusel"
101.	Dirección de Protección Civil y Bomberos del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Prevención de incendios"
102.	Dirección de Protección Civil y Bomberos del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Capacitación, respuesta a emergencias (primeros auxilios, uso y manejo de extintores)"
103.	Dirección de Protección Civil y Bomberos del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Prevención de accidentes en el hogar"
104.	Dirección de Protección Civil y Bomberos del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Puestos de hidratación"

105.	Dirección de Protección Civil y Bomberos del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Activación del plan de contingencia en caso de ser necesario"
106.	Dirección de Protección Civil y Bomberos del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Inscripciones y actividades de la academia de protección civil y bomberos"
107.	Dirección de Salud Municipal del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Brigadas de apoyo COVID-19"
108.	Coordinación General de Comunicación e Imagen del Gobierno del estado de Coahuila de Zaragoza	"Salud, hazlo por ti"
109.	Coordinación General de Comunicación e Imagen del Gobierno del estado de Coahuila de Zaragoza	"Regreso a clases seguros"
110.	Coordinación General de Comunicación e Imagen del Gobierno del estado de Coahuila de Zaragoza	"Prevención de Incendios, Protección Civil"
111.	Coordinación General de Comunicación e Imagen del Gobierno del estado de Coahuila de Zaragoza	"Tú eres parte"
112.	Senado de la República	"¡Ahora es ley!: Salud y Bienestar"
113.	Sistema Local de Protección Integral de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes del Gobierno del estado de Oaxaca	"ASI NO #YoSiTeCreo"
114.	Secretaría de las Culturas y Artes del Gobierno del estado de Oaxaca	"Actividades de Artes Escénicas"
115.	Secretaría de las Culturas y Artes del Gobierno del estado de Oaxaca	"Conciertos de música clásica a través de la orquesta sinfónica de Oaxaca"
116.	Secretaría de las Culturas y Artes del Gobierno del estado de Oaxaca	"Conciertos de música tradicional a través de la orquesta primavera de Oaxaca"
117.	Secretaría de las Culturas y Artes del Gobierno del estado de Oaxaca	"Conciertos de música tradicional y popular a través de la banda de música del estado"
118.	Secretaría de las Culturas y Artes del Gobierno del estado de Oaxaca	"Cultura en tu colonia, barrio y municipio"
119.	Secretaría de las Culturas y Artes del Gobierno del estado de Oaxaca	"Presentaciones de la Compañía estatal de danza contemporánea"
120.	Secretaría de las Culturas y Artes del Gobierno del estado de Oaxaca	"Presentaciones de la Compañía estatal de danza costumbrista"
121.	Secretaría de las Culturas y Artes del Gobierno del estado de Oaxaca	"La Guelaguetza (Convocatoria Diosa Centéotl 2022)"
122.	Secretaría de las Culturas y Artes del Gobierno del estado de Oaxaca	"Presentaciones de los miércoles del danzón (marimba del estado de Oaxaca)"
123.	Secretaría de las Culturas y Artes del Gobierno del estado de Oaxaca	"Exposición de orfebrería de plata"
124.	Secretaría de las Culturas y Artes del Gobierno del estado de Oaxaca	"Exposición de talladores de hueso"
125.	Coordinación General de Educación Media Superior y Superior, Ciencia y Tecnología, así como Dirección de Educación Superior, ambos del Gobierno del estado de Oaxaca	"Becas para la carrera de Medicina en la Universidad Anáhuac Oaxaca. Convocatoria 2022"
126.	Instituto de Capacitación y Productividad para el Trabajo del estado de Oaxaca	"Convocatorias para los diversos cursos de capacitación para el trabajo y certificación de competencias laborales de conformidad con la oferta educativa del ICAPEP"
127.	IPN	"Convocatoria de Ingreso"
128.	IPN	"Promover la educación virtual"
129.	SICT	"Caminos al AIFA"
130.	CONAPRED	"La igualdad hace la fuerza, versión, No dejar a nadie atrás, no dejar a nadie afuera"

131.	ISSSTE	"Ya PREVISSSTE, Versión: OKEY"
132.	ISSSTE	"Ya PREVISSSTE, Versión: Varias"
133.	CONAGUA	"Cultura del Agua 2022, Versiones: Cultura del Agua 1/2022 y Cultura del Agua 2/2022"
134.	Dirección del Registro del Estado Familiar del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Registro 'Avanza' a ti, 1er periodo"
135.	Dirección del Registro del Estado Familiar del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Registro 'Avanza' a ti, 2do periodo"
136.	Dirección del Registro del Estado Familiar del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Defunciones por Covid-19"
137.	Secretaría de Cultura, Educación, Deporte y Juventud del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Creación de escuelas deportivas en polígonos"
138.	Dirección de Cultura Municipal del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Día de la mujer"
139.	Dirección de Cultura Municipal del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Día del artesano"
140.	Dirección de Cultura Municipal del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Centro artesanal, cultural y gastronómico"
141.	Dirección de Cultura Municipal del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Escuela de artes y oficios"
142.	Dirección de Cultura Municipal del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"1er. concurso municipal de canto"
143.	Dirección de Cultura Municipal del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"1ª. Rondalla de Tulancingo"
144.	Dirección de Cultura Municipal del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Cabinas de radio y televisión digital en Tulancingo"
145.	Dirección de Cultura Municipal del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Exposiciones fotográficas"
146.	Dirección de Cultura Municipal del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Exposiciones fotográficas"
147.	Dirección de Cultura Municipal del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Develación de placa Ricardo Garibay"
148.	Secretaría de Cultura, Educación, Deporte y Juventud del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Noche de Museos (homenajes y entregas de reconocimientos a personajes distinguidos de Tulancingo)"
149.	Secretaría de Cultura, Educación, Deporte y Juventud del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Colocación de códigos QR en los principales sitios históricos y atractivos turísticos de Tulancingo"
150.	Secretaría de Cultura, Educación, Deporte y Juventud del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Presentación del libro efemérides de Tulancingo y la difusión de su contenido a través de medios de los diversos medios de comunicación"
151.	Secretaría de Cultura, Educación, Deporte y Juventud del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Crear museos itinerantes y conferencias sobre la historia de Tulancingo para colonias y comunidades del municipio"
152.	Secretaría de Cultura, Educación, Deporte y Juventud del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Impartir conferencias de historia de Tulancingo al personal de presidencia y a los taxistas de la región"
153.	Secretaría de Cultura, Educación, Deporte y Juventud del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Difusión del patrimonio histórico a través del pabellón cultural del Centro Artesanal, Cultural y Gastronómico de Tulancingo"
154.	Secretaría de Cultura, Educación, Deporte y Juventud del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Programa Integral de Fortalecimiento a la Educación (PIDE)"
155.	Dirección de Educación Municipal del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Presidente y cabildo por un día"

156.	Instancia Municipal de la Juventud del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Por un joven con ganas de emprender 2022"
157.	Instancia Municipal de la Juventud del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Bolsa de trabajo para jóvenes"
158.	Instancia Municipal de la Juventud del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Jóvenes dando color a la vialidad"
159.	Secretaría de Fomento Económico del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Promoción del empleo formal"
160.	Secretaría del Campo del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Incubadoras en el sector avícola"
161.	Secretaría del Campo del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Cursos de parcelas demostrativas"
162.	Secretaría del Campo del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Talleres de capacitación"
163.	Secretaría del Campo del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Enlace de Ventanilla Itinerante SINIIGA"
164.	Secretaría de Servicios Municipales del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Campañas sociales '¡Se te cayó!' y 'Yo limpio, tú limpias, todos limpiamos'"
165.	Secretaría de Servicios Municipales del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Embelllecimiento de los diferentes parques y jardines del municipio"
166.	Centro Especializado en Atención a Víctimas de Violencia Intra Familiar del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Programa CEAVIF avanza a tu comunidad"
167.	Centro Especializado en Atención a Víctimas de Violencia Intra Familiar del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Atenciones jurídicas y psicológicas"
168.	Dirección Municipal del INAPAM del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Campaña de credencialización INAPAM cerca de ti",
169.	Dirección Centros de Desarrollo Comunitario del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Inauguración de cursos y talleres de capacitación para el auto empleo"
170.	Dirección de Sanidad Municipal del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Campaña de vacunación antirrábica"
171.	Dirección de Sanidad Municipal del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Campaña masiva de esterilizaciones y adopciones por una segunda oportunidad Tulancingo Avanza"
172.	Comisión de Agua y Alcantarillado del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Carrera por el 30 Aniversario de la creación de la CAAMT"
173.	Comisión de Agua y Alcantarillado del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Tulancingo preventivo 2022"
174.	Comisión de Agua y Alcantarillado del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Avisos a la ciudadanía en caso de emergencias hidráulicas"
175.	Ayuntamiento de Tampico, Tamaulipas	"Pon atención al ómicron"
176.	Ayuntamiento de Tampico, Tamaulipas	"Haz lo tuyo, mientras tanto síguete cuidando"
177.	Ayuntamiento de Tampico, Tamaulipas	"Al COVID lo expulsamos todos"
178.	Dirección de Comunicación Social del Gobierno del estado de Durango	"Campaña, Captación de Alumnos"
179.	Dirección de Comunicación Social del Gobierno del estado de Durango	"Campaña de Equidad de Género"
180.	Dirección de Comunicación Social del Gobierno del estado de Durango	"Campaña contingencias y desastres naturales"

181.	Dirección de Comunicación Social del Gobierno del estado de Durango	"Campaña reunión nacional de academias 2022"
182.	Dirección de Comunicación Social del Gobierno del estado de Durango	"Campaña Prevención del delito"
183.	Dirección de Comunicación Social del Gobierno del estado de Durango	"Campaña Inscripción a programas sociales"
184.	Dirección de Comunicación Social del Gobierno del estado de Durango	"Campaña Contingencia sanitaria"
185.	Dirección de Comunicación Social del Gobierno del estado de Durango	"Campaña difusión de derechos de trabajadoras domésticas"
186.	Dirección de Comunicación Social del Gobierno del estado de Durango	"Campaña semana conmemorativa a la erradicación al trabajo infantil"
187.	Dirección de Comunicación Social del Gobierno del estado de Durango	"Campaña Premio Honestidad en Corto, Novena Edición"
188.	Dirección de Comunicación Social del Gobierno del estado de Durango	"Campaña, Premio Nacional de Contraloría 2022 etapa estatal"
189.	Dirección de Comunicación Social del Gobierno del estado de Durango	"Campaña transparencia de entes públicos"
190.	Dirección de Comunicación Social del Gobierno del estado de Durango	"Campaña, Declaraciones Patrimoniales 2022"
191.	Coordinación General de Comunicación Social y Agenda Digital del Gobierno del estado de Puebla	"Promoción Turística"
192.	Coordinación General de Comunicación Social y Agenda Digital del Gobierno del estado de Puebla	"Fortalecimiento de la educación y la cultura"
193.	Coordinación General de Comunicación Social y Agenda Digital del Gobierno del estado de Puebla	"Conmemoración de la batalla de Puebla del 5 de mayo de 1862"
194.	Coordinación General de Comunicación Social y Agenda Digital del Gobierno del estado de Puebla	"Promoción de la Feria de Puebla 2022"
195.	Coordinación General de Comunicación Social y Agenda Digital del Gobierno del estado de Puebla	"Cuidado del Medio Ambiente"
196.	Departamento de Protección Civil del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Semana Santa"
197.	Ayuntamiento de Alvarado, Veracruz	"Arroz a la tumbada más grande del mundo 2022"
198.	Ayuntamiento de Alvarado, Veracruz	"Cruces de mayo 2022-Tradición que nos identifica"
199.	Ayuntamiento de Alvarado, Veracruz	"Festival del día de las madres"
200.	Ayuntamiento de Alvarado, Veracruz	"Festividad del día del niño"
201.	Ayuntamiento de Alvarado, Veracruz	"Operativo Semana Santa 2022"
202.	Ayuntamiento de Boca del Río, Veracruz	"Por la salud de los boqueños"
203.	Instituto de Cultura del Ayuntamiento de Calvillo, Aguascalientes	"Hazlo en tu Comunidad"
204.	Municipio de Calvillo, Aguascalientes	"Atención al Migrante"
205.	Secretaría de Desarrollo Social del Ayuntamiento de Calvillo, Aguascalientes	"Mejoramiento de Vivienda "Calentador Solar"
206.	Instituto de Cultura del Ayuntamiento de Calvillo, Aguascalientes	"Concursos"
207.	Instituto de Cultura del Ayuntamiento de Calvillo, Aguascalientes	"Escuelas Culturales"
208.	Instituto de Cultura del Ayuntamiento de Calvillo, Aguascalientes	"Exposición del Mezcal y Maguey Aguascalientes"
209.	Municipio de Calvillo, Aguascalientes	"Festejo del día de la Madre"

210.	Municipio de Calvillo, Aguascalientes	"Día del Niño"
211.	Secretaría de Desarrollo Social del Ayuntamiento de Calvillo, Aguascalientes	"Estufas Ecológicas Ahorradoras de Leña"
212.	Secretaría de Turismo y Cultura del Ayuntamiento de Calvillo, Aguascalientes	"Programas de Eventos Turísticos de Calvillo"
213.	Secretaría de Turismo y Cultura del Ayuntamiento de Calvillo, Aguascalientes	"Fiestas de mayo 2022"
214.	Secretaría de Desarrollo Social del Ayuntamiento de Calvillo, Aguascalientes	"Congregación Mariana Trinitaria"
215.	Secretaría de Turismo y Cultura del Ayuntamiento de Calvillo, Aguascalientes	"Programas de Eventos Culturales de Santa Cruz"
216.	Secretaría para el Desarrollo Integral de la Familia del Ayuntamiento de Calvillo, Aguascalientes	"Reapertura de CEDECOS (Centros de Desarrollo Comunitario)"
217.	Coordinación General de Comunicación Social del Ayuntamiento de Puebla, Puebla	"Seguridad ciudadana"
218.	Coordinación General de Comunicación Social del Ayuntamiento de Puebla, Puebla	"Conciencia ambiental"
219.	Coordinación General de Comunicación Social del Ayuntamiento de Puebla, Puebla	"Mercados de Puebla"
220.	Coordinación General de Comunicación Social del Ayuntamiento de Puebla, Puebla	"Seguridad Vial"
221.	Coordinación General de Comunicación Social del Ayuntamiento de Puebla, Puebla	"Promoción del Turismo en Puebla"
222.	Sistema DIF del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Programa integral de atención y cuidado de la salud 'Primero sanos' (programa de salud familiar y peticiones especiales)"
223.	Sistema DIF del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Programa de capacitación para el empleo (centros para el desarrollo integral de la familia CEDIF)"
224.	Instituto Reynosense para la Cultura y las Artes	"Eventos Culturales Reynosa 2022"
225.	Secretaría de Desarrollo Económico y del Empleo del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Feria del empleo".
226.	Secretaría de Desarrollo Social, Dirección de Salud y Grupos Vulnerables del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Brigada de salud".
227.	Protección Civil y Bomberos del Ayuntamiento de San Fernando Tamaulipas	"Operativo vacacional semana mayor 2022"
228.	Ayuntamiento de Tamazunchale, San Luis Potosí	"Promoción de los parajes y balnearios turísticos del municipio"
229.	Ayuntamiento de Tamazunchale, San Luis Potosí	"Feria y 20º Concurso Nacional del Huapango, edición 2022"
230.	Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento de Torreón, Coahuila	"Agarra la onda...Y tu basura también"
231.	Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento de Torreón, Coahuila	"Agua para todos"
232.	Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento de Torreón, Coahuila	"Cambio de modalidad en el pago de parquímetros"
233.	Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento de Torreón, Coahuila	"Circuito Colón"
234.	Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento de Torreón, Coahuila	"Cuidar de ti"

235.	Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento de Torreón, Coahuila	"Espérate"
236.	Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento de Torreón, Coahuila	"Haz Turismo Responsable"
237.	Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento de Torreón, Coahuila	"JuventudES"
238.	Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento de Torreón, Coahuila	"Moviendo Torreón: la chamba está en las calles"
239.	Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento de Torreón, Coahuila	"Ni tú, ni yo. Educación y cultura cívica"
240.	Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento de Torreón, Coahuila	"Operativo semana santa 2022"
241.	Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento de Torreón, Coahuila	"Reclutamiento"
242.	Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento de Torreón, Coahuila	"Torreón, mi destino eres"
243.	Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento de Torreón, Coahuila	"Tu mejor decisión"
244.	Ayuntamiento de Veracruz, Veracruz	"AVGM Veracruz"
245.	Ayuntamiento de Xicotepec de Juárez, Puebla	"Xicote Bike 5ª edición 2022"
246.	Ayuntamiento de Xicotepec de Juárez, Puebla	"Campaña para prevención de la temporada de sequía"
247.	Ayuntamiento de Xicotepec de Juárez, Puebla	"71ª feria de la primavera Xicotepec 2022"
248.	Coordinación de Desarrollo Comunitario del Ayuntamiento de San Salvador el Verde, Puebla	"Talleres de CECADE"
249.	Coordinación General de Comunicación Ciudadana del Gobierno de la Ciudad de México	"Reportes *0311"
250.	Coordinación General de Comunicación Ciudadana del Gobierno de la Ciudad de México	"Denuncias 089"
251.	Coordinación General de Comunicación Ciudadana del Gobierno de la Ciudad de México	"Altépetl"
252.	Coordinación General de Comunicación Ciudadana del Gobierno de la Ciudad de México	"Atención a las causas de inseguridad"
253.	Coordinación General de Comunicación Ciudadana del Gobierno de la Ciudad de México	"Bienestar educativo"
254.	Coordinación General de Comunicación Ciudadana del Gobierno de la Ciudad de México	"CDMX Digital"
255.	Coordinación General de Comunicación Ciudadana del Gobierno de la Ciudad de México	"Cuidado del Agua"
256.	Coordinación General de Comunicación Ciudadana del Gobierno de la Ciudad de México	"Diversidad LGBTQ+"
257.	Coordinación General de Comunicación Ciudadana del Gobierno de la Ciudad de México	"Ecobici"
258.	Coordinación General de Comunicación Ciudadana del Gobierno de la Ciudad de México	"Educación Superior"
259.	Coordinación General de Comunicación Ciudadana del Gobierno de la Ciudad de México	"Emplacamiento"
260.	Coordinación General de Comunicación Ciudadana del Gobierno de la Ciudad de México	"Lunas"

261.	Coordinación General de Comunicación Ciudadana del Gobierno de la Ciudad de México	"Mi Centro Histórico"
262.	Coordinación General de Comunicación Ciudadana del Gobierno de la Ciudad de México	"Ponte pila"
263.	Coordinación General de Comunicación Ciudadana del Gobierno de la Ciudad de México	"Salud en tu vida"
264.	Organismo Regulador de Transporte del Gobierno de la Ciudad de México	"Red de recarga externa"
265.	Coordinación General de Comunicación y la Secretaría de Igualdad Sustantiva entre mujeres y hombres del Gobierno, ambas del estado de Jalisco	"Acciones contra la violencia en razón de género"
266.	Coordinación General de Comunicación y la Secretaría de Seguridad, ambas del Gobierno del estado de Jalisco	"Prevención del delito y medidas de seguridad en temporada vacacional"
267.	Coordinación General de Comunicación y la Secretaría de Medio Ambiente y Desarrollo Territorial, ambas del Gobierno del estado de Jalisco	"Prevención de incendios forestales"
268.	Secretaría de Salud del Gobierno del estado de Jalisco	"Donación de órganos"
269.	Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Jalisco	"Jalisco es México"
270.	Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural del Gobierno del estado de Jalisco	"Farmacia viviente"
271.	Secretaría de Salud del Gobierno del estado de Jalisco	"Prevención del consumo de Drogas"
272.	Sistema Estatal para Prevenir, Atender, Sancionar y Erradicar la Violencia de Género contra Mujeres del estado de Morelos (SEPASE),	"Campaña informativa sobre sanciones a quienes cometan violencia de género"
273.	Secretaría de Turismo y Cultura del Gobierno del estado de Morelos	"Escuela de Escritores Ricardo Garibay"
274.	Secretaría de Turismo y Cultura del Gobierno del estado de Morelos	"El Programa Nacional Salas de Lectura y Salas de Lectura Morelos festejan el Día Internacional del Libro y el derecho de autor"
275.	Secretaría de Turismo y Cultura del Gobierno del estado de Morelos	"Caravanas de la Biblioteca Vagabunda";
276.	Dirección de Comunicación y Desarrollo Institucional de la Secretaría de Turismo y Cultura del Gobierno del estado de Morelos	"Escena en construcción. Programación Subdirección de Teatros 2022"
277.	Secretaría de Turismo y Cultura del Gobierno del estado de Morelos	"Oferta educativa y promoción cultural. Programación Subdirección de Teatros 2022"
278.	Secretaría de Turismo y Cultura del Gobierno del estado de Morelos	"Martes de teatro y jueves de danza. Programación Subdirección de Teatros 2022"
279.	Secretaría de Turismo y Cultura del Gobierno del estado de Morelos	"Encuentro universitario. Programación Subdirección de Teatros 2022"
280.	Fideicomiso Turismo Morelos de la Secretaría de Turismo y Cultura del Gobierno del estado de Morelos	"Morelos la eterna primavera"
281.	Centro Cultural Teopanzolco de la Secretaría de Turismo y Cultura del Gobierno del estado de Morelos	"Susana Alexander. Las mujeres ya no tienen llenadero"
282.	Centro Cultural Teopanzolco de la Secretaría de Turismo y Cultura del Gobierno del estado de Morelos	"Ballet Folklórico de México de Amalia Hernández"
283.	Secretaría de Turismo y Cultura del Gobierno del estado de Morelos	"Difusión de las Convocatorias de admisión de la oferta educativa agosto 2022 – enero 2023 del Centro Morelense de las Artes"
284.	Dirección de Cultura del Ayuntamiento de San Luis Potosí, San Luis Potosí	"Festival de San Luis en primavera"
285.	Secretaría de Bienestar Social del Gobierno del estado de Tamaulipas	"Parques y Centros de Bienestar"

286.	Secretaría de Desarrollo Económico del Gobierno del estado de Tamaulipas	"Aprendiendo a invertir"
287.	Secretaría de Desarrollo Económico del Gobierno del estado de Tamaulipas	"Cerca de ti"
288.	Secretaría de Desarrollo Económico del Gobierno del estado de Tamaulipas	"Productos tamaulipecos, nuestro orgullo"
289.	Secretaría de Desarrollo Económico del Gobierno del estado de Tamaulipas	"Tu empresa crece"
290.	Secretaría de Educación Pública del Gobierno del estado de Tamaulipas	"Proceso de admisión en educación básica, ciclo escolar 2022-2023"
291.	Secretaría de Educación Pública del Gobierno del estado de Tamaulipas	"Proceso de selección del personal docente para desempeñarse como asesor técnico pedagógico en la educación básica, ciclo escolar 2022-2023"
292.	Secretaría de Educación Pública del Gobierno del estado de Tamaulipas	"Proceso de selección para otorgar el reconocimiento beca comisión a las maestras y maestros en educación básica, ciclo escolar 2022-2023"
293.	Secretaría de Educación Pública del Gobierno del estado de Tamaulipas	"Proceso de cambios de Centro de Trabajo en educación básica, ciclo escolar 2022-2023"
294.	Secretaría de Educación Pública del Gobierno del estado de Tamaulipas	"Proceso Promoción a horas adicionales educación básica, ciclo escolar 2022-2023"
295.	Secretaría de Educación Pública del Gobierno del estado de Tamaulipas	"Proceso de selección para la promoción horizontal por niveles con incentivos en educación básica 2022"
296.	Secretaría de Educación Pública del Gobierno del estado de Tamaulipas	"Proceso Promoción a Funciones Directivas o de Supervisión en educación básica, ciclo escolar 2022-2023"
297.	Secretaría de Educación Pública del Gobierno del estado de Tamaulipas	"Proceso de selección de docentes y técnico docentes para realizar funciones adicionales de tutoría en apoyo del personal de nuevo ingreso en educación básica, ciclo escolar 2022-2023"
298.	Secretaría de Educación Pública del Gobierno del estado de Tamaulipas	"Conmemorando los 100 años de la SEP"
299.	Secretaría de Seguridad Pública del Gobierno del estado de Tamaulipas	"Estaciones TAM, Seguridad en Carreteras"
300.	Secretaría de Seguridad Pública del Gobierno del estado de Tamaulipas	"Difusión en campo de la Línea de Emergencias 9-1-1"
301.	Sistema DIF del Gobierno del estado de Tamaulipas	"Tamaulipas Unido contra el Abuso Sexual Infantil"
302.	Sistema DIF del Gobierno del estado de Tamaulipas	"Promover las imágenes ganadoras del concurso de prevención de ciberdelitos".
303.	Secretaría de Desarrollo Económico y Portuario del Gobierno del estado de Veracruz	"Convocatorias 2022 del Programa "Listos para Comercializar"
304.	Secretaría de Desarrollo Económico y Portuario del Gobierno del estado de Veracruz	"Convocatorias 2022 del Programa "Impulso Productivo"
305.	Secretaría de Educación, Cultura y Deporte del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Vínculos Asertivos"
306.	Secretaría de Educación, Cultura y Deporte del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Detección Temprana de Autismo"
307.	Secretaría de Educación, Cultura y Deporte del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Asesoría Psicológica Especial"
308.	Secretaría de Educación, Cultura y Deporte del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Concurso de juegos y rondas tradicionales "Nueva Era"
309.	Secretaría de Desarrollo Económico del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Expo Viva Fresh"

310.	Dirección de Salud Municipal del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Brigada de Vacunación"
311.	Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Centro de Atención Infantil Comunitario"
312.	Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Campañas y Brigadas Médico Asistenciales"
313.	Dirección de Salud Municipal del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Miércoles de Salud Brigada Médico Asistencial"
314.	Dirección de Salud Municipal del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Brigadas de apoyo VPH"
315.	Comunicación Social e Imagen Institucional del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Campaña permanente de prevención de enfermedades, accidentes y eventos meteorológicos"
316.	Comunicación Social e Imagen Institucional del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Campaña permanente de difusión del patrimonio y cultura gastronómica y artística de la ciudad"
317.	Dirección de Turismo del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Activando el corazón"
318.	Dirección de Turismo del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Domingo de Deportes"
319.	Dirección de Turismo del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Torneo binacional de pesca"
320.	Dirección de Turismo del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Tarde de danzón"
321.	Dirección de Turismo del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Karaoke, El mercadito"
322.	Dirección de Turismo del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Festival canino"
323.	Dirección de Turismo del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Festival de Tequila"
324.	Dirección de Turismo del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Festival del vino"
325.	Dirección de Turismo del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Campechaneando"
326.	Dirección de Desarrollo Rural del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Consume Carne Local"
327.	Dirección de Promoción a la Industria y Comercio Exterior del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Programa Municipal para la Capacitación Industrial"
328.	Dirección de Promoción a la Industria y Comercio Exterior del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Inauguración de nuevas empresas o expansiones"
329.	Dirección de Promoción a la Industria y Comercio Exterior del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Participación en Expos y Ferias"
330.	Dirección de Empleo del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Feria del empleo"
331.	Coordinación de Mejora Regulatoria del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Arranque rápido de empresas"
332.	Coordinación General de Comunicación e Imagen del Gobierno del estado de Coahuila de Zaragoza	"Mejora Coahuila"
333.	Coordinación General de Comunicación e Imagen del Gobierno del estado de Coahuila de Zaragoza	"Reactivación Económica"

334.	Coordinación General de Comunicación e Imagen del Gobierno del estado de Coahuila de Zaragoza	"Rebásalo, campaña contra el cáncer infantil"
335.	Coordinación General de Comunicación e Imagen del Gobierno del estado de Coahuila de Zaragoza	"Has turismo responsable"
336.	Coordinación General de Comunicación e Imagen del Gobierno del estado de Coahuila de Zaragoza	"Siéntete segura"
337.	Sistema DIF del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Programa integral de atención y cuidado de la salud 'Primero sanos' (programa de salud integral de la mujer)"
338.	Sistema DIF del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Programa integral de atención y cuidado de la salud 'Primero sanos' (salud dental)"
339.	Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Programa de Atención a Niñas, Niños y Adolescentes en Riesgo y Trabajo Infantil (PANNARTI)"

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

- a) Deberá tener carácter institucional y abstenerse de incluir frases, imágenes, voces o símbolos que pueda incidir de manera positiva o negativa en el resultado de la jornada de electoral, o bien elementos de propaganda personalizada de algún servidor público.
- b) No podrá difundir logros de gobierno, obra pública, ni emitir información dirigida a justificar o convencer a la población de la pertinencia o logros de una administración en los diversos niveles de gobierno.
- c) Su contenido se limitará a identificar el nombre de la institución de que se trata sin hacer alusión a cualquiera de las frases, imágenes, voces o símbolos que pudieran ser constitutivos de propaganda política o electoral.
- d) La propaganda podrá incluir el nombre de la dependencia y su escudo oficial como medio identificativo, siempre y cuando éstos no se relacionen de manera directa con la gestión de algún gobierno o administración federal o local.
- e) La propaganda no podrá contener logotipos, slogans o cualquier otro tipo de referencias al gobierno federal o a algún otro gobierno o administración, o a sus campañas institucionales, ni incluir elementos de propaganda personalizada de servidor público alguno.
- f) La propaganda exceptuada mediante este acuerdo, en todo momento, deberá tener fines informativos sobre la prestación de un servicio, alguna campaña de educación o de orientación social, por lo que no está permitida la exaltación, promoción o justificación de algún programa o logro obtenido en los gobiernos local o federal o de alguna administración específica.
- g) La difusión de la propaganda que se encuadre en los supuestos establecidos en el artículo 41, Base III, Apartado C, segundo párrafo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, deberá hacerse durante el periodo que sea estrictamente indispensable para cumplir con sus objetivos.

SEXTO. Se consideran improcedentes para difundirse a partir del tres de abril y hasta el cinco de junio de dos mil veintidós las siguientes campañas:

No.	Ente público	Propaganda
1.	Dirección de Movilidad y Transporte del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Si tienes cabeza usa casco"
2.	Dirección de Movilidad y Transporte del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Conoce tus derechos"
3.	Dirección de Movilidad y Transporte del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Uno por Uno Tulancingo Avanza"
4.	Secretaría de Servicios Municipales del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Mejoramiento de la imagen urbana"
5.	Dirección de Sanidad del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Campaña de esterilizaciones a perros y gatos"
6.	Dirección de Sanidad del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Candidatos a cirugía de cataratas"
7.	Dirección de Prevención del Delito del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Transporte seguro"
8.	Instancia del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Eliminatorias Municipales Copa Gobernador"
9.	Instancia del Deporte del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Ligas Deportivas Escolares Municipales"
10.	Instancia de Salud Pública del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Prevención, cuidados y vacunación ante COVID19 y otras enfermedades"
11.	Instancia Municipal de la Juventud del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Expo Universidades 2022"
12.	Sistema Municipal para el Desarrollo Integral de la Familia del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Asistencia social Alimentaria"
13.	Sistema Municipal para el Desarrollo Integral de la Familia del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Talleres"
14.	Secretaría de Desarrollo Social y Departamento de Apoyo a la Educación del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Consejo de Participación Social en la Educación"
15.	Secretaría de Desarrollo Social del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Demostración de Rondas Infantiles"
16.	Secretaría de Desarrollo Social del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Subsidio para la adquisición de calentadores solares"
17.	Departamento de Gestión Social del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Entrega de despensas"
18.	Departamento de Gestión Social del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Entrega de apoyos económicos"
19.	Presidencia Municipal del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Programa un lunes con tu Alcalde"
20.	Presidencia Municipal del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Programa de miércoles ciudadano"

21.	Presidencia Municipal del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Presidente en tu escuela"
22.	Comisión de Agua Potable, Alcantarillado y Saneamiento del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Cultura del agua"
23.	Secretaría de Desarrollo Social y Dirección de Salud y Grupos Vulnerables del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Grupos Vulnerables"
24.	Secretaría de Desarrollo Social y Dirección de Educación del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Programa Municipal de Desarrollo Social en Becas Escolares 2022"
25.	Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Espacios de Alimentación, Encuentro y Desarrollo"
26.	Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Nutriendo Tamaulipas"
27.	Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Centro de Autismo"
28.	Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Atención Ciudadana"
29.	Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Rehabilitación y Educación Especial CRI"
30.	Secretaría de Educación Pública del Gobierno del estado de Tamaulipas	"Beca Educativa Nueva Era"
31.	Dirección de Protección Civil y Bomberos del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Operativo Semana Santa"
32.	Comisión Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Atención de Reportes de Agua, Drenaje y Trabajos de Mantenimiento o Reparación"
33.	Dirección de Salud Municipal del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Farmacias Municipales UNE"
34.	Dirección de Salud Municipal del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Salud a tu Hogar"
35.	Dirección de Salud Municipal del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Apoyo Médico Jubilados y Pensionados"
36.	Dirección de Movilidad y Transporte de Nuevo Laredo Tamaulipas	"Por las esquinas Tulancingo Avanza"
37.	Dirección de Movilidad y Transporte del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Viernes de la cultura de la legalidad"
38.	Gobierno del Estado de Tamaulipas, Secretaría de Educación Pública	"Clases en tu Hogar Radio"
39.	Instancia Municipal de las Mujeres del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Conferencia. Derechos Humanos de las Mujeres"
40.	Instancia Municipal de las Mujeres del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Conferencia. Prevención de la Violencia de Género contra las Mujeres"

41.	Instancia Municipal de las Mujeres del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Tulancingo sin violencia contra las mujeres"
42.	Instancia Municipal de las Mujeres del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Conferencia. Autoestima de las mujeres"
43.	Dirección del Archivo Municipal del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Difusión de cápsulas culturales del Archivo Histórico María Luisa Ross Landa del Municipio de Tulancingo"
44.	Secretaría de Cultura, Educación, Deporte y Juventud del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Campeonato estatal de ciclismo de montaña"
45.	Secretaría de Cultura, Educación, Deporte y Juventud del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Campeonato nacional de ciclismo de montaña"
46.	Dirección de Cultura Municipal del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Equinoccio entrada de la primavera"
47.	Dirección de Cultura Municipal del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Aniversario del motociclismo a nivel nacional"
48.	Secretaría de Cultura, Educación, Deporte y Juventud del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Creación de la página de la historia de Tulancingo en el sitio web de la presidencia"
49.	Secretaría de Cultura, Educación, Deporte y Juventud del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Difusión de la historia de Tulancingo a través de postales para Facebook"
50.	Dirección de Educación Municipal del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Becas a tu alcance"
51.	Jefatura de Biblioteca Municipal del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Fomento a la lectura con la población del Municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo"
52.	Jefatura de Biblioteca Municipal del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Fomento a la lectura con la población del Municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo"
53.	Jefatura de Biblioteca Municipal del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Fomento a la lectura con la población del Municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo"
54.	Jefatura de Biblioteca Municipal del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Fomento a la lectura con la población del Municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo"
55.	Jefatura de Biblioteca Municipal del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Fomento a la lectura con la población del Municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo"
56.	Jefatura de Biblioteca Municipal del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Fomento a la lectura con la población del Municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo"
57.	Jefatura de Biblioteca Municipal del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Fomento a la lectura con la población del Municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo"
58.	Secretaría del Campo del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Programa de herramientas agrícolas"
59.	Secretaría del Campo del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Mejorando la vivienda"
60.	Secretaría del Campo del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Programa de kilo por kilo de la SEDAGRO"
61.	Secretaría del Campo del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Programa de entrega de fertilizante"

62.	Secretaría del Campo del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Programa rollo por rollo"
63.	Secretaría del Campo del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Fomento a la productividad acuícola y pesquera, donación de crías de peces"
64.	Secretaría del Campo del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Entrega de vientres ovinos"
65.	Secretaría del Campo del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Entrega de aves de postura"
66.	Secretaría del Campo del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Entrega de árboles frutales, café y maguey"
67.	Secretaría del Campo del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Entrega de paquetes de conejos"
68.	Secretaría del Campo del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Repoblamiento de ganado lechero con semen sexado"
69.	Centro Especializado en Atención a Víctimas de Violencia Intra Familiar del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Torneos mixtos de fútbol"
70.	Secretaría de Desarrollo Humano y Social del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Salud a tu Alcance"
71.	Dirección de Sanidad Municipal del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Campaña contra la obesidad"
72.	Centro Especializado en Atención a Víctimas de Violencia Intra Familiar del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Campaña de prevención de violencia con talleres, conferencias y weribars, presenciales y virtuales"
73.	Comisión de Agua y Alcantarillado del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Cultura del agua"
74.	Ayuntamiento de Tampico, Tamaulipas	"Paga a tiempo y sigamos construyendo un Tampico saludable"
75.	Dirección de Comunicación Social del Gobierno del estado de Durango	"Cirugía extramuros"
76.	Dirección de Comunicación Social del Gobierno del estado de Durango	"Entrega de pañales"
77.	Dirección de Comunicación Social del Gobierno del estado de Durango	"Campaña de Bienestar nutricional, físico y de salud"
78.	Dirección de Comunicación Social del Gobierno del estado de Durango	"Campaña Pago de contribuciones"
79.	Dirección de Comunicación Social del Gobierno del estado de Durango	"Campaña reconocimiento a empresas responsables contra el trabajo infantil"
80.	Dirección de Comunicación Social del Gobierno del estado de Durango	"Campaña Blindaje Electoral"
81.	Ayuntamiento de Ciudad Madero, Tamaulipas	"Campaña Prevención de la Salud"
82.	Ayuntamiento de Ciudad Madero, Tamaulipas	"Campaña Prevención de la Salud"

83.	Ayuntamiento de Ciudad Madero, Tamaulipas	"Campaña Prevención de la Salud"
84.	Departamento de Protección Civil del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Temporada de invierno"
85.	Secretaría de Desarrollo Social y Departamento de Apoyo a la Educación del Ayuntamiento de Jesús María, Aguascalientes	"Demostración Brinca tu Cuerda, nivel educativo primaria"
86.	Secretaría de Finanzas y Administración Pública del Ayuntamiento de Calvillo, Aguascalientes	"Paga Tu Predial y Obtén Grandes Descuentos en el Rezago"
87.	Organismo Operador de Servicios de Agua de Calvillo (OOSAC),	"Paga tu recibo a tiempo y participa para grandes premios 2022"
88.	Desarrollo Integral de la Familia del Municipio de Reynosa, Tamaulipas	"Programa de apoyo a la niñez 'Reynosa ciudad de los niños' (PANNARTI)"
89.	Sistema DIF del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Programa integral de atención a adultos mayores Vida Plena' (bolsa de trabajo adultos mayores y personas con discapacidad)"
90.	Sistema DIF del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Programa integral de atención a adultos mayores 'Vida Plena' (atención a personas adultas mayores, adulto activo)"
91.	Sistema DIF del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Programa de becas municipales 'Contamos contigo' (Apoyando tu futuro)"
92.	Sistema DIF del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Casas club y grupos en comunidad"
93.	Sistema DIF del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Centro de rehabilitación integral"
94.	Sistema DIF del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Cirugías oftalmológicas: cataratas y pterigiones"
95.	Sistema DIF del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Estoy contigo"
96.	Sistema DIF del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Programa de nutrición y seguridad alimentaria (programas alimentarios)"
97.	Sistema DIF del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Programa municipal de atención a personas y grupos en situación de vulnerabilidad 'A tu lado' (avanzando contigo)"
98.	Sistema DIF del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Programa integral de atención y cuidado de la salud 'Primero sanos' (aparatos funcionales)"
99.	Sistema DIF del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Programa integral de atención y cuidado de la salud 'Primero sanos' (procuración de fondos y donaciones)"
100.	Sistema DIF del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Programa municipal de atención a personas y grupos en situación de vulnerabilidad 'A tu lado' (Contigo soy capaz)"
101.	Sistema DIF del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Programa municipal de atención a personas y grupos en situación de vulnerabilidad 'A tu lado' (Desarrollo comunitario)"
102.	Secretaría de Desarrollo Social y Dirección de Enlace Social del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Programa permanente de entrega de apoyo alimenticio para las familias de la comunidad"
103.	Secretaría de Desarrollo Social y Dirección de Enlace Social del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Apoyo de canasta básica para las diversas familias"

104.	Secretaría de Desarrollo Social y Dirección de Enlace Social del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Reconocimiento a las madres Reynosenses"
105.	Secretaría Particular y Coordinación de Relaciones Públicas del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Día de las madres"
106.	Secretaría Particular y Coordinación de Relaciones Públicas del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Día del maestro"
107.	Sistema DIF del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Inscripciones CAI guarderías"
108.	Sistema DIF y Centros (CAI) del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Actividad del Día de las Madres"
109.	Sistema DIF y Centros (CAI) del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Actividad del Día del Maestro"
110.	Sistema DIF y Centros (CAI) del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Actividad del Día del Niño"
111.	Sistema DIF y Centros (CAI) del Ayuntamiento de Reynosa, Tamaulipas	"Torneo de fútbol infantil INTERCAI"
112.	Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento de Torreón, Coahuila	"La Poderosa"
113.	Dirección de Comunicación Social del Ayuntamiento de Torreón, Coahuila	"Proximidad Social"
114.	Unidad Básica de Rehabilitación del Ayuntamiento de San Salvador el Verde, Puebla	"UBR"
115.	Centro de Comando, Control, Cómputo, Comunicaciones y Contacto Ciudadano del Gobierno de la Ciudad de México	"Fortalecimiento del Sistema de Ambulancias de la Ciudad de México"
116.	Comisión Estatal del Agua del Gobierno del estado de Morelos	"Programa de Limpieza y Desazolve Cauces en varias comunidades del estado de Morelos"
117.	Secretaría de Desarrollo Económico del Gobierno del estado de Tamaulipas	"Los pequeños negocios mueven la economía"
118.	Sistema DIF del Gobierno del estado de Tamaulipas	"Nuestro niños, nuestro futuro"
119.	Secretaría de Desarrollo Económico y Portuario del Gobierno del estado de Veracruz	"Programa para el Desarrollo del Istmo de Tehuantepec (PDIT)"
120.	Secretaría de Educación, Cultura y Deporte del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Programa de Apoyo Psicopedagógico y Educación Especial"
121.	Dirección de Salud Municipal del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Brigada de Salud Animal"
122.	Dirección de Salud Municipal del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Clínicas de Salud Municipal"
123.	Comisión Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Sin Agua no hay Vida"
124.	Dirección de Protección Civil y Bomberos del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Operativo Migrante"

125.	Dirección de Desarrollo Rural del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Reforestación y Huertos en casa"
126.	Dirección de Empleo del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Empleo en tu colonia"
127.	Dirección de Empleo del Ayuntamiento de Nuevo Laredo, Tamaulipas	"Fondo de apoyo financiero a Mipymes, mujeres y jóvenes emprendedores"
128.	Coordinación General de Comunicación e Imagen del Gobierno del estado de Coahuila de Zaragoza	"Coahuila Seguro"
129.	CONSAR	"El SAR lo hacemos todos, versiones: 1. "Conociendo el SAR" "Feria de las Afores Mérida"
130.	Ayuntamiento de La Antigua, Veracruz	"Prevención Comunitaria"
131.	Ayuntamiento de La Antigua, Veracruz	"DIF cerca de ti"
132.	Ayuntamiento de La Antigua, Veracruz	"En La Antigua sabe mejor"
133.	Secretaría de Turismo y Cultura del Gobierno del estado de Morelos	"Mujer: escribir cambia tu vida"
134.	Secretaría de Turismo y Cultura del Gobierno del estado de Morelos	"Fondo editorial del Estado de Morelos (FEDEM)"
135.	Dirección de Comunicación y Desarrollo Institucional de la Secretaría de Turismo y Cultura del Gobierno del estado de Morelos	"Feria de ilustración ILUSTRANTE"
136.	Dirección de Comunicación y Desarrollo Institucional de la Secretaría de Turismo y Cultura del Gobierno del estado de Morelos	"Exposición ILUSTRANTE"
137.	Dirección de Comunicación y Desarrollo Institucional de la Secretaría de Turismo y Cultura del Gobierno del estado de Morelos	"Dibujo al aire libre"
138.	Dirección de Comunicación y Desarrollo Institucional de la Secretaría de Turismo y Cultura del Gobierno del estado de Morelos	"Abstracciones"
139.	Secretaría de Desarrollo Económico y Portuario del Gobierno del estado de Veracruz	"Ciclo de webinars: Generalidades del comercio exterior en Asia"
140.	Secretaría de Desarrollo Económico y Portuario del Gobierno del estado de Veracruz	"Difusión de la participación de productos veracruzanos en el Festival ¡Que Gusto! En París, Francia"
141.	Secretaría de Desarrollo Económico y Portuario del Gobierno del estado de Veracruz	"Difusión de la participación de productos veracruzanos en la Expo Dubái 2020-2022"
142.	Secretaría de Desarrollo Económico y Portuario del Gobierno del estado de Veracruz	"Campaña promoción de lanzamiento de la Plataforma Electrónica Veracruz tu Estado Industrial"

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

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

DÉCIMO. Los portales de los entes públicos en Internet deberán abstenerse de difundir logros de gobierno, así como referencias visuales o auditivas a las frases, imágenes, voces o símbolos que pudieran 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 PRIMERO. El presente Acuerdo entrará en vigor a partir del tres de abril y concluirá su vigencia al día siguiente de la Jornada Electoral.

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 los servidores públicos, poderes estatales, municipios y cualquier otro ente público.

DÉCIMO TERCERO. Se instruye al Secretario Ejecutivo a que notifique, por conducto de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, el presente Acuerdo a los concesionarios de radio y televisión de los estados de Aguascalientes, Durango, Hidalgo, Oaxaca, Quintana Roo y Tamaulipas, así como de los que, siendo de entidades vecinas o aledañas tengan cobertura en dichas entidades; a la Secretaría de Gobernación; al Senado de la República y, con auxilio de las Juntas Locales respectivas, a los gobiernos estatales y por su conducto a los gobiernos municipales y a los solicitantes, lo cual se les hará saber a los Vocales Ejecutivos a través del SAI.

DÉCIMO CUARTO. Se desechan por extemporáneas las solicitudes detalladas en considerando 62 del presente instrumento. Además, se faculta a la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos para que, en caso de presentarse solicitudes extemporáneas adicionales a las señaladas en el presente Acuerdo, comunique su desechamiento por dicho supuesto a los poderes federales y estatales, así como a los municipios y cualquier otro ente público que hayan presentado dicha solicitud.

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

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

El presente Acuerdo fue aprobado en lo general en sesión extraordinaria del Consejo General celebrada el 29 de marzo de 2022, por votación unánime de las y los Consejeros Electorales, Maestra Norma Irene De La Cruz Magaña, Doctor Uuc-kib Espadas Ancona, Doctora Adriana Margarita Favela Herrera, Maestro José Martín Fernando Faz Mora, Carla Astrid Humphrey Jordán, Doctor Ciro Murayama Rendón, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas, Maestro Jaime Rivera Velázquez, Doctor José Roberto Ruiz Saldaña, Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez y del Consejero Presidente, Doctor Lorenzo Córdova Vianello.

Se aprobó en lo particular por lo que hace a considerar precedentes las campañas de “Defunciones por COVID-19” en el Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, en el estado de Hidalgo, la del “Centro de Atención Infantil Comunitario” del Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de las Familias de Nuevo Laredo en el estado de Tamaulipas y la “Campaña contingencias y desastres naturales” del gobierno de Durango, por nueve votos a favor de las y los Consejeros Electorales, Maestra Norma Irene De La Cruz Magaña, Doctora Adriana Margarita Favela Herrera, Maestro José Martín Fernando Faz Mora, Carla Astrid Humphrey Jordán, Doctor Ciro Murayama Rendón, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas, Maestro Jaime Rivera Velázquez, Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez y del Consejero Presidente, Doctor Lorenzo Córdova Vianello, y dos votos en contra de los Consejeros Electorales, Doctor Uuc-kib Espadas Ancona y Doctor José Roberto Ruiz Saldaña.

El Consejero Presidente del Consejo General, Dr. **Lorenzo Córdova Vianello**.- Rúbrica.- El Secretario del Consejo General, Lic. **Edmundo Jacobo Molina**.- Rúbrica.