

INE/CG626/2021

ACUERDO DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL, MEDIANTE EL CUAL SE RESPONDE A LAS CONSULTAS PRESENTADAS AL AMPARO DEL INE/CG352/2021 RELACIONADAS CON PROPAGANDA GUBERNAMENTAL PARA LA CONSULTA POPULAR 2021

ANTECEDENTES

- I. **Acuerdos sobre normas reglamentarias relativas a propaganda gubernamental.** El Consejo General ha emitido diversos acuerdos relacionados con la atención a solicitudes para exceptuar la prohibición a la difusión de propaganda gubernamental, desde el inicio de las campañas hasta el fin de la Jornada Electoral, identificados como: 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; e INE/CG109/2021, que sirven de base para el análisis de las solicitudes para exceptuar la suspensión de propaganda gubernamental en el periodo establecido para la difusión de la Consulta Popular.
- II. **Criterios, plazo de presentación de solicitudes y formulario.** El trece de enero de dos mil diecisiete, en sesión extraordinaria del Consejo General del Instituto Nacional Electoral (en adelante Consejo General), se aprobó el *“Acuerdo [...] mediante el cual se establece el plazo de presentación de solicitudes sobre la propaganda gubernamental a que se refiere el artículo 41, Base III, Apartado C de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos”*, identificado con la clave INE/CG03/2017.
- III. **Promulgación de la Ley General de Comunicación Social (en adelante LGCS).** El once de mayo de dos mil dieciocho, se publicó en el Diario Oficial de la Federación (en lo sucesivo DOF) la LGCS.

- IV. Catálogo Nacional de Emisoras.** El veintinueve de septiembre de dos mil veinte, en la cuarta sesión ordinaria del Comité de Radio y Televisión (en lo subsecuente CRT), se aprobó el “Acuerdo [...] por el que se declara la vigencia del Marco Geográfico Electoral relativo a los mapas de cobertura, se aprueba el Catálogo Nacional de estaciones de radio y canales de televisión que participarán en la cobertura del Proceso Electoral Federal 2020-2021, de los Procesos Electorales Locales coincidentes con el Federal, así como del Periodo Ordinario durante 2021, y se actualiza el Catálogo de Concesionarios autorizados para transmitir en idiomas distintos al español y de aquellos que transmiten en lenguas indígenas nacionales que notifiquen el aviso de traducción a dichas lenguas”, identificado como INE/ACRT/14/2020. Publicación ordenada mediante el diverso INE/CG506/2020.
- V. Revisión de la constitucionalidad de la materia de la consulta Popular 1/2020.** El uno de octubre de dos mil veinte, el Pleno de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, resolvió la revisión de la constitucionalidad de la materia de Consulta Popular 1/2020, en los términos siguientes:

RESUELVE:

PRIMERO. Es constitucional la materia de Consulta Popular a que este expediente se refiere.

SEGUNDO. La pregunta aprobada por el Pleno de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, en términos de lo previsto en el artículo 26, fracción II, de la Ley Federal de Consulta Popular, es la siguiente: “¿Estás de acuerdo o no en que se lleven a cabo las acciones pertinentes, con apego al marco constitucional y legal, para emprender un proceso de esclarecimiento de las decisiones políticas tomadas en los años pasados por los actores políticos, encaminado a garantizar la justicia y los derechos de las posibles víctimas?”.

- VI. Aprobación del Decreto por el que se resuelve sobre la procedencia y trascendencia de Consulta Popular.** El veintidós de octubre de dos mil veinte, la Cámara de Diputados aprobó el decreto por el que se resuelve sobre la procedencia y trascendencia de la petición de Consulta Popular presentada por el presidente de la República, y se expide la convocatoria a Consulta Popular.

- VII. Publicación del Decreto por el que se expide la convocatoria a Consulta Popular.** El veintiocho de octubre de dos mil veinte se publicó en el DOF, el Decreto emitido por el Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos por el que se expidió la convocatoria para la celebración de la Consulta Popular.
- VIII. Reforma al artículo primero transitorio de la convocatoria a Consulta Popular.** El diecinueve de noviembre de dos mil veinte se publicó en el DOF el Decreto emitido por el Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos por el que se reformó el artículo Primero Transitorio del Decreto por el que se expide la Convocatoria de Consulta Popular.
- IX. Plan Integral y Calendario de la Consulta Popular.** El seis de abril de dos mil veintiuno, en sesión extraordinaria del Consejo General, se aprobó el *“Acuerdo [...] por el que se aprueba el Plan Integral y Calendario de la Consulta Popular 2021.”* Identificado como INE/CG350/2021.
- X. Acuerdo de Consulta Popular.** El seis de abril de dos mil veintiuno, en sesión extraordinaria del Consejo General, se aprobó el *“Acuerdo [...] por el cual se asignan los tiempos en radio y televisión para la difusión de la Consulta Popular, se aprueban los criterios de distribución de tiempos para autoridades electorales, así como el procedimiento que regule la suspensión de propaganda gubernamental”* identificado como INE/CG352/2021.
- XI. Oficio informativo a SEGOB.** El dieciocho de mayo del dos mil veintiuno, mediante oficio INE/DEPPP/DE/DAGTJ/8676/2021, la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos del INE, informó a la Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación de la Secretaría de Gobernación, la fecha límite de presentación de solicitudes relacionadas con la propaganda gubernamental.
- XII. Oficio de solicitud de colaboración a las Juntas Vocales Ejecutivas.** El dieciocho de mayo del dos mil veintiuno, mediante oficio INE/DEPPP/DE/DAGTJ/8677/2021, la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos del INE, 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.

XIII. Solicitudes de la Secretaría de Gobernación y diversas dependencias de la Administración Pública Federal. El nueve de junio de dos mil veintiuno, mediante oficio SC/UNMC/0019/2021, el Titular de la Unidad de Normatividad de Medios de Comunicación de la Secretaría de Gobernación, remitió once (11) solicitudes de diversas dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, así como los formularios y soportes correspondientes a sus campañas de comunicación social que pretenden difundir durante el periodo de difusión de la Consulta Popular, con la finalidad de que sean sometidas a las instancias competentes del INE como temas de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental en el Proceso Consultivo 2021. Las mencionadas solicitudes son las siguientes:

- a) **Solicitud de la Secretaría de Salud.** El veintiuno de mayo de dos mil veintiuno, la Directora General de Comunicación Social de la Secretaría de Salud, mediante oficio DGCS-955-2021, solicitó, a través de la Secretaría de Gobernación, que dos (2) de sus campañas fueran vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:
 - 1. “Vacunación contra COVID-19, versiones varias”, y
 - 2. “Alimentación saludable por amor a la vida”.

- b) **Solicitud INAH.** El veinticuatro de mayo de dos mil veintiuno, el Director de Medios de Comunicación del Instituto Nacional de Antropología e Historia, mediante oficio 401.9C.3-2021/163, 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.

- c) **Solicitud SEMAR.** El veinticuatro de mayo de dos mil veintiuno, el Contralmirante Jefe de la Unidad de Comunicación Social de la Secretaría de Marina, mediante oficio UNICOS/DAM/9C.5/752/21, solicitó, a través de la Secretaría de Gobernación, que la campaña “Bicentenario de la Armada de México, versión: Búsqueda y rescate

en la mar”, fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

- d) **Solicitud CECUTT.** El veinticinco de mayo de dos mil veintiuno, el Subdirector de Comunicación, Memoria y Documentación de las Artes de la Compañía Operadora del Centro Cultural y Turístico de Tijuana, mediante oficio GC/010/2021, solicitó, a través de la Secretaría de Cultura, que la campaña “Promoción de Bienes y Servicios Culturales”, fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- e) **Solicitud INBAL.** El veintiséis de mayo de dos mil veintiuno, la Directora de Difusión y Relaciones Públicas del Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura, mediante oficio DDRP/050/2021, 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.
- f) **Solicitud IMSS.** El veintiséis de mayo de dos mil veintiuno, el Titular de la Unidad de Comunicación Social del Instituto Mexicano del Seguro Social, mediante los oficios 09 9001/GB0000/GB00/2021/0124 y 09 9001/GB0000/GB00/2021/0125, solicitó, a través de la Secretaría de Gobernación, que dos (2) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:
1. “Consejos PREVENIMSS, versiones varias”; e
 2. “IMSS Digital, versiones CHKT en línea y reporte especial”.
- g) **Solicitud CONAGUA.** El veintiséis de mayo de dos mil veintiuno, el Coordinador General de Comunicación y Cultura del Agua de la Comisión Nacional del Agua, mediante oficio B00.10.079, solicitó, a través de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, que la campaña “Protección a centros de población, versión Prevención Lluvias y Ciclones Tropicales 2021”, fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

- h) Solicitud CONAPO.** El veintisiete de mayo de dos mil veintiuno, el Coordinador de Programas de Población y Asuntos Internacionales del Consejo Nacional de Población, mediante oficio SG/CPPA/079/2021, solicitó, a través de la Secretaría de Gobernación, que la campaña “Derechos sexuales y reproductivos entorno rural, versión ¡Yo decido! y ¡Yo exijo respeto!”, fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- i) Solicitud de Secretaría de Cultura.** El veintisiete de mayo de dos mil veintiuno, el Director General de Enlace de Comunicación Social y Vocero de la Secretaría de Cultura, mediante oficio DGCS/PACS/053/2021, solicitó, a través de la Secretaría de Gobernación, que la campaña “Actividades y Servicios Culturales”, fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- j) Solicitud CONADIC.** El veintisiete de mayo de dos mil veintiuno, el Director General de Comunicación Educativa de la Comisión Nacional contra las Adicciones, mediante oficio CONADIC-DCE-13052022, solicitó, a través de la Secretaría de Salud, que la campaña “Campaña nacional contra las adicciones y promoción de la salud mental”, fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- k) Solicitud CIJ.** El veintisiete de mayo de dos mil veintiuno, la Subdirectora de Movilización Social y Proyectos Especiales de los Centros de Integración Juvenil A.C., mediante oficio sin número, solicitó a través de la Secretaría de Salud, que la campaña “CIJ te acompaña”, fuera vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- l) Solicitud de la Lotería Nacional.** El diez de junio de dos mil veintiuno, el Subdirector General de Servicios Comerciales de la Lotería Nacional, mediante oficio SGSC/10-01/06/2021, solicitó a través de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público que, tres (3) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a

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

1. “250 años del primer sorteo”;
2. “Sorteos de Apoyos Especiales”, y
3. “Si juegas, gana México”.

XIV. Solicitud del Ayuntamiento de Tijuana, Baja California. El diez de junio de dos mil veintiuno, el Consejero Jurídico Municipal, mediante oficio CJM/3328/2021, solicitó que veintitrés (23) eventos que se llevarían a cabo en el municipio fueran vinculados con el concepto de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental¹.

XV. Solicitud del Gobierno del estado de Oaxaca. El once de junio del dos mil veintiuno, la Subsecretaria de Operación Turística de la Secretaría de Turismo del estado, mediante oficio ST/SOT/DPT/017/2021, solicitó que la campaña “Campaña de promoción turística del estado de Oaxaca” sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

Adicionalmente, el catorce de junio de dos mil veintiuno, el Coordinador General de Comunicación Social y Vocero del Gobierno del estado de Oaxaca, mediante oficio CGCSV/101/2021, solicitó que cinco (5) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Guelaguetza”;
2. “Campaña de promoción turística del estado de Oaxaca”²;
3. “Vacunación COVID”;
4. “Protección Civil 2021”, y
5. “Promoción cultural de Oaxaca”.

Igualmente, el quince de junio de dos mil veintiuno, el Director Jurídico del Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del estado de Oaxaca,

¹ Al referirse la solicitud a la realización de eventos y no a las campañas de difusión de los mismos, se estimó innecesario detallar cada uno de los eventos pues su valoración no es materia del presente acuerdo.

² Se trata de la misma campaña y el mismo contenido del formulario de la campaña de la Secretaría de Turismo del estado.

mediante oficio SDIFO/DG/0087/2021, solicitó que tres (3) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Prevención de la Pornografía Infantil (Pon un alto a la pornografía infantil)”;
2. “Explotación Laboral Infantil (Rompe la cadena de trata)”, y
3. “Te creo en Corto (convocatoria de cortometrajes para prevenir el abuso sexual infantil)”.

Posteriormente, el quince de junio de dos mil veintiuno, el Jefe de la Unidad Jurídica de la Secretaría de las Culturas y Artes de Oaxaca, mediante oficio SCAO/SPE/UJ/0180/2021, solicitó que cuatro (4) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Guelaguetza”;
2. “Atención a primera infancia a través del arte y la cultura "Alas y Raíces Oaxaca””;
3. “Oaxaqueñas memorables contemporáneas "Alas y Raíces Oaxaca””, y
4. “Fortaleciendo tradiciones en pueblos indígenas, afroamericano y mestizos de Oaxaca”.

XVI. Solicitud de la Alcaldía Tlalpan de la Ciudad de México. El once de junio de dos mil veintiuno, la Directora de Comunicación Social de la mencionada alcaldía, mediante el oficio AT/DCS/568/2021, solicitó que diez (10) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Lotería de adicciones”;
2. “Tlalpan se protege”;
3. “Tlalpan incluyente”;
4. “Huellitas”;
5. “Salud y Bienestar”;
6. “Juntos por la salud mental”;
7. “¿Qué te cuesta?”;

8. “Mujeres unidas”;
9. “La prevención comienza en casa”, y
10. “Disfrutemos Tlalpan”.

XVII. Solicitud del Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores (Infonavit). El once de junio del dos mil veintiuno, el Subdirector General de Comunicación del Infonavit, mediante oficio SCom/017/2021, solicitó que la campaña “Tu crédito Infonavit se transforma, ASÍ DE CLARO, EN LETRAS GRANDES” sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

XVIII. Solicitud del Gobierno del estado de Veracruz. El once de junio del dos mil veintiuno, el Jefe de Departamento de Comunicación Social de los Servicios de Salud de Veracruz (SESVER), mediante oficio SESVER/DG/CID/052/2021, solicitó que la campaña “Soy Donador Altruista” sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

Adicionalmente, el mismo once de junio de dos mil veintiuno, la Jefa de la Oficina de Programa de Gobierno del estado de Veracruz, mediante oficio OPG/119/06/2021, solicitó que su campaña “ODS Agenda 2030” sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

También, el catorce de junio de dos mil veintiuno, la Contralora General del estado de Veracruz, mediante oficio CGE/0957/2021, solicitó que cinco (5) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Concurso Nacional de Transparencia en Corto”;
2. “Concurso XIII Premio Nacional de Contraloría Social 2021”;
3. “Estructura de la Contraloría General”;
4. “Información Institucional sobre la Agenda 2030”, y
5. “Promoción de los Principios y Valores de los Servidores Públicos”.

Asimismo, el catorce de junio de dos mil veintiuno, la Secretaria de Trabajo, Previsión Social y Productividad del estado de Veracruz, mediante oficio STPSP/OS/0206/2021, solicitó que ocho (8) de sus

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

1. “Jornadas de conciliación permanentes”;
2. “Adecua tus Estatutos acorde a la nueva reforma laboral”;
3. “Campaña Permanente contra el trabajo infantil”;
4. “Violencia contra las mujeres en el ámbito laboral”;
5. “Talleres para buscadores de empleo”;
6. “VALPAR”;
7. “Subprograma de capacitación para la empleabilidad”, y
8. “Cursos ICATVER”.

Igualmente, el quince de junio de dos mil veintiuno, el Director Jurídico de la Secretaría de Educación de Veracruz, mediante oficio SEV/DJ/4729/2021, solicitó que su campaña “Escuela Garantizada, Escritura Garante” sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

Finalmente, el quince de junio de dos mil veintiuno, el Jefe de Departamento de Contenidos del Instituto Veracruzano de la Cultura de Veracruz, mediante oficio correo electrónico, solicitó que su campaña “31ª Feria Nacional del Libro Infantil y Juvenil Xalapa 2021” sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

XIX. Solicitud del Ayuntamiento de Durango, Durango. El once de junio de dos mil veintiuno, el Director Municipal de Comunicación Social de Durango, mediante oficio DMCS 230/2021, solicitó que su campaña “No te relajes ante el COVID-19” sea vinculada con el concepto de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

Adicionalmente, el catorce de junio de dos mil veintiuno, el Director Municipal de Seguridad Pública del mencionado ayuntamiento, mediante oficio sin número, solicitó que nueve (9) de sus campañas sean vinculadas

con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental³. Las campañas son las siguientes:

1. “Seguras”;
2. “Cooltura Vial”;
3. “Combate a la corrupción y tráfico de influencias”;
4. “Prevención del Delito”;
5. “Violencia familiar y de género”;
6. “Cultura vial”;
7. “Uso correcto del cubrebocas”;
8. “Pinta de señalética”, y
9. “Publicar servicios sociales como búsqueda de familiares y extravió de personas con la finalidad de dar con el paradero de las mismas”.

También, el catorce de junio de dos mil veintiuno, el Director Municipal de Desarrollo Urbano del mencionado ayuntamiento, mediante oficio DMDU/1034, solicitó que su campaña “Informativa de servicios y tramitología de desarrollo urbano” sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

Igualmente, el catorce de junio de dos mil veintiuno, la Directora del Instituto Municipal de la Mujer del mencionado ayuntamiento, mediante oficio sin número, solicitó que cinco (5) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Mujeres dejando huella”;
2. “La vida por delante”;
3. “Servicios del Instituto Municipal de la Mujer”;
4. “Día Internacional contra la Violencia hacia la Mujer”, y
5. “Campaña permanente contra la violencia”.

Asimismo, el quince de junio de dos mil veintiuno, el Director Municipal de Salud Pública del mencionado ayuntamiento, mediante oficio 07345/21,

³ Resulta importante resaltar que solo se remitió formatos de las cuatro primeras campañas y de las demás solo se mencionó el nombre de las mismas, sin aportar ningún otro dato adicional.

solicitó que nueve (9) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Salud Mental”;
2. “Inspección sanitaria, campaña citología colposcopia”;
3. “Transporte y verificación de rastros”;
4. “Atención y servicio en panteones municipales”;
5. “Centro de Atención Animal y Hospitalario Veterinario”;
6. “Hospital del Niño, Banco de Medicamento y Banco de Leche Maternizada”;
7. “Brigadas Móviles de Salud”;
8. “Programa de prevención de enfermedades transmitidas por vector (descacharre)”, y
9. “Promoción para la salud, prevención y control de alteraciones nutricionales; visitas domiciliarias”.

De la misma manera, el quince de junio de dos mil veintiuno, la Directora del Instituto Municipal del Arte y la Cultura del mencionado ayuntamiento, mediante oficio sin número, solicitó que su campaña “Agenda Cultural del mes de Julio (segunda quincena)” sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

Además, el quince de junio de dos mil veintiuno, la Directora del Instituto Municipal de la Juventud, mediante oficio sin número, solicitó que tres (3) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Premiación Copa Voluntariado”;
2. “Convocatoria de la escuela de manejo "Toma el Control"”, y
3. “Feria de Innovación Tecnológica”.

También, el quince de junio de dos mil veintiuno, la Encargada del Despacho del Instituto Municipal de la Familia, mediante oficio IFM/235/2021, solicitó que dos (2) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Valores Familiares”, y

2. “Estrategias emocionales para la familia”.

Adicionalmente, el dieciséis de junio de dos mil veintiuno, la Directora Municipal de Educación, mediante oficio DME.DIR-396/2021, solicitó que cuatro (4) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Programa de educación para la vida”;
2. “Programa de educación de calidad, equitativa e inclusiva”;
3. “Programa de educación complementaria”, y
4. “Programa de Fortalecimiento a la identidad duranguense”.

Finalmente, el veintiuno de junio de dos mil veintiuno, la Coordinadora de la Unidad de Transparencia e Información Municipal del mencionado ayuntamiento, mediante oficio UTIM/147-21, solicitó que su campaña “Difusión de la Cultura de Acceso a la Información y Privacidad” sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

XX. Solicitud del Ayuntamiento de Palo Alto El Llano, Aguascalientes. El catorce de junio del dos mil veintiuno, la Secretaria del Ayuntamiento y Directora General de Gobierno, mediante oficio No. 96/2021, solicitó que la campaña “Programa de prevención de riesgos por temporada de Lluvias” sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

XXI. Solicitud del Ayuntamiento de Corregidora, Querétaro. El catorce de junio de dos mil veintiuno, el Director de Comunicación Social del mencionado municipio, mediante oficio sin número, solicitó que dos (2) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Prevención y uso de cubrebocas”, y
2. “Operativo Preventivo Temporada de Lluvias”.

XXII. Solicitud del Gobierno del estado de Coahuila. El catorce de junio de dos mil veintiuno, el Consejero Jurídico del estado, mediante oficio CJ/6576/2021, solicitó que nueve (9) de sus campañas sean vinculadas

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

1. “Haz turismo en Coahuila”;
2. “Hazlo por ti y hazlo por todos”;
3. “Prevención de incendios”;
4. “Promoción de capacitación turística”;
5. “Tú eres parte”;
6. “Turista responsable”;
7. “Vinos y dinos”;
8. “Se práctico”, y
9. “Campaña de verano”.

XXIII. Solicitud del Gobierno del estado de Aguascalientes. El quince de junio de dos mil veintiuno, el Director General Jurídico de la Secretaría de Desarrollo Social del estado de Aguascalientes, mediante oficio DGJ/078/2021, solicitó que once (11) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes⁴:

1. “Contigo podemos, vertiente creciendo con la educación”;
2. “Contigo Vamos”;
3. “Fortalecimiento de las Organizaciones de la Sociedad Civil, vertiente Capacitación a las Organizaciones de la Sociedad Civil”;
4. “Contigo podemos vertiente contigo al 100”;
5. “Contigo podemos vertiente regreso a clases seguro”;
6. “Contigo podemos vertiente comedores comunitarios”;
7. “Contigo podemos vertiente Autoempleo”;
8. “Contigo podemos vertiente Huertos Familiares”;
9. “Contigo podemos vertiente en Acción Contigo”;
10. “Contigo podemos vertiente Gestión Social”, y
11. “Contigo podemos vertiente Certificado de Asistencia Funeraria”.

Adicionalmente, el mismo día, la Directora General del Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del estado de Aguascalientes, mediante oficio DGSEA/0313/2021, solicitó que dos (2) de sus campañas sean

⁴ Respecto de todas las campañas se remitieron dos formularios idénticos, por lo que solo se da cuenta de uno de ellos.

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

1. “Campaña de prevención del maltrato infantil "Yo veo, yo denuncio", y
2. “Campaña de concientización a favor de adultos mayores "Es momento de”.

También, el mismo quince de junio de dos mil veintiuno, el Director General del Instituto de Educación de Aguascalientes, mediante oficio no. 000415, solicitó que ocho (8) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Programa Beca de Permanencia”;
2. “Programa de Apoyo a la Gestión Escolar”;
3. “Programa Beca Universitario al 100”;
4. “Programa Beca Universitario al 100”⁵;
5. “Programa Creciendo Juntos”;
6. “Programa tutor al 100”;
7. “Programa que nadie se vaya de la educación”, y
8. “Programa Uniformes escolares”.

Finalmente, el mismo día, el Director General Jurídico de la Secretaría de Desarrollo Económico del estado de Aguascalientes, mediante oficio SEDEC/DGJ/024/2021, solicitó que su campaña “Programa de Proyectos Productivos MIPYMES y Emprendedores” sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

XXIV. Solicitud de la Alcaldía Álvaro Obregón de la Ciudad de México. El quince de junio de dos mil veintiuno, la Directora General Jurídica de la mencionada alcaldía, mediante oficio AAO/DGJ/1107/2021, solicitó que dos (2) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción

⁵ Esta campaña, aunque de nombre idéntico a la anterior, se trata de una campaña distinta al tener un objetivo diverso.

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

1. “Programa de Prevención y Atención contra las Adicciones”, y
2. “Acciones para la Prevención del Suicidio”.

Adicionalmente, el mismo día, el Coordinador de lo Contencioso de la Dirección General Jurídica de la Alcaldía Álvaro Obregón, mediante dos correos electrónicos, solicitó que cinco (5) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Memoria colectiva ara la participación: intervención y cuidado del espacio público, a partir de la identidad comunitaria”;
2. “Rally por la convivencia. Acércate a tu comunidad”;
3. “Estrategia de Salud comunitaria: Por mí, para todos”;
4. “Planeación participativa para la elaboración de agendas ciudadanas locales de la Alcaldía Álvaro Obregón”, y
5. “Feria de las Flores 2021”.

XXV. Solicitud de la Alcaldía Milpa Alta de la Ciudad de México. El quince de junio de dos mil veintiuno, el alcalde de la Alcaldía Milpa Alta, mediante oficio AMA/174/2021, solicitó que cuatro (4) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Aldea Digital”;
2. “Cuidado y protección de los animales de compañía”;
3. “Campaña permanente de Covid-19”, y
4. “Recomendaciones en Protección Civil”.

XXVI. Solicitud del Ayuntamiento de Centro Villahermosa, Tabasco. El quince de junio de dos mil veintiuno, el Presidente Municipal del citado Ayuntamiento, mediante oficio PM/2811/2021, solicitó que dieciséis (16) de las campañas de diversas dependencias del Ayuntamiento sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Enlace Municipal ante INAPAM”;
2. “Mecanización Agrícola”:

3. “Repoblación de Cuerpos Lagunares del Municipio de Centro”;
4. “Normatividad de Ramo 33 Fondo III”;
5. “Infografía para Difusión de Efemérides Ambientales”;
6. “Puntos Limpios”;
7. “Rehabilitación de Sistemas de Aguas Potables”;
8. “Ajedrez”;
9. “Eventos Culturales del Municipio de Centro”;
10. “Desayunos Escolares”
11. “Capacitaciones y Talleres Virtuales”;
12. “Entrega de Aparatos Ortopédicos”;
13. “Clases virtuales CENDIS”;
14. “Apoyo a Madres Lactantes”;
15. “Nutriendo a las familias de Centro”, y
16. “Clases virtuales de Academias”.

XXVII. Solicitud del Ayuntamiento de Morelia, Michoacán. El quince de junio de dos mil veintiuno, la Directora de Comunicación Social del mencionado Ayuntamiento, solicitó que tres (3) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Prevención de temporada de lluvias”;
2. “Tercer Informe de Gobierno, Ayuntamiento de Morelia”, y
3. “Semáforo Verde – Juntos nos cuidamos todos”.

XXVIII. Solicitud del Ayuntamiento de Nezahualcóyotl, Estado de México. El quince de junio de dos mil veintiuno, el Secretario del Ayuntamiento, mediante oficio SHA/398/2021, solicitó que dos (2) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Vacunas Anticovid-19”, y
2. “Gas L.P. uso y recomendaciones para el mismo”.

XXIX. Solicitud del Ayuntamiento de Nicolás Romero, Estado de México. El quince de junio de dos mil veintiuno, el Presidente Municipal del citado Ayuntamiento, mediante oficio NR/PM/106/2021, solicitó que nueve (9) de

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

1. "SISC y alarmas vecinales";
2. "Nicolás Romero seguro";
3. "Puerta violeta";
4. "Protección Civil y Bomberos";
5. "Vacunación Covid";
6. "Es hora de tu colonia";
7. "Semáforo Covid";
8. "Becas Bicentenario", y
9. "San Pedro 2021".

XXX. Solicitud del Ayuntamiento de Puebla, Puebla. El quince de junio de dos mil veintiuno, el Encargado del Despacho de la Coordinación General de Comunicación Social del citado Ayuntamiento, mediante oficio CGCS/359/2021, solicitó que diecisiete (17) de las campañas de diversas dependencias del Ayuntamiento sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. "Puebla en 7 días";
2. "Noche de museos julio";
3. "200 años de la leyenda del chile en nogada";
4. "Campamento de verano misión rescate planeta tierra";
5. "Mes de la juventud 2021";
6. "Talleres de empoderamiento científico para chicas";
7. "Programa de fomento de proyectos comunitarios";
8. "Talleres-jornadas de divulgación científica para docentes";
9. "Difusión del contenido del Código de Ética del H. Ayuntamiento de Puebla";
10. "Difusión de la Contraloría Municipal en línea capítulo IV "diálogos por la gestión pública";
11. "Festival itinerante del chile en nogada";
12. "Concurso de políticas públicas Puebla 2030: ciudad incluyente y sostenible. Edición 2021";
13. "Convocatoria anual para ser parte de los consejos de participación ciudadana";
14. "Concientización de limpieza en ríos y barrancas";

15. “Déjate encantar por la ciudad de Puebla”;
16. “Descacharrización”, y
17. “Concientización de limpieza de aceras y alcantarillas”.

XXXI. Solicitud del Ayuntamiento de Tepetlixpa, Estado de México. El quince de junio del dos mil veintiuno, el Secretario del mencionado Ayuntamiento, mediante oficio TEPE/SRIA/095/2021, solicitó que la campaña “Estrategia conjunta de vacunación COVID-19 EDOMEX” sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

XXXII. Solicitud del DIF de Toluca de Lerdo, Estado de México. El quince de junio de dos mil veintiuno, el Director General del Sistema Municipal para el Desarrollo Integral de la Familia de Toluca de Lerdo, mediante oficio 200B10000/00570/2021, solicitó que seis (6) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “La comunidad y la familia con sus adultos mayores”;
2. “Jornadas Nacionales de Salud Pública”;
3. “Campaña de difusión de cápsulas informativas en salud”;
4. “Campaña de prevención de cáncer cervicouterino (estudios de colposcopia y toma de muestras de citología)”;
5. “DIFundiendo valores”, y
6. “Voluntariado juvenil FOTSI”.

XXXIII. Solicitud del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo. El quince de junio de dos mil veintiuno, el Presidente Municipal del citado Ayuntamiento, mediante oficio CGCS/359/2021, solicitó que cincuenta y cuatro (54) de las campañas de diversas dependencias del Ayuntamiento sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Manejo integral de residuos sólidos”;
2. “Mejoramiento de la imagen urbana”;
3. “Fomento a la lectura con niños y adultos”;
4. “Pláticas y/o conferencias de educación para la salud”;
5. “Sanidad vegetal”;
6. “Esterilización canina y felina”;

7. "Vacunación";
8. "Inocuidad en los productos cárnicos y lácteos";
9. "Campaña para fomentar la eliminación de productos agroquímicos de alta residualidad";
10. "Talleres de capacitación en manejo integral del hato ganadero";
11. "Inocuidad en la producción hortícola";
12. "Difusión de medidas preventivas en materia de protección civil por fenómenos afectables a la ciudadanía";
13. "Operativo cazadores de tormentas";
14. "Si tienes cabeza usa casco";
15. "Conoce tus derechos";
16. "Uno por uno";
17. "Concientización de peatones";
18. "Campaña naranja";
19. "Transporte seguro";
20. "Colonia segura";
21. "Adopción canina y felina";
22. "Adopción canina y felina";⁶
23. "Esterilización canina y felina permanente";
24. "Campaña permanente de cirugías de cataratas";
25. "Medidas preventivas COVID-19";
26. "Campaña de prevención para la mujer";
27. "Campaña de prevención de enfermedades crónico-degenerativas";
28. "Campaña de consejería en planificación familiar";
29. "Campaña de prevención de enfermedades diarreicas";
30. "Comedores municipales";
31. "Huertos de traspatio";
32. "Comedores municipales";
33. "Platicas virtuales";
34. "Desayuno escolar frío";
35. "Familias vulnerables, niños menores de 5 años y personas con discapacidad";
36. "Clases virtuales";⁷
37. "Clases virtuales por pandemia de COVID-19";
38. "Clases en línea";
39. "Clases virtuales";

⁶ Si bien las dos campañas tienen el mismo nombre, cuentan con dos formularios con distintas fechas de transmisiones que se entrelazan.

⁷ Si bien las campañas identificadas como 36, 39 y 40 tienen el mismo nombre, se trata de formularios distintos con objetivos diferentes.

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

XXXIV. Solicitud del Ayuntamiento de El Mante, Tamaulipas. El quince de junio de dos mil veintiuno, el Secretario del citado Ayuntamiento, mediante oficio S.R.A./665/2021, solicitó que seis (6) de las campañas de diversas dependencias del Ayuntamiento sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. "Ciclones y desastres naturales";
2. "Supervisión de acciones de brigadas";
3. "Promoción de medidas preventivas de COVID-19";
4. "Promoción para evitar el golpe del calor";
5. "Acciones de complemento de esquemas de vacunación", y
6. "Fumigación y saneamiento básico".

XXXV. Solicitud del Secretaría de Integración y Bienestar Social del Gobierno de Baja California. El quince de junio de dos mil veintiuno, la Directora de Promoción y Vinculación de la mencionada secretaría, mediante oficio SIBSO/1212/2021, solicitó que tres (3) de las campañas de la mencionada Secretaría sean vinculadas con los conceptos de

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

1. “Alimentación que transforma”;
2. “Generando Bienestar”, y
3. “Difusión de capacitaciones”.

XXXVI. Solicitud del Gobierno de la Ciudad de México. El quince de junio de dos mil veintiuno, el Encargado del Despacho de la Coordinación General de Comunicación Ciudadana, mediante oficio SAF/CGCC/091/2021, solicitó que siete (7) de las campañas de diversas dependencias del Gobierno de la Ciudad sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Covid-19: diversas atenciones por Covid 19”;
2. “Contra la violencia de género y discriminación por género”;
3. “Derechos de los ciclistas”;
4. “Sí al desarme, sí a la Paz”;
5. “Atención al usuario y avisos sobre el servicio del sistema de transporte colectivo”;
6. “Prevención COVID-19”, y
7. “Seguridad de las Personas Usuarías”.

XXXVII. Solicitud del Gobierno del estado de Colima. El quince de junio de dos mil veintiuno, el Coordinador General de Comunicación Social, mediante oficio CGCS/202/2021, solicitó que tres (3) de las campañas de diversas dependencias del estado sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “CuidaT”;
2. “Prevenir es vivir”, y
3. “911 y 089”.

XXXVIII. Solicitud de la Dirección de Comunicación Social del Gobierno del estado de Durango. El quince de junio de dos mil veintiuno, la Directora de Comunicación Social, mediante oficio sin número, solicitó que siete (7) de las campañas de diversas dependencias del estado sean vinculadas

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

1. “Campaña contra la violencia”;
2. “Campaña de corte de circulación y cierre de calles”;
3. “Campaña de Vacunación”;
4. “Campaña más allá”;
5. “Campaña un regreso seguro y digno a la escuela”;
6. “Durango en sequía. Tendamos la mano”, y
7. “Prevención del suicidio”.

XXXIX. Solicitud de la Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México. El quince de junio de dos mil veintiuno, el Coordinador General de Comunicación Social, mediante oficio 204A00000000000/204/2021, solicitó que once (11) de las campañas de diversas dependencias del estado sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Apoya al sector salud, cuidándote”;
2. “Aprendiendo juntos, clases virtuales”;
3. “Detección oportuna de cáncer de mama”;
4. “Elige no tener diabetes, obesidad o hipertensión”;
5. “La prevención de violencia en el hogar”;
6. “La prevención continua”;
7. “Línea sin violencia / Red naranja”;
8. “Los servicios de emergencia no son broma / Extorsión telefónica”;
9. “Temporada de lluvias”;
10. “Turismo medidas preventivas Covid”, y
11. “Yo consumo local”.

XL. Solicitud del Gobierno del estado de Morelos. El quince de junio de dos mil veintiuno, la Directora General del Fideicomiso Turismo Morelos, mediante oficio FITUR/304/2021, solicitó que su campaña “Acércate a la naturaleza” vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

Adicionalmente, el dieciocho de junio de dos mil veintiuno, la Directora General del Fideicomiso Museo Morelense de Arte Contemporáneo Juan Osorio, mediante oficio MMACJS/COOR/133/2021, solicitó que siete (7)

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

1. “Difusión de la exposición In-Visible”;
2. “Campaña La Selfie”;
3. “Campaña Museo Seguro”;
4. “Campaña de difusión para Programas Públicos”;
5. “Recorridos Virtuales”;
6. “Difusión de la exposición "Revisiones al Acervo de Juan Soriano””,
y
7. “Campaña Visita el MMAC”.

XLI. Solicitud Dirección General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Nayarit. El quince de junio de dos mil veintiuno, la Directora de Mercadotecnia del estado, mediante oficio correo electrónico, solicitó que cinco (5) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Prevenir es vivir”;
2. “¡Gánale al COVID!”;
3. “Al Dengue lo combatimos todos”;
4. “Donación de sangre”, y
5. “Salud mental”.

XLII. Solicitud de la Coordinación General de Comunicación y Agenda Digital del Gobierno del estado de Puebla. El quince de junio de dos mil veintiuno, la Coordinadora General de Comunicación y Agenda Digital del estado, mediante oficio CGCAD/222/2021, solicitó que cinco (5) de las campañas de diversas dependencias del estado sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Temporada de chile en nogada”;
2. “No estás sola”;
3. “Anticorrupción”;
4. “Regreso a clases seguro”, y
5. “Prevención por temporada de lluvias”.

XLIII. Solicitud de la Unidad de Comunicación Social y Atención Ciudadana del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro. El quince de junio de dos mil veintiuno, el Jefe de Asuntos Jurídicos de la Unidad de Comunicación Social y Atención Ciudadana del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro, mediante oficio UCSAC/SSA/AJ/035/2021, solicitó que cinco (5) de sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Lineamientos para el regreso a clases presenciales”;
2. “Expo Sierra”;
3. “Temporada de festivales”;
4. “Agenda cultural (cartelera)”, y
5. “Cultura del agua/El agua hace la diferencia”.

XLIV. Solicitud del Gobierno del estado de Tamaulipas. El quince de junio de dos mil veintiuno, el Encargado del Despacho de la Subsecretaría de Legalidad y Servicios Gubernamentales de la Secretaría de Gobierno del estado, mediante oficio SGG/SLSG/1122/2021, solicitó que doce (12) de las campañas de diversas dependencias del estado sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental. Las campañas son las siguientes:

1. “Periodo Vacacional”;
2. “Regreso a clases”;
3. “Salud mental en niños y adolescentes”;
4. “Actividad deportiva”;
5. “Línea de apoyo ante el coronavirus”;
6. “Medidas de Prevención”;
7. “Terapia Psicológica”;
8. “Jornadas Médicas”;
9. “Contingencia Ambiental”;
10. “Prevención de accidentes en casa”;
11. “Teléfono de emergencia 911”, y
12. “Ángeles Azules”.

XLV. Solicitud del Ayuntamiento de Tejupilco, Estado de México. El dieciocho de junio del dos mil veintiuno, el encargado del Despacho de la Secretaría Particular del Secretario General de Gobierno del Estado de México, remitió el oficio AT/PM/099/2021, mediante el cual el Secretario

Técnico del Gabinete Municipal de Tejupilco solicitó que la campaña “Módulo de pruebas COVID-19” sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

- XLVI. Fecha límite para recepción de solicitudes.** Conforme al Acuerdo referido en el antecedente XI, la fecha límite para la recepción de solicitudes de propaganda gubernamental que se pretenda transmitir en el periodo de difusión de la Consulta Popular (quince de julio de 2021) y hasta la jornada de la Consulta Popular (primero de agosto de 2021), fue el pasado quince de junio, por lo que cualquier solicitud extemporánea para dichas entidades será desechada por la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos bajo dicha causal.

CONSIDERACIONES

Competencia del Instituto Nacional Electoral

1. De conformidad con los artículos 41, Base V, Apartado A, párrafo primero de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (en adelante CPEUM) y 29, numeral 1 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales (en lo subsecuente LGIPE), la organización de las elecciones federales es una función estatal que se realiza a través de un organismo público autónomo denominado Instituto Nacional Electoral, dotado de personalidad jurídica y patrimonio propio. En el ejercicio de esa función estatal, la certeza, legalidad, independencia, imparcialidad, máxima publicidad y objetividad son principios rectores.

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

2. El Instituto Nacional Electoral es la autoridad única para la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines y a los de otras autoridades electorales, así como al ejercicio de los derechos y las prerrogativas de los partidos políticos y candidaturas independientes; es independiente en sus decisiones y funcionamiento, de conformidad con los artículos 41, Base III, apartados A y B, así como Base V de la CPEUM; 30 numeral 1, inciso h); 160, numeral 1 de la LGIPE y 7, numeral

3 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral (en adelante RRTME).

3. Como lo señalan los artículos 1, numerales 1 y 2; 2, numeral 1, incisos b) y c), 160, numeral 2 de la LGIPE, en relación con el 49 de la Ley General de Partidos Políticos, 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 Instituto Nacional Electoral y las autoridades electorales en las entidades federativas, en términos de la Constitución.
4. Los artículos 162 de la LGIPE y 4, numeral 2 del RRTME disponen que el Instituto ejercerá sus facultades en materia de radio y televisión a través del Consejo General, de la Junta General Ejecutiva, de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, del Comité de Radio y Televisión, 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 Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 23, numeral 1, inciso d), 26, numeral 1, inciso a) y 49 de la Ley General de Partidos Políticos.

Competencia del Consejo General del INE

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

Asimismo, puede conocer de las infracciones a la normativa electoral y, en su caso, imponer las sanciones que correspondan y dictar los acuerdos

necesarios para hacer efectivas sus atribuciones y las demás señaladas en la ley o en otra legislación aplicable.

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

Consulta Popular

8. De conformidad con el Decreto emitido por el Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, publicado el veintiocho de octubre de dos mil veinte, en el DOF, se emitió la Convocatoria de Consulta Popular en los siguientes términos:

Artículo Único.- *El Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, con fundamento en lo establecido por los artículos 35, fracción VIII, Apartados 1o. y 5o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 26, fracción VI, de la Ley Federal de Consulta Popular*

CONVOCA

A las y los ciudadanos de la República mexicana para que emitan su opinión en el proceso de CONSULTA POPULAR sobre "las acciones para emprender un proceso de esclarecimiento de las decisiones políticas tomadas en los años pasados por los actores políticos", la cual se llevará a cabo el domingo 1 de agosto de 2021, conforme a las siguientes:

BASES

PRIMERA. DISPOSICIONES GENERALES.

La organización, desarrollo, coordinación, cómputo y declaración de resultados de la Consulta Popular estarán a cargo del Instituto Nacional Electoral, conforme a la metodología que apruebe, el cual será la única instancia calificadoras.

SEGUNDA. DIFUSIÓN.

La difusión de la Consulta Popular se llevará a cabo en los tiempos y forma que determine la metodología aprobada por el Instituto Nacional Electoral, observando en todo momento lo dispuesto por el artículo 35, fracción VIII, Apartado 4o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y por la Sección Tercera del Capítulo III de la Ley Federal de Consulta Popular.

TERCERA. PREGUNTA DE LA CONSULTA.

¿ESTÁS DE ACUERDO O NO EN QUE SE LLEVEN A CABO LAS ACCIONES PERTINENTES, CON APEGO AL MARCO CONSTITUCIONAL Y LEGAL, PARA EMPRENDER UN PROCESO DE ESCLARECIMIENTO DE LAS DECISIONES POLÍTICAS TOMADAS EN LOS AÑOS PASADOS POR LOS ACTORES POLÍTICOS ENCAMINADO A GARANTIZAR LA JUSTICIA Y LOS DERECHOS DE LAS POSIBLES VÍCTIMAS?

SÍ ESTOY DE ACUERDO

NO ESTOY DE ACUERDO

CUARTA. UBICACIÓN E INTEGRACIÓN DE MESAS DIRECTIVAS DE CASILLA.

El Instituto Nacional Electoral determinará la ubicación de las casillas de la Consulta Popular, considerando, para ello, lugares de fácil acceso, así como su conformación e integración, los cuales deberán procurar la accesibilidad de adultos mayores y/o personas con alguna discapacidad.

Asimismo, difundirá, por los medios que el propio Instituto determine, el listado de ubicación e integración de mesas directivas de casilla.

QUINTA. JORNADA DE LA CONSULTA POPULAR.

Apertura.

La jornada de la Consulta Popular se realizará el domingo 1 de agosto de 2021, en un horario de 8:00 a 18:00 horas, dentro de las demarcaciones que determine el Instituto Nacional Electoral. A ella concurrirán todas las y los ciudadanos interesados en emitir su opinión.

Cierre.

Concluida la jornada de la Consulta Popular, el Instituto Nacional Electoral declarará el cierre de ésta y procederá a realizar el escrutinio y cómputo.

Cuando por causas fortuitas o de fuerza mayor se impida el normal desarrollo de la jornada de la Consulta Popular, el Instituto Nacional Electoral, como órgano superior de dirección y única instancia calificadora, en el marco de sus atribuciones podrá suspender, de manera temporal o definitiva, el ejercicio en una o más mesas directivas de casilla, debiendo quedar asentado en el acta circunstanciada que al efecto se levante por personal del Instituto facultado para ello.

SEXTA. RESULTADOS DE LA CONSULTA.

La validación de los resultados de la Consulta Popular estará a cargo de la instancia calificadora.

SÉPTIMA. CASOS NO PREVISTOS.

Los casos no previstos en la presente Convocatoria y en la metodología aprobada serán resueltos por el Instituto Nacional Electoral.

Transitorios

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

Segundo. *Notifíquese la Convocatoria contenida en el presente Decreto al Instituto Nacional Electoral.*

Tercero. *Publíquese la Convocatoria contenida en el presente Decreto en el Diario Oficial de la Federación.*

9. Como quedó asentado en el apartado de antecedentes, el diecinueve de noviembre de dos mil veinte se publicó el Decreto emitido por el Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos por el que se reformó el artículo primero transitorio del Decreto por el cual se expidió la convocatoria de Consulta Popular, señalado en el considerando anterior, como se transcribe a continuación:

Primero. *El presente Decreto y la Convocatoria de Consulta Popular que se expide entrarán en vigor el jueves **15 de julio** de 2021, sin perjuicio de que el Instituto Nacional Electoral ejecute las acciones preparatorias necesarias para realizar la jornada de Consulta Popular.*

Disposiciones constitucionales y legales sobre la Consulta Popular en materia de radio y televisión

10. El artículo 35, fracción VIII de la Constitución, dispone que son derechos de la ciudadanía, entre otros, votar en las consultas populares sobre temas de trascendencia nacional o regional, las que se sujetarán a lo siguiente:

[...]

4º. El Instituto Nacional Electoral tendrá a su cargo, en forma directa, la verificación del requisito establecido en el inciso c) del apartado 1o. de la presente fracción, así como la organización, difusión, desarrollo, cómputo y declaración de resultados.

El Instituto promoverá la participación de los ciudadanos en las consultas populares y será la única instancia a cargo de la difusión de las mismas. La promoción deberá ser imparcial y de ninguna manera podrá estar dirigida a influir en las preferencias de la ciudadanía, sino que deberá enfocarse en promover la discusión informada y la reflexión de los ciudadanos. Ninguna otra persona física o moral, sea a título propio o por cuenta de terceros, podrá contratar propaganda en radio y televisión dirigida a influir en la opinión de los ciudadanos sobre las consultas populares.

Durante el tiempo que comprende el proceso de Consulta Popular, desde la convocatoria y hasta la conclusión de la jornada, deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación de toda propaganda gubernamental de cualquier orden de gobierno, salvo aquellas que tengan como fin difundir campañas de información de las autoridades electorales, las relativas a los servicios educativos y de salud, o las necesarias para la protección civil en casos de emergencia;

5°. Las consultas populares conforme a la presente fracción, se realizarán el primer domingo de agosto.

[...]

11. Los artículos 40, 41 y 42 de la Ley Federal de Consulta Popular establecen que, durante la campaña de difusión de la Consulta Popular, el INE promoverá la participación de los ciudadanos en dicho ejercicio, a través de los tiempos en radio y televisión que corresponden a la autoridad electoral. La promoción deberá ser imparcial. De ninguna manera podrá estar dirigida a influir en las preferencias de la ciudadanía, a favor o en contra de la Consulta Popular.

El INE promoverá la difusión y discusión informada de las consultas que hayan sido convocadas por el Congreso de la Unión a través de los tiempos de radio y la televisión que correspondan al propio Instituto.

Cuando a juicio del Instituto el tiempo total en radio y televisión a que se refiere el párrafo anterior fuese insuficiente, determinará lo conducente para cubrir el tiempo faltante.

Adicionalmente señala que ninguna otra persona física o moral, sea a título propio o por cuenta de terceros, podrá contratar propaganda en radio y televisión dirigida a influir en la opinión de los ciudadanos sobre la Consulta Popular. El Instituto ordenará la cancelación de cualquier propaganda e iniciará el proceso de sanción que corresponda.

Durante los tres días naturales anteriores a la jornada de consulta y hasta el cierre oficial de las casillas que se encuentren en las zonas de husos horarios más occidentales del territorio nacional, queda prohibida la publicación o difusión de encuestas, total o parcial, que tenga por objeto dar a conocer las preferencias de los ciudadanos o cualquier otro acto de difusión.

Difusión de la Consulta Popular

12. El artículo 67, numeral 1 del Reglamento dispone que, durante la campaña de difusión, el INE promoverá la participación de las personas ciudadanas en la Consulta Popular, a través de los tiempos en radio y televisión que corresponden a la autoridad electoral. La promoción deberá ser imparcial. De ninguna manera podrá estar dirigida a influir en las preferencias de la ciudadanía, a favor o en contra de la Consulta Popular.

El artículo 67, numeral 2 del Reglamento establece que, el INE promoverá la difusión y discusión informada de las consultas populares que hayan sido convocadas por el Congreso de la Unión, a través de los tiempos de radio y televisión que correspondan al propio Instituto.

13. El artículo 67, numeral 3 del Reglamento señala que ninguna otra persona física o moral, sea a título propio o por cuenta de terceros, podrá contratar propaganda en radio y televisión dirigida a influir en la opinión de las personas ciudadanas sobre la Consulta Popular. El INE ordenará la cancelación de cualquier propaganda contraria a lo señalado en el presente artículo e iniciará el procedimiento sancionador correspondiente.

Suspensión de la difusión de propaganda gubernamental

14. Durante el tiempo que comprende el proceso de Consulta Popular, desde la convocatoria y hasta la conclusión de la jornada consultiva, deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación de toda propaganda gubernamental de cualquier orden de gobierno, salvo aquellas que tengan como fin difundir campañas de información de las autoridades electorales, las relativas a los servicios educativos y de salud, o las necesarias para la protección civil en casos de emergencia. Lo anterior, de conformidad con el artículo 35, fracción VIII de la Constitución.

Si bien es cierto, la convocatoria fue publicada en el DOF el veintiocho de octubre de dos mil veinte, también lo es, que la modificación al artículo primero transitorio del Decreto por el que se expidió la convocatoria, aplazó la entrada en vigor al jueves quince de julio de dos mil veintiuno. En ese sentido, dado que las consultas populares se realizarán el primer domingo de agosto, la jornada consultiva correspondiente se llevará a cabo el uno de agosto de dos mil veintiuno.

La suspensión de propaganda gubernamental es aplicable a toda estación de radio y canal de televisión incluidas en el catálogo nacional de emisoras en virtud de que se trata de una Consulta Popular nacional.

15. Este Consejo General sostiene que la propaganda gubernamental juega un papel importante en el desarrollo de los procesos electorales y, en este caso de la Consulta Popular, la difusión de esa publicidad tiene un impacto en la apreciación de los consultados. Pues lo trascendente para la función que se tiene encomendada, es impedir que se pueda incidir de manera positiva o negativa en el resultado de la jornada consultiva, porque de fondo se pretende que los poderes federales, estatales o municipales y cualquier otro ente público se conduzcan con total imparcialidad, a fin de que dicha propaganda no se convierta en un instrumento que pueda provocar un desequilibrio inequitativo.
16. De esta manera, la difusión de propaganda gubernamental deberá suspenderse en el periodo comprendido entre el quince de julio y el uno de agosto de dos mil veintiuno, para lo cual, el procedimiento y los criterios para que este Consejo General, en su caso, autorizara aquellas campañas vinculadas a los conceptos de educación, salud o protección civil en casos de emergencia, se estableció en el Acuerdo INE/CG352/2021 detallado en los antecedentes de este documento.

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

17. En el mencionado acuerdo se estableció que 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.

18. La Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación aprobó diversos criterios en los que medularmente se analizan aspectos a considerar en materia de propaganda gubernamental aplicables al caso *mutatis mutandis*, mismos que se exponen a continuación:

- Jurisprudencia 18/2011 de rubro **PROPAGANDA GUBERNAMENTAL. LOS SUPUESTOS DE EXCEPCIÓN A QUE SE REFIERE EL ARTÍCULO 41, BASE III, APARTADO C, DE LA CONSTITUCIÓN FEDERAL, DEBEN CUMPLIR CON LOS PRINCIPIOS DE EQUIDAD E IMPARCIALIDAD**, de la que se desprende que la finalidad de la prohibición de difundir propaganda gubernamental es evitar que ésta influya o pueda influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ya sea a favor o en contra de determinado partido político o de su candidato, en tanto el sistema democrático ha sido diseñado para que los poderes públicos, los

órganos a través de los tres niveles de gobierno y cualesquiera entes públicos observen una conducta imparcial en las elecciones.

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

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

19. La Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación 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.
20. Como se mencionó, la máxima autoridad jurisdiccional de la materia analizó en diversas sentencias los conceptos de educación y salud, por lo que, para abonar en el sentido de este instrumento, se transcriben a continuación:

Educación

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

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

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

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

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

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

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

Salud

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

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

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

salubridad; la realización de campañas sanitarias y asistenciales; igualmente, conlleva la aplicación y administración de los recursos materiales y económicos y de los fondos y financiamiento que se requieren para la adecuada prestación de los servicios de salud.”

[...]

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

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

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

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

Por salud se entiende un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades y para lograr la protección se debe de considerar el acrecentamiento de los valores; la extensión de actitudes solidarias y responsables de la población; el conocimiento; la enseñanza y la investigación científica y tecnológica que coadyuven a la creación, mejoramiento, conservación, restauración y disfrute de las condiciones y servicios de salud que contribuyan al desarrollo social.⁸

En ese sentido, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, en la sentencia identificada como SUP-RAP-54/2012 y acumulados, en

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

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.

21. 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

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

Criterios del Consejo General del INE

23. Como se desprende de los Acuerdos señalados en los Antecedentes I, este Consejo General ha adoptado criterios que complementan las interpretaciones realizadas por la Sala Superior del TEPJF y que como autoridad le competen.

Estos criterios se han empleado en el análisis a las solicitudes que los entes de gobierno le formulan respecto de las excepciones previstas en el texto Constitucional, a saber:

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

Formulario para la presentación de solicitudes de excepción y procedimiento

24. Este Consejo General estimó pertinente en el Acuerdo INE/CG352/2021 retomar el formulario aprobado en el acuerdo INE/CG03/2017, para que acompañe a las solicitudes que presenten para su análisis los poderes federales, estatales o municipales y cualquier otro ente público.
25. Además, con el propósito de robustecer el régimen democrático, se consideró que dada la complejidad que representa la organización de la Consulta Popular, en un ejercicio de sistematización que permitiera lograr un orden, tanto en el procedimiento que este Instituto realiza para el análisis de cada una de las solicitudes de excepción como en la certeza del plazo en que éstas deben ser presentadas; se estimó necesario que los poderes federales, estatales o municipales y cualquier otro ente público remitieran la documentación que estimaran necesaria, así como el formulario referido (anexo único), **treinta días previos** al inicio del periodo de difusión, es decir, a más tardar el **quince de junio** de dos mil veintiuno.
26. Una vez presentadas las solicitudes, se determinó que este Consejo General se pronunciaría respecto a su procedencia a la brevedad y, en la medida de lo posible, en la siguiente sesión que el órgano celebre.

27. También se facultó a la DEPPP para que las solicitudes que se presentaran con posterioridad al vencimiento señalado fueran desechadas por extemporáneas.
28. Finalmente se determinó que aún sin mediar la solicitud a que se refieren los considerandos previos, la difusión de propaganda gubernamental de los poderes federales, estatales o municipales y cualquier otro ente público, estará permitida siempre y cuando se ajuste a los criterios jurisdiccionales, administrativos o en su caso las normas reglamentarias que para cada Proceso Electoral ha emitido este Consejo General, de lo contrario podrán ser sujetos de sanción bajo las normas establecidas en el Libro Octavo de la LGIPE.

Análisis de las campañas para que puedan difundirse durante el periodo de Consulta Popular 2021

29. 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 de difusión de la Consulta Popular; posteriormente, se analizarán aquellas campañas que son idénticas a aquellas que han sido anteriormente declaradas procedentes o improcedentes por este órgano colegiado para los distintos periodos de campaña de procesos electorales; después, se estudiarán y agruparán conforme a la dependencia o entidad del gobierno federal, estatal y municipal solicitantes.
30. Resulta importante resaltar que la siguiente solicitud no será analizada en el presente Acuerdo ya que, la fecha de vigencia de la campaña propuesta empieza y termina con anterioridad al inicio del periodo de difusión de la Consulta Popular materia de este Acuerdo:

DEPENDENCIA	CAMPAÑAS	VIGENCIA
Dirección General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Nayarit	"Al dengue lo combatimos todos"	Del 01 de mayo al 30 de junio

De igual manera, la siguiente solicitud tampoco será analizada pues la fecha de su vigencia inicia con posterioridad al día de la jornada del proceso de Consulta Popular:

DEPENDENCIA	CAMPAÑAS	VIGENCIA
Ayuntamiento de Puebla, Puebla	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Talleres de empoderamiento científico para chicas" 2. "Concurso de Políticas Públicas Puebla 2030: Ciudad Incluyente y Sostenible. Edición 2021" 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Del 4 al 7 de agosto 2. 2 de agosto

31. 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	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
Comisión Nacional del Agua	"Protección a centros de población, versión Prevención Lluvias y Ciclones Tropicales 2021" vigencia: 1 de junio al 31 de octubre.	Procedente	CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG172/2018 INE/CG235/2020 e INE/CG334/2021	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. Asimismo, el artículo 83 de la citada ley menciona que la Comisión Nacional del Agua clasificará las zonas en atención a sus riesgos de posible inundación, emitirá las normas y recomendaciones necesarias, establecerá las medidas de operación, control y seguimiento y aplicará los fondos de contingencia que se integren al efecto.
Instituto Mexicano del Seguro Social	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Consejos PREVENIMSS"; vigencia del 3 de mayo al 30 de octubre. 2. "IMSS Digital, versiones CHKT en línea y reporte 	Procedente	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021	Estas campañas están destinadas directamente a los servicios de salud y, en consecuencia, su difusión se encuentra amparada en el precepto constitucional ⁹ Además, ambas campañas están enfocadas a proteger a la población de mayor riesgo y reducir el número de contagios entre quienes por su condición

⁹ En condiciones similares CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 con la campaña del Instituto Mexicano del Seguro Social, "Chécate, mídete, muévete".

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
	especial"; vigencia del 3 de mayo al 08 de agosto			de comorbilidad, son susceptibles de enfermar gravemente si contraen COVID-19.
Secretaría de Cultura	Campaña: "Actividades y Servicios Culturales", vigencia: 01 de marzo al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG235/2020, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021	La campaña tiene como propósito que la población en general conozca con oportunidad las actividades y servicios que en materia artística y cultural se realiza, con el fin de motivar entre la población el interés y la asistencia a las mismas y difundir el patrimonio histórico y cultural de la nación para su disfrute y conservación.
Instituto Nacional de Antropología e Historia	Campaña: "Difusión de la Cultura y del Patrimonio Antropológico e Histórico", vigencia: 01 de junio al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021	Esta campaña 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.
Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura	Campaña: "Difusión de la Cultura y Patrimonio Artístico y Literario", vigencia del 01 de junio al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021	La campaña tiene como objetivo difundir las actividades y expresiones artísticas para que la población las conozca y asista, fortaleciendo la cultura y el acceso a esta, así como a los bienes y servicios que el Estado presta en esta materia.
Centro Cultural y Turístico de Tijuana	"Promoción de Bienes y Servicios Culturales" vigencia del 1 de junio al 31 de julio	Procedente	INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG334/2021	La campaña de comunicación social tiene como propósito difundir entre la población regional y el turismo la oferta cultural a fin de difundir las expresiones artísticas y culturales de México y proyectar la presencia del país en el extranjero.
Secretaría de Salud	"Alimentación saludable por amor a la vida", vigencia del 01 de febrero al 01 de octubre	Procedente	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021	Esta campaña debe exceptuarse de la suspensión de propaganda gubernamental, pues guarda relación con el concepto de salud, dado que su principal propósito es realizar acciones encaminadas a promover la protección del derecho de gozar de buena salud ¹⁰
Secretaría de Salud	"Vacunación contra COVID-19, versiones varias" vigencia del 01 de abril al 31 de agosto	Procedente	INE/CG334/2021	El derecho a la protección de la salud, del que todo mexicano goza, debe ser razonado en los términos expresados en el considerando 16 del presente instrumento, esto es, la Secretaría de Salud es claramente una autoridad administrativa cuyo propósito de creación es realizar toda acción encaminada a proteger, promover y realizar actividades relacionadas con la protección del

¹⁰ En condiciones similares CG75/2012, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG119/2019 con las campañas anteriores de la Secretaría de Salud: "Reducir el riesgo de infarto", "Prevención de Adicciones", "Diabetes, sobrepeso y obesidad", "Sin condón yo no", "La última y nos vamos" y "Semana Nacional de Salud Bucal"; CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017 e INE/CG172/2018 con la campaña del Instituto Mexicano del Seguro Social, "Chécate, mídete, muévete"; así como INE/CG172/2018 con la campaña del Gobierno del Estado de Coahuila de Zaragoza, "Obesidad... hazlo por ti".

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
				derecho de gozar de buena salud y el concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, ya que necesariamente abarca, entre otros aspectos, la vacunación, planificación y control de los servicios de atención médica, salud pública y la asistencia social. ¹¹
Consejo Nacional de Población	"Derechos sexuales y reproductivos entorno rural, versión ¡Yo decido! y ¡Yo exijo respeto!", vigencia del 11 de julio al 31 de agosto.	Procedente	INE/CG334/2021	Estas campañas ayudan a prevenir y erradicar la violencia sexual hacia las niñas y, de esta manera evitar consecuencias físicas, psicológicas y sociales, como lo son el riesgo de padecer infecciones de transmisión sexual, embarazos no deseados, trastornos psicológicos, estigma y discriminación ¹² .
Lotería Nacional	1. "Si juegas, gana México, versiones 1) La esperanza de ganar, es no rendirse, 2) La esperanza de ganar, es para todos y todas y 3) La esperanza de ganar, vive en ti"; vigencia del 1 de julio al 1 de agosto 2. "Sorteos de Apoyos Especiales, versiones 1) Premio especial, 2) Propiedades y 3) Testimoniales", vigencia del 1 de julio al 1 de agosto 3. "250 años del primer Sorteo, versión Historias de 250 años",	Procedente	CG40/2009, CG601/2009, CG155-2010, CG135-2011, CG75-2012, CG94-2013, CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017 y INE/CG172/2018 e INE/CG334/2021	Las campañas publicitarias de los mencionados organismos, al tener como finalidad la promoción de los productos que comercializan para obtener recursos, para que se apliquen a los programas de salud, se deben considerar dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales durante la Consulta Popular ¹³ .

¹¹ En condiciones similares INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG/109/2021 con las campañas anteriores de la Centro Nacional para la Salud de la Infancia y la Adolescencia: "Segunda Semana de Salud 2015", "Primera y Segunda Semana Nacional de Salud 2016", "Semanas Nacionales de Salud 2017", "Semanas Nacionales de Salud 2018" y "Primera Jornada de Salud Pública: vacunación contra el COVID-19".

¹² En condiciones similares INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG235/2020, con las campañas "Prevención del embarazo no planeado e infecciones de transmisión sexual en adolescentes", "Prevención del abuso sexual infantil", "Es tu vida, es tu futuro; y "Hazlo seguro".

¹³ Mediante los recursos de apelación identificados bajo la clave SUP-RAP 57/2010 y SUP-RAP-54/2012, la Sala Superior determinó que se encontraban dentro de las excepciones establecidas en el artículo 41, Base III, apartado C de la Constitución, las campañas relativas a la asistencia pública que emitan tanto la "Lotería Nacional" como "Pronósticos para la Asistencia Pública".

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
	vigencia del 1 de julio al 1 de agosto			
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", con vigencias del 23 de marzo al 3 de agosto y del 15 de junio al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG334/2021 e INE/CG377/2021	<p>Se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución.</p> <p>Lo anterior, toda vez que la norma fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural del pueblo, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida, costumbres y gastronomía, entre otros.</p> <p>En consecuencia, resulta evidente que la promoción del estado de Oaxaca, 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, así como su gastronomía. Máxime cuando está próximo un periodo vacacional.</p>
Coordinación General de Comunicación Social y Vocería y Secretaría de las Culturas y Artes, ambos del Gobierno del estado de Oaxaca	"Guelaguetza", con vigencias del 15 de junio al 3 de agosto y 9 de julio al 30 de julio	Procedente	INE/CG377/2021	<p>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.</p> <p>Lo anterior, toda vez que la norma fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural del pueblo, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que</p>

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
				<p>presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida, costumbres y gastronomía, entre otros.</p> <p>En consecuencia, resulta evidente que la promoción del estado de Oaxaca y de un evento cultural tan importante como la Guelaguetza, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres. Máxime cuando la Guelaguetza se lleva a cabo año con año en la misma época del año.</p>
<p>Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno del estado de Oaxaca</p>	<p>“Protección civil 2021”, con vigencia del 15 de junio al 31 de diciembre</p>	<p>Procedente</p>	<p>INE/CG377/2021</p>	<p>Protección Civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona protección y asistencia a la ciudadanía ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y el entorno en el que vive.</p> <p>En ese sentido, el artículo 4° de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud, esto es, el derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana.</p> <p>La acción en materia de seguridad tiene una evidente finalidad de protección civil en caso de fenómenos naturales, por lo cual resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de protección civil y salud, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de emergencias, contribuir a la disminución de riesgos y prevención de una situación de peligro, lo que contribuye a salvar vidas humanas.</p>
<p>Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno del estado de Oaxaca</p>	<p>“Vacunación Covid”, con vigencia del 15 de junio al 31 de diciembre</p>	<p>Procedente</p>	<p>INE/CG377/2021</p>	<p>La campaña tiene como finalidad informar a la población sobre el programa de vacunación por COVID-19, cuestión que determina las medidas y protocolos de salud y protección civil que las autoridades estiman se deben aplicar.</p> <p>En atención a lo anterior, el artículo 4° de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud.</p>

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
				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 y Vocería del Gobierno del estado de Oaxaca	"Promoción cultural de Oaxaca", con vigencia del 15 de junio al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG377/2021	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 Oaxaca y sus pueblos mágicos, en relación a sus lugares y destinos turísticos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres, así como su gastronomía.
Alcaldía Tlalpan de la CdMx	"Lotería de la Adicciones", con vigencia del 15 de julio al 01 de agosto	Procedente	INE/CG334/2021	La campaña tiene como objetivo informar y concientizar acerca del uso, abuso y dependencia a sustancias nocivas, problemática que se encuentra presente en la demarcación. Así, se estima pertinente exceptuar de las prohibiciones constitucionales en materia de propaganda gubernamental esta campaña, pues se estima que el concepto de salud la ampara bajo la idea fundamental de que las autoridades pueden y deben dictar medidas preventivas y la ejecución de estas para conservar la salud, así como el combate que se realice para erradicar las plagas sociales relacionadas con el uso de drogas.
Alcaldía Tlalpan de la CdMx	"Tlalpan se protege", con vigencia del 15 de julio al 01 de agosto	Procedente	INE/CG334/2021	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

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
				<p>protección civil que las autoridades estiman se deben aplicar.</p> <p>En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud.</p> <p>Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.</p>
Alcaldía Tlalpan de la CdMx	"Tlalpan incluyente", con vigencia del 15 de julio al 01 de agosto	Improcedente	INE/CG334/2021	<p>Esta campaña tiene como objetivo diseñar e instrumentar políticas públicas que promuevan la educación, la ciencia, la innovación tecnológica, el conocimiento y la cultura dentro de la demarcación; así como desarrollar programas dirigidos al fortalecimiento de los derechos humanos en la demarcación territorial, con un enfoque transversal de género e inclusión social; a través de transferencias económicas, apoyos a la salud, fomento de actividades deportivas, recreativas y culturales; que propicien la participación efectiva de niñas, niños y personas jóvenes, personas con discapacidad y personas adultas mayores, en la vida en comunidad.</p> <p>Así, esta campaña consiste en la difusión a través de medios impresos, redes sociales, volantes, lonas y televisión para prevenir conductas que pudieran afectar a las personas con discapacidad. Sin embargo, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión en el desarrollo de la Consulta Popular, 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 caso¹⁴.</p>
Alcaldía Tlalpan de la CdMx	"Salud y Bienestar", con vigencia del 15 de julio al 01 de agosto	Procedente	INE/CG334/2021	<p>Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a la población de la demarcación con el propósito de abatir los altos índices de obesidad, busca motivar a</p>

¹⁴ Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los **programas sociales** durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
				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.
Alcaldía Tlalpan de la CdMx	"Juntos por la salud mental", con vigencia del 15 de julio al 01 de agosto	Procedente	INE/CG334/2021	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 y estar encaminada a la población en general.
Alcaldía Tlalpan de la CdMx	"Mujeres Unidas", con vigencia del 15 de julio al 01 de agosto	Procedente	INE/CG334/2021	La campaña tiene como objetivo promover los derechos de las mujeres, visibilizar los tipos y modalidades de violencia, así como dar a conocer los servicios que la alcaldía brinda para la atención de las víctimas de violencia de género. 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.
Alcaldía Tlalpan de la CdMx	"La prevención comienza en casa", con vigencia del 15 de julio al 01 de agosto	Procedente	INE/CG334/2021	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,

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
				contribución a la disminución de riesgos y prevención de una situación de peligro, lo que contribuye a salvar vidas humanas.
Alcaldía Tlalpan de la CdMx	"Disfrutemos Tlalpan", con vigencia del 15 de julio al 01 de agosto	Procedente	INE/CG334/2021	Al igual que las campañas de promoción turística a lo largo del presente Acuerdo, resulta evidente que la promoción de la Alcaldía Tlalpan y sus diferentes ofertas culturales, en relación a sus lugares y destinos turísticos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres. Máxime cuando están próximos dos periodos vacacionales.
Coordinación General de Comunicación Social e Imagen Institucional del Gobierno de Coahuila de Zaragoza	"Promoción de Capacitación Turística", con vigencia del 15 de julio al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG334/2021	La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que está relacionada con la difusión de convocatorias relacionadas con la capacitación de diversos integrantes del sector turístico, con el fin de capacitarlos para que brinden la prestación de servicios turísticos de calidad, máxime cuando se ha visto tan dañada la industria como resultado de la pandemia por COVID-19.
Coordinación General de Comunicación Social e Imagen Institucional del Gobierno de Coahuila de Zaragoza	"Sé práctico", con vigencia del 1 de julio al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG334/2021	La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano y la misma debe atender la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, por lo que se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que está relacionada con la difusión del uso y la forma correcta de desechar el cubrebocas para que no se convierta en un agente contaminante. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante la Consulta Popular, por su vinculación directa con los conceptos de educación.
Coordinación General de Comunicación Social e Imagen Institucional del Gobierno de Coahuila de Zaragoza	"Tú eres parte", con vigencia del 01 de abril al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG334/2021	El objetivo es sensibilizar a la población sobre los problemas de la violencia y discriminación, promover el respeto al derecho a la no discriminación hacia las mujeres e incidir en la prevención y eliminación de la misma; se pretende generar una cultura de la igualdad incluyente y de respeto. Por tanto, esta campaña encuadra en el concepto de educación.

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
Coordinación General de Comunicación Social e Imagen Institucional del Gobierno de Coahuila de Zaragoza	"#TuristaResponsable", con vigencia del 15 de julio al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG334/2021	La campaña de comunicación social tiene como propósito difundir entre la población regional y el turismo la oferta cultural a fin de difundir las expresiones artísticas y culturales del estado de Coahuila. Asimismo, busca difundir las medidas de seguridad e higiene pertinentes para viajar derivado del COVID-19. En ese sentido, esta campaña puede ser considerada dentro de los conceptos de educación y salud como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.
Coordinación General de Comunicación Social e Imagen Institucional del Gobierno de Coahuila de Zaragoza	"Vinos y Dinos", con vigencia del 15 de julio al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG334/2021	Al igual que las campañas anteriores, resulta evidente que promover la riqueza gastronómica y vinícola del estado de Coahuila, en relación a los lugares y destinos productores de estos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la ruta vitivinícola y paleontológica denominada "Vinos y Dinos". Máxime cuando están próximos el período vacacional.
Coordinación General de Comunicación Social e Imagen Institucional del Gobierno de Coahuila de Zaragoza	"Haz turismo en Coahuila", con vigencia del 15 de julio al 1 de agosto	Procedente	INE/CG334/2021	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 destinos y fortalezas turísticas del estado de Coahuila y sus pueblos mágicos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres.
Coordinación General de Comunicación	"Hazlo por ti y hazlo por todos", con vigencia del	Procedente	INE/CG334/2021	La campaña tiene como finalidad seguir manteniendo las medidas sanitarias derivadas por COVID-19.

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
Social e Imagen Institucional del Gobierno de Coahuila de Zaragoza	01 de julio al 31 de diciembre			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.
Coordinación General de Comunicación Social e Imagen Institucional del Gobierno de Coahuila de Zaragoza	"Prevención de Incendios", con vigencia del 01 de julio al 31 de octubre	Procedente	INE/CG334/2021	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 Consulta Popular por su vinculación al concepto de educación.
Dirección de Desarrollo, Subdirección de Desarrollo y Organización Social del Ayuntamiento de Centro Villahermosa, Tabasco	"Enlace municipal ante INAPAM"; vigencia del 15 de junio al 30 de agosto	Improcedente	INE/CG334/2021	La promoción de esta campaña no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante la Consulta Popular, 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 ¹⁵ . Además, según lo dispuesto en el Manual de Organización General del INAPAM, apartado 7000 Subdirección de Comunicación Social, es el área encargada de la Difusión a la sociedad en general de las políticas, objetivos, actividades y servicios del INAPAM y fortalecer ante la opinión pública la imagen institucional, materiales informativos, campañas de difusión en diversos eventos y el diseño y distribución de materiales informativos o de promoción.

¹⁵ Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
Dirección de Desarrollo, Subdirección de Desarrollo y Organización Social del Ayuntamiento de Centro Villahermosa, Tabasco	"Mecanización agrícola"; vigencia del 15 de junio al 30 de agosto	Improcedente	INE/CG334/2021	Si bien la campaña guarda relación con el concepto de educación, ya que se trata de la difusión de un programa social que proporciona maquinaria a los productores agrícolas con el fin de maximizar recursos, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante la Consulta Popular, 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 ¹⁶ .
Dirección de Desarrollo, Subdirección de Desarrollo y Organización Social del Ayuntamiento de Centro Villahermosa, Tabasco	"Repoblación de cuerpos lagunares del municipio Centro"; vigencia del 15 de junio al 30 de agosto	Improcedente	INE/CG334/2021	Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud y educación, ya que se trata de la difusión de un programa social que proporciona alevines a los pescadores para contribuir a la repoblación de especies nativas, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante la Consulta Popular, 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 ¹⁷ .
Dirección de Desarrollo, Subdirección de Desarrollo y Organización Social del Ayuntamiento de Centro Villahermosa, Tabasco	"Normatividad del Ramo 33 de fondo III, a través de los comités comunitarios", vigencia del 15 de junio al 30 de agosto	Improcedente	INE/CG334/2021	No se establece una generalidad que beneficie a la población del municipio de Centro, no se justifica su difusión durante la Consulta Popular, 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. Además, debe señalarse que del formulario remitido no es posible extraer información acerca de los medios a través de los cuales se pretende la difusión y carece de la suficiente motivación para que este Órgano analice desde otro punto de vista la información que se pretende dar a conocer a través de esta campaña.
Dirección de Protección Ambiental y Desarrollo Sustentable del Ayuntamiento de Centro Villahermosa, Tabasco	"Infografía para difusión de efemérides ambientales"; vigencia del 15 de febrero al 31 de agosto.	Procedente	INE/CG334/2021	La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a informar e incentivar la cultura ambiental. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional ya que, incentiva que los niños

¹⁶ *Ídem*

¹⁷ *Ídem*

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
				participen de la educación formal que imparte el Estado.
Dirección de Protección Ambiental y Desarrollo Sustentable del Ayuntamiento de Centro Villahermosa, Tabasco	"Puntos limpios"; vigencia del 26 de febrero al 25 de agosto	Improcedente	INE/CG334/2021	Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo redes sociales, cuentas oficiales del Ayuntamiento, así como material impreso.
Dirección de Educación, Cultura y Recreación, Subdirección de Fomento a la Cultura. del Ayuntamiento de Centro Villahermosa, Tabasco	"Programa de eventos culturales del municipio Centro, Tabasco"; vigencia del 1 de marzo al 30 de septiembre	Procedente	INE/CG334/2021	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.
Ayuntamiento de Centro Villahermosa, Tabasco	"Desayunos escolares"; vigencia del 10 de junio al 30 de julio	Improcedente	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 paquetes alimentarios, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante la Consulta Popular, 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 ¹⁸ .
Ayuntamiento de Centro Villahermosa, Tabasco	"Clases virtuales CENDIS"; vigencia del 10 de junio al 30 de julio	Procedente	INE/CG334/2021	La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a informar e incentivar que los niños desarrollen destrezas y creatividad, así como aprendizaje. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional ya que, incentiva que los niños participen de la educación formal que imparte el Estado.
Ayuntamiento de Centro	"Apoyo a madres lactantes"; vigencia del 10 de junio al 30 de julio	Improcedente	INE/CG334/2021	Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que proporciona paquetes

¹⁸ *Ídem*

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
Villahermosa, Tabasco				alimentarios, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante la Consulta Popular, 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 ¹⁹ .
Ayuntamiento de Centro Villahermosa, Tabasco	"Nutriendo a las familias de Centro"; vigencia del 10 de junio al 30 de julio	Improcedente.	INE/CG334/2021	Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que proporciona ayuda a familias de escasos recursos en beneficio de personas con discapacidad, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante la Consulta Popular, 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 ²⁰ .
Ayuntamiento de Centro Villahermosa, Tabasco	"Entrega de aparatos ortopédicos"; ²¹ vigencia del 10 de junio al 30 de septiembre de 2021.	Improcedente.	INE/CG334/2021	Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que proporciona ayuda a población vulnerable en beneficio de personas con discapacidad, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante la Consulta Popular, 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 ²²
Ayuntamiento de Centro	"Clases Virtuales de Academias" ²³ ; vigencia	Procedente.	INE/CG334/2021	La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las

¹⁹ *Ídem*

²⁰ *Ídem*

²¹ Si bien existe una ligera variación en el nombre de la campaña que se aprobó en el acuerdo INE/CG334/2021 (Entrega de Apoyos ortopédicos), el objeto y demás cuestiones son coincidentes en las dos campañas, por lo que se consideran la misma campaña.

²² 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.

²³ Si bien existe una ligera variación en el nombre de la campaña que se aprobó en el acuerdo INE/CG334/2021 (Academias), el objeto y demás cuestiones son coincidentes en las dos campañas, por lo que se consideran la misma campaña.

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
Villahermosa, Tabasco	del 10 de junio al 30 de julio			campañas relativas a promocionar la impartición de cursos y enseñanza de oficios, ya que estas actividades corresponden a la educación informal y contribuyen a combatir el desempleo y/o mejorar la economía familiar.
Secretaría de Trabajo, Previsión Social y Productividad de Veracruz	“Jornadas de Conciliación Permanentes”, vigencia del 1 de julio al 17 de diciembre	Procedente	INE/CG172/2018 e INECG334/2021	La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a contribuir con la difusión de jornadas implementadas en pro del equilibrio de los derechos laborales de trabajador-patrón. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional ya que, busca abatir el rezago histórico y como estrategia para la conclusión de los asuntos en trámite de las Juntas Especiales de la Local de Conciliación y Arbitraje.
Secretaría de Trabajo, Previsión Social y Productividad de Veracruz	“Campaña permanente contra el trabajo infantil”, vigencia del 15 de julio al 1 de agosto	Procedente	INECG334/2021	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.
Secretaría de Trabajo, Previsión Social y Productividad de Veracruz	“Violencia contra las mujeres en el ámbito laboral”, con vigencia del 1 al 31 de julio	Improcedente	INE/CG334/2021	Del formulario se desprende que la difusión será mediante trípticos impresos y spots que se reproducirán en las redes sociales de la dependencia, y no implica la radio y televisión.
Secretaría de Trabajo, Previsión Social y Productividad de Veracruz	“Vinculación Laboral: Talleres para buscadores de empleo”, vigencia del 15 de julio al 1 de agosto	Procedente	INE/CG334/2021	La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña relativa a impartir cursos de capacitación que coadyuven a la población en busca de trabajo para que desarrollen conocimientos que les puedan ayudar a encontrar un buen empleo. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
Secretaría de Trabajo, Previsión Social y Productividad de Veracruz	"VALPAR", vigencia del 15 de julio al 1 de agosto	Procedente	INE/CG334/2021	La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña relativa a impartir cursos de capacitación a discapacitados y adultos mayores con el fin de que puedan lograr la inserción en el campo laboral. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y a su vez en materia de salud, ya que permite que estos grupos vulnerables tengan acceso a un empleo y con ello generarse un sustento para poder vivir de manera adecuada cubriendo sus necesidades básicas. De lo anterior, esta campaña se considera como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.
Secretaría de Trabajo, Previsión Social y Productividad de Veracruz	"Subprograma Capacitación para la Empleabilidad", vigencia del 15 de julio al 1 de agosto	Procedente	INE/CG334/2021	La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña relativa a impartir cursos con el fin de capacitar a personas desempleadas y así desarrollen conocimientos que les permitan encontrar un buen empleo. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.
Secretaría de Trabajo, Previsión Social y Productividad de Veracruz	"Cursos ICATVER", vigencia del 15 de julio al 1 de agosto	Procedente	INE/CG334/2021	La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña relativa a impulsar e impartir capacitaciones que le permitan a la población desempleada colocarse en el mercado laboral y aunado a ello adquirir conocimientos que puedan implementar en su ámbito de desarrollo personal. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.
Ayuntamiento de Nicolás Romero, estado de México	"SISC y alarmas vecinales" ²⁴ ; vigencia del 15 de junio al 01 de agosto	Procedente	INE/CG334/2021	La campaña pretende orientar a la población sobre una aplicación que puede utilizar en caso de emergencia que sirve para la atención de la seguridad y protección civil de las personas.

²⁴ Si bien existe una ligera variación en el nombre de la campaña que se aprobó en el acuerdo INE/CG334/2021 (Botón de emergencias SISC NR y Red de alarmas vecinales), el objeto y demás cuestiones son coincidentes en las dos campañas, por lo que se consideran la misma campaña.

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
				<p>En ese sentido, se considera que la campaña tiene fines de protección civil, pues alerta a la población la existencia de una emergencia o de un delito, lo que coadyuva con las labores de prevención y persecución de estos.</p> <p>Así, puede ser considerado dentro del concepto de protección civil y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional, ya que fortalece la cultura de la prevención entre la sociedad y el trabajo conjunto para erradicar la violencia e inseguridad.</p>
Ayuntamiento de Nicolás Romero, estado de México	“Puerta Violeta”, vigencia del 15 de junio al 01 de agosto	Procedente	INE/CG334/2021	<p>La campaña tiene como objetivo divulgar los alcances de la puerta violeta, ante cualquier emergencia con información multidisciplinaria y servicio constante.</p> <p>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 “Puerta violeta”.</p>
Sistema Municipal para el Desarrollo Integral de la Familia de Toluca	“Jornadas Nacionales de salud pública”, con vigencia del 16 de marzo al 23 de diciembre	Procedente	INE/CG334/2021	<p>La campaña tiene como objetivo principal el fomento de la integridad física, la protección de la salud y de la vida humana; y como finalidad informar a la población sobre la jornada de salud y los esquemas de vacunación existentes.</p> <p>En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud, por lo cual esta campaña se vincula con el concepto de salud y como parte de las excepciones a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental que señala el texto constitucional.</p>
Sistema Municipal para el Desarrollo Integral de la Familia de Toluca	“Difusión de cápsulas informativas en salud”, con vigencia del 21 de febrero al 23 de diciembre	Improcedente	INE/CG334/2021	<p>Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en medios digitales (redes sociales) e impresos.</p>
Sistema Municipal para el Desarrollo Integral de la Familia de Toluca	“Prevención de cáncer cervicouterino (estudios de colposcopia y toma de muestra de citología), con vigencia del 23 de	Improcedente	INE/CG334/2021	<p>Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata la realización de estudios de colposcopia y toma de muestras de citología y papanicolau a fin de una detección oportuna del cáncer cervicouterino, la campaña no cumple con el criterio de generalidad, ya que no se justifica su</p>

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
	febrero al 23 de diciembre			difusión durante 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, por aplicar estudios a mujeres usuarias de servicios de salud básicos ²⁵ .
Secretaría de Servicios Municipales del Municipio de Tulancingo de Bravo	"Manejo Integral de Residuos Sólidos", con vigencia del 01 de abril al 31 de agosto	Improcedente:	INE/CG334/2021	Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino mediante reuniones vecinales, perifoneo y lonas.
Jefatura de Biblioteca del Municipio de Tulancingo de Bravo	"Fomento a la lectura con niños y adultos", con vigencia del 01 de abril al 31 de julio	Procedente	INE/CG334/2021	La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar esta campaña relativa a fomentar la lectura. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.
Dirección de Educación del Municipio de Tulancingo de Bravo	"Pláticas y/o conferencias de educación para la salud", con vigencia del 01 de abril al 31 de julio	Procedente	INE/CG334/2021	Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a la población en general con el fin de promover actividades encaminadas a mejorar su calidad de vida. Por lo anterior, la campaña analizada será considerada como exceptuada de la prohibición constitucional relativa a la suspensión de propaganda gubernamental.
Secretaría del Campo del Municipio de Tulancingo de Bravo	"Sanidad Vegetal", con vigencia de marzo a diciembre	Procedente	INE/CG334/2021	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.

²⁵ Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
1. Presidencia Municipal de Tulancingo de Bravo 2. Dirección de Sanidad del Municipio de Tulancingo de Bravo	1. "Esterilización Canina y Felina", con vigencia del 15 de julio al 31 de julio ²⁶ 2. "Esterilización Canina y Felina, permanente", con vigencia del 19 de junio al 25 de agosto	Improcedente	INE/CG334/2021	Si bien las campañas guardan 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 durante la Consulta Popular, 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 ²⁷ .
Secretaría del Campo del Municipio de Tulancingo de Bravo	"Vacunación", con vigencia de marzo a diciembre	Procedente	INE/CG334/2021	Esta campaña se debe considerar dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales durante la Consulta Popular, 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 Municipio de Tulancingo de Bravo	"Inocuidad en los productos cárnicos y lácteos", con vigencia de marzo a diciembre	Procedente	INE/CG334/2021	Los artículos 3, fracción XI, 162 y 163 de la Ley General de Salud, disponen que es materia de salubridad general la educación para la salud, y que el derecho a 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.

²⁶ Resulta importante resaltar que ambas campañas tienen el mismo propósito general, motivo por el cual se engloban en la misma calificación realizada en el acuerdo INE/CG334/2021.

²⁷ Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los **programas sociales** durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
				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 del Campo del Municipio de Tulancingo de Bravo	"Campaña para fomentar la eliminación de productos agroquímicos de alta residualidad", con vigencia de marzo a diciembre	Procedente	INE/CG334/2021	Los artículos 3, fracción XI, 162 y 163 de la Ley General de Salud, disponen que es materia de salubridad general la educación para la salud, y que el derecho a 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 Municipio de Tulancingo de Bravo	"Talleres de capacitación en manejo integral del hato ganadero", con vigencia de marzo a diciembre	Procedente	INE/CG334/2021	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 Municipio de Tulancingo de Bravo	"Inocuidad en la producción hortícola", con vigencia de marzo a diciembre	Procedente	INE/CG334/2021	Los artículos 3, fracción XI, 162 y 163 de la Ley General de Salud, disponen que es materia de salubridad general la educación para la salud, y que el derecho a 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.

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
Dirección de Bomberos y Protección Civil de Tulancingo de Bravo	"Difusión de medidas preventivas en materia de protección civil por fenómenos afectables a la ciudadanía", vigencia de marzo a diciembre	Procedente	INE/CG334/2021	<p>Protección civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona la protección y la asistencia a los ciudadanos ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y el entorno en el que vive.</p> <p>En ese sentido, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud, esto es, el derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana.</p> <p>La acción en materia de prevención de accidentes comprende el fomento de programas de orientación a la población. Lo anterior tiene una evidente finalidad de protección civil en caso de accidentes y contingencias, por lo cual resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de protección civil y salud, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de emergencias, contribución a la disminución de riesgos y prevención de una situación de peligro, lo que contribuye a salvar vidas humanas.</p>
Seguridad Pública de Tulancingo de Bravo	"Operativo cazadores de tormentas", con vigencia de enero al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG334/2021	<p>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 la Consulta Popular, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.</p>
Dirección de Movilidad y Transporte del Municipio de Tulancingo de Bravo	"Si tienes cabeza usa casco", con vigencia del 01 de marzo al 01 de agosto	Improcedente	INE/CG334/2021	<p>Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino redes sociales y mediante operativos en los diferentes puntos estratégicos de la ciudad.</p>
Dirección de Movilidad y Transporte del Municipio de Tulancingo de Bravo	"Conoce tus derechos", con vigencia del 01 de marzo al 01 de agosto	Improcedente	INE/CG334/2021	<p>Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.</p>

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
Dirección de Movilidad y Transporte del Municipio de Tulancingo de Bravo	“Uno por uno”, con vigencia del 01 de marzo al 01 de agosto	Improcedente	INE/CG334/2021	Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino en redes sociales, así como publicidad colocada en vehículos y operativos.
Dirección de Movilidad y Transporte del Municipio de Tulancingo de Bravo	“Concientización de peatones”, con vigencia del 01 de marzo al 01 de agosto	Improcedente	INE/CG334/2021	Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino mediante la realización de pláticas y colocación de señalamientos y balizamientos en diversos puntos de la ciudad.
Dirección de Movilidad y Transporte del Municipio de Tulancingo de Bravo	“Campaña Naranja”, con vigencia del 01 de marzo al 01 de agosto	Procedente	INE/CG334/2021	Se trata de información institucional con fines educativos, pues instruye al personal de la mencionada Dirección sobre los problemas de la discriminación, promueve el respeto, la 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 Municipio de Tulancingo de Bravo	“Transporte seguro”, con vigencia del 10 de marzo al 05 de agosto	Improcedente	INE/CG334/2021	De acuerdo con el formulario se establece que se colocara una calcomanía en el interior de las unidades de transporte señalando las medidas de emergencia y una frase de prevención, por lo que la difusión no implica radio y televisión.
Dirección de Prevención del Delito del Municipio de Tulancingo de Bravo	“Colonia segura”, con vigencia del 07 de abril al 21 de agosto	Improcedente	INE/CG334/2021	Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino grupos de chat.
Presidencia Municipal de Tulancingo de Bravo	“Adopción canina y felina” ²⁸ , con vigencia del 15 al 21 de agosto y 19 de junio al 25 de agosto.	Procedente	INE/CG334/2021	Esta campaña se considera dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales durante la Consulta Popular, 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

²⁸ Resulta importante resaltar que de la presente campaña se presentaron 2 formularios idénticos con excepción de las fechas de vigencia en las que existían variaciones (formulario 1: 15/03 al 21/08; formulario 2: 19/06 al 25/08; por lo que se tomó como vigencia general de la campaña la primera fecha para el inicio y la última fecha para el término.

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
				adoptar una mascota y sobre el trato adecuado que se le debe procurar a los animales. Además, porque el concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, ya que necesariamente abarca, entre otros aspectos, el cuidado y atención de los animales domésticos en situación de abandono que es un tema de salud pública.
Dirección de Sanidad Municipal del Municipio de Tulancingo de Bravo	"Campaña permanente de cirugía de cataratas", con vigencia del 08 de marzo al 31 de diciembre	Improcedente	INE/CG334/2021	Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que otorga subsidios para realizar cirugías de cataratas a personas vulnerables, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante la Consulta Popular, 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 ²⁹ .
Secretaría de Desarrollo Humano y Social, Dirección de Sanidad del Municipio de Tulancingo de Bravo	"Medidas preventivas COVID-19", con vigencia del 06 de marzo al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG/334/2021	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 la Consulta Popular, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.
Secretaría de Desarrollo Humano y Social,	"Prevención para la Mujer", con vigencia del 06 de marzo al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG/334/2021	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

²⁹ Al respecto, la Sala Superior del TEPJF estableció que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante las campañas electorales; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales.

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
Dirección de Sanidad del Municipio de Tulancingo de Bravo				<p>acciones como esta campaña, encaminada a prevenir y detectar enfermedades propias de la mujer.</p> <p>Por tanto, se estima adecuado considerar dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales durante la Consulta Popular a esta campaña, ya que se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a la población con el propósito de fomentar el cuidado de su salud.</p>
Secretaría de Desarrollo Humano y Social, Dirección de Sanidad del Municipio de Tulancingo de Bravo	<p>“Prevención de enfermedades crónico-degenerativas”, con vigencia del 06 de marzo al 31 de diciembre</p>	Procedente	INE/CG334/2021	<p>El artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud.</p> <p>Así, esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a la población con el propósito de prevenir y detectar enfermedades crónico-degenerativas.</p>
Secretaría de Desarrollo Humano y Social, Dirección de Sanidad del Municipio de Tulancingo de Bravo	<p>“Consejería en planificación familiar”, con vigencia del 06 de marzo al 31 de diciembre</p>	Procedente	INE/CG334/2021	<p>Está dirigida a la población con el objetivo de garantizar sus derechos sexuales y reproductivos para prevenir embarazos no planeados.</p> <p>El artículo 4 de la CPEUM dispone que el estado protegerá la organización y desarrollo de la familia, y el artículo 17 del Reglamento de la Ley General de Población estipula que los programas de planificación familiar informarán de manera clara y llana sobre los fenómenos demográficos y de salud reproductiva, así como sobre el derecho de los individuos a planificar su familia, de manera informada y responsable.</p> <p>Por lo que, este tipo de campañas deben ser consideradas como exceptuadas de la prohibición constitucional.</p>
Secretaría de Desarrollo Humano y Social, Dirección de Sanidad del Municipio de Tulancingo de Bravo	<p>“Prevención de enfermedades diarreicas”, con vigencia del 06 de marzo al 31 de diciembre</p>	Procedente	INE/CG334/2021	<p>El artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud.</p> <p>En ese sentido, es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante la Consulta Popular, por su vinculación directa con la promoción de la salud mediante medidas preventivas contra enfermedades diarreicas que puedan afectar la salud de la población.</p>

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
Secretaría de Desarrollo Humano y Social del Municipio de Tulancingo de Bravo	“Comedores Municipales”, con vigencia del 15 de marzo al 04 de septiembre	Improcedente	INE/CG334/2021	Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que ofrece alimentos nutritivos y balanceados a bajo costo, la promoción de la misma no cumple con los criterios de generalidad y necesidad, ya que no se justifica su difusión durante la Consulta Popular, 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 ³⁰ .
Presidencia Municipal de Tulancingo de Bravo	“Huertos en traspatio”, con vigencia del 15 de marzo al 04 de septiembre	Improcedente	INE/CG334/2021	Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que ofrece insumos para que siembren en casa sus propios alimentos, la promoción de la misma no cumple con los criterios de generalidad y necesidad, ya que no se justifica su difusión durante la Consulta Popular, 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 ³¹ .
Secretaría de Desarrollo Humano y Social del Municipio de Tulancingo de Bravo.	“Comedores Municipales”, con vigencia del 15 de marzo al 16 de septiembre ³²	Improcedente	INE/CG334/2021	El formulario no está debidamente fundado y motivado, ya que no existe relación entre el nombre de la campaña y parte de la información que se plasma, referente a un programa para realizar exámenes de la vista y entregar lentes, además las fechas de vigencia no están claras puesto que a lo largo del mismo se utilizan varias.
Sistema DIF Municipal de Tulancingo de Bravo	“Platicas virtuales”, con vigencia del 02 de marzo y mientras continúe la pandemia	Improcedente	INE/CG334/2021	Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino redes sociales.
Sistema DIF Municipal de Tulancingo de Bravo	“Desayuno Escolar Frío”, con vigencia del 11 de enero al 31 de julio	Improcedente	INE/CG334/2021	Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que ofrece desayunos escolares fríos a bajo costo, la promoción de la misma no cumple con los criterios de generalidad y necesidad, ya que no se justifica su difusión durante la Consulta Popular, 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

³⁰ *Idem*

³¹ *Idem.*

³² Resulta importante aclarar que no obstante que el formulario establece que la campaña se llama “Comedores Municipales” el contenido corresponde a otro tipo de campaña relacionada con hacer exámenes de la vista y entregar lentes a niños y niñas de 6 a 12 años de edad.

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
				la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso ³³ .
Sistema DIF Municipal de Tulancingo de Bravo	“Familias vulnerables, niños menores de 5 años y personas con discapacidad”, con vigencia abril y hasta el mes de diciembre	Improcedente	INE/CG334/2021	Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que ofrece despensas a personas vulnerables, la promoción de la misma no cumple con los criterios de generalidad y necesidad, ya que no se justifica su difusión durante la Consulta Popular, 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 ³⁴ .
Sistema DIF Municipal de Tulancingo de Bravo	“Despensa para personas con discapacidad y adultos mayores en situación vulnerable”, con vigencia del 16 de marzo al 05 de septiembre de 2024	Improcedente	INE/CG334/2021	Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que ofrece despensas a personas vulnerables, la promoción de la misma no cumple con los criterios de generalidad y necesidad, ya que no se justifica su difusión durante la Consulta Popular, 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 ³⁵ .
Sistema DIF Municipal de Tulancingo de Bravo	“Entrega de apoyos a población vulnerable”, con vigencia del 16 de marzo al 05 de septiembre de 2024	Improcedente	INE/CG334/2021	Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que ofrece diversos apoyos en especie a la población vulnerable, la promoción de la misma no cumple con los criterios de generalidad y necesidad, ya que no se justifica su difusión durante la Consulta Popular, 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 ³⁶ .
Sistema DIF Municipal de Tulancingo de Bravo	“Entrega ayudas funcionales”, con vigencia del 11 de enero y pendiente fecha de término	Improcedente	INE/CG334/2021	Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que ofrece sillas de ruedas, bastones, aparatos auditivos, lentes, etc., a la población vulnerable, la promoción de la misma no

³³ 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.

³⁴ *Ídem.*

³⁵ *Ídem.*

³⁶ *Ídem.*

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
				cumple con los criterios de generalidad y necesidad, ya que no se justifica su difusión durante la Consulta Popular, 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 ³⁷ .
Sistema DIF Municipal de Tulancingo de Bravo	“Jornadas Médicas”, con vigencia del 11 de enero y con fecha de término pendiente	Improcedente	INE/CG334/2021	Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que cirugías ambulatorias a la población vulnerable, la promoción de la misma no cumple con los criterios de generalidad y necesidad, ya que no se justifica su difusión durante la Consulta Popular, 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
Unidad Básica de Rehabilitación del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo	“Cursos Taller de formación continua”, con vigencia del 20 de febrero al 31 de julio	Procedente	INE/CG334/2021	Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud ya que, busca capacitar a la población universitaria enfocada en el ámbito de la rehabilitación quienes a su vez atenderán a personas con discapacidad, mejorando su desenvolvimiento profesional, por lo que se considera adecuada la solicitud y la campaña como exceptuada de la prohibición constitucional de difundir propaganda gubernamental durante la Consulta Popular.
Unidad Básica de Rehabilitación del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo	“Servicio de atención psicológica y pedagógica para proteger la salud mental y mejorar las habilidades cognitivas de los estudiantes ante el regreso a clases presenciales”, con vigencia del 15 de marzo al 15 de diciembre	Procedente	INE/CG334/2021	La prestación de los servicios de salud conlleva la ejecución de diversos actos y actividades, como son los relativos a la atención de servicios médicos y de asistencia social y todo aquello que conlleva a salvaguardar la salud en un contexto amplio que abarca no solo la salud física del ser humano, sino también la mental y psicológica. En este contexto, esta campaña puede ser considerada dentro del concepto de salud y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.
Comisión de Agua y Alcantarillado del Municipio de Tulancingo de Bravo	“Higiene y cuidado del agua”, con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Improcedente	INE/CG334/2021	Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.
Comisión de Agua y Alcantarillado	“Información a la población en caso de algún desperfecto en la	Improcedente	INE/CG334/2021	Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino mediante imágenes y

³⁷ Ídem.

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
del Municipio de Tulancingo de Bravo	red de agua”, con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre			fotos que serán subidas a redes sociales y WhatsApp.
Comisión de Agua y Alcantarillado del Municipio de Tulancingo de Bravo	“En temporada de estiaje, todos a cuidar el agua”, con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Improcedente	INE/CG334/2021	Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino mediante redes sociales y plataformas digitales.
Comisión de Agua y Alcantarillado del Municipio de Tulancingo de Bravo	“Valoremos la infraestructura hidráulica”, con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Improcedente	INE/CG334/2021	Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión.
Comisión de Agua y Alcantarillado del Municipio de Tulancingo de Bravo	“En esta semana santa, no al desperdicio del líquido vital”, con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Improcedente	INE/CG334/2021	Al igual que la campaña anterior, según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión.
Comisión de Agua y Alcantarillado del Municipio de Tulancingo de Bravo	“Valoremos las fuentes de agua”, con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Improcedente	INE/CG334/2021	Al igual que la campaña anterior, según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión.
Comisión de Agua y Alcantarillado del Municipio de Tulancingo de Bravo	“Valoremos los servicios relacionados con el agua”, con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Improcedente	INE/CG334/2021	Al igual que la campaña anterior, según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión.
Comisión de Agua y Alcantarillado del Municipio de Tulancingo de Bravo	“Agua en tiempo de pandemia”, con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Improcedente	INE/CG334/2021	Al igual que la campaña anterior, según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino mediante infografías y pláticas virtuales.
Coordinación General de Comunicación Ciudadana del Gobierno de la Ciudad de México	“COVID-19: Diversas Atenciones por COVID-19”, con vigencia del 15 de julio al 1 de agosto	Procedente	INE/CG334/2021	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

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
				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 la 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	"Contra la Violencia de Género y Discriminación por Género", con vigencia del 15 de julio al 1 de agosto	Procedente	INE/CG334/2021	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	"Derechos de los ciclistas", con vigencia del 15 de julio al 1 de agosto	Procedente	INE/CG334/2021	Este Consejo General considera que las campañas reúnen los parámetros suficientes para ser consideradas como aquellas que pueden transmitirse desde la convocatoria y hasta la conclusión de la jornada consultiva, ya que se estima es de vital importancia que la sociedad tenga conocimiento de los derechos y obligaciones que las normas otorgan a los ciclistas y a los conductores de un automóvil, con la finalidad de que exista sana convivencia y se genere una cultura de respeto y cumplimiento a las normas. Además de fomentar el uso de la bicicleta como un modo de contribuir a la salud, el desarrollo físico y al cuidado del medio ambiente.
Sistema de Transporte Colectivo del Gobierno de la Ciudad de México	"Atención al Usuario y Avisos sobre el Servicio del Sistema de Transporte Colectivo", con vigencia del 1 de enero al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG334/2021	La campaña pretende orientar a la población sobre cambios en el servicio de transporte relacionados con horarios, obras, cierre de estaciones, etc. En ese sentido, se considera que es información útil y necesaria para hacer uso del servicio, por tanto, al tener fines meramente informativos se encuentra dentro de las excepciones previstas a la transmisión de propaganda gubernamental durante los periodos de campaña de los Procesos Electorales.

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
				Ahora bien, resulta importante subrayar que la campaña deberá cumplir con lo establecido por la Sala Superior del TEPJF en la tesis XII/2017 ³⁸ .
Sistema de Transporte Colectivo del Gobierno de la Ciudad de México	“Prevención COVID.19”, con vigencia del 1 de enero al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG334/2021	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 a raíz de la emergencia sanitaria generada por el COVID-19. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, se considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental.
Sistema de Transporte Colectivo del Gobierno de la Ciudad de México	“Seguridad de las personas usuarias”, con vigencia del 1 de enero al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG334/2021	La campaña pretende orientar a la población sobre operativos y medidas de seguridad implementadas para evitar que se cometan delitos dentro de las instalaciones del metro, además de aquellas acciones tomadas para evitar violencia de género. En ese sentido, se considera que la campaña tiene fines de protección civil, pues alerta a la población la existencia de una emergencia o de un delito, lo que coadyuva con las labores de prevención y persecución de estos. Así, puede ser considerado dentro del concepto de protección civil y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional, ya que fortalece la cultura de la prevención entre la sociedad y el trabajo conjunto para erradicar la violencia e inseguridad.
Secretaría de Salud y Bienestar Social del Gobierno del estado de Colima	“CuidaT”, vigencia del 15 de julio al 1 de agosto	Procedente	INE/CG109/2021	Toda vez que el objetivo de esta campaña está destinado directamente a los servicios de salud y a fomentar la cultura del cuidado de la misma, su difusión se encuentra amparada en lo previsto en las excepciones previstas en el artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C, párrafo segundo de la CPEUM.
Coordinación General de	“Prevenir es vivir”	Procedente	INE/CG109/2021	El derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. La

³⁸ De rubro **INFORMACIÓN PÚBLICA DE CARÁCTER INSTITUCIONAL. LA CONTENIDA EN PORTALES DE INTERNET Y REDES SOCIALES, PUEDE SER DIFUNDIR DURANTE CAMPAÑAS Y VEDA ELECTORAL.** Gaceta de Jurisprudencia y Tesis en materia electoral, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Año 10, Número 20, 2017, páginas 28 y 29.

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
Comunicación Social del Gobierno del estado de Colima	vigencia del 15 de julio al 1 de agosto			acción en materia de prevención de accidentes comprende el fomento de programas de educación y orientación a la población. Lo anterior tiene una evidente finalidad de educación en caso de inundaciones o ciclones tropicales, por lo cual atendiendo al concepto integral de educación que proporciona el artículo 3 de la carta magna, resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de educación, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de fenómenos naturales, contribución a la disminución de riesgos y prevención de una situación de emergencia.
Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Colima	"911 y 089", vigencia del 15 de julio al 1 de agosto	Procedente	INE/CG109/2021	Se trata de información institucional con fines educativos, pues instruye a la población sobre las herramientas que permiten alertar a las autoridades de la existencia de una emergencia o de un delito, lo que coadyuva con las labores de prevención y persecución de delitos. Así, puede ser considerado dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional. ³⁹
Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México	"Apoya al sector salud, cuidándote", con vigencia del 30 de marzo al 15 de agosto	Procedente	INE/CG431/2021	El artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. En ese sentido esta campaña es procedente, ya que derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID 19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante la Consulta Popular, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.
Coordinación General de Comunicación Social del	Aprendiendo juntos, clases virtuales", con vigencia del 30 de abril al 31 de agosto	Procedente	INE/CG431/2021	La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a concientizar a todos los

³⁹ La Sala Superior del TEPJF en el SUP-RAP-121/2014, respecto de la "Campaña del 066 y 089 del Consejo Estatal de Seguridad Pública" estableció que atendiendo a la necesidad de la sociedad de contar con vías de comunicación para denunciar hechos posiblemente constitutivos de delito, y que permitan la reacción inmediata de las autoridades policíacas, resulta lógico que las autoridades implemente programas y acciones, no solo encaminadas a dar a conocer los instrumentos y mecanismos que se implementen para facilitar la denuncia de delitos, sino además, tendentes a fomentar su uso y utilización entre la sociedad, por lo que se encuentran dentro de los previsto en las excepciones previstas en el artículo 41, Base II, Aparatado C, párrafo segundo de la CPEUM.

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
Gobierno del Estado de México				miembros de una familia a que deben trabajar juntos para lograr que los niños logren el máximo aprovechamiento de las clases a distancia, ya que estas actividades corresponden a la educación informal y contribuyen a combatir el rezago educativo y a fortalecer la integración familiar, máxime cuando las relaciones familiares se han puesto a prueba como resultado de la pandemia por COVID-19.
Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México	"Detección oportuna de cáncer de mama", con vigencia del 30 de abril al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG431/2021	Los artículos 3, fracción XI, 162 y 163 de la Ley General de Salud, disponen que es materia de salubridad general la educación para la salud, y que el derecho a su protección tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. Asimismo, que la acción en materia de prevención comprende la adopción de diversas medidas entre las que se encuentra el fomento de programas de educación y orientación a la población. Por lo que este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante la Consulta Popular, por su vinculación directa con los conceptos de educación y salud.
Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México	"Elige no tener diabetes, obesidad o hipertensión", con vigencia del 30 de marzo al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG431/2021	El derecho a la protección de la salud entendido como un estado de completo bienestar físico, mental y social, del que todo mexicano goza, es un derecho que claramente las autoridades procuran al realizar acciones como esta campaña, encaminadas a proteger, promover y realizar actividades relacionadas con abatir los altos índices de obesidad, buscar motivar a llevar una vida saludable y prevenir el mayor número de enfermedades posibles, sensibilizando sobre el tema e invitando a la práctica del ejercicio y buena alimentación Por tanto, se estima adecuado considerar dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales durante la Consulta Popular, a esta campaña, ya que se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a la población de todo el estado con el propósito fomentar la corresponsabilidad de la población en el cuidado de su salud, la atención primaria y preventiva, promover hábitos saludables que eviten a la población ubicarse en situaciones de riesgo.
Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del	"La Prevención continúa", con vigencia del 30 de marzo al 31 de diciembre de 2021	Procedente	INE/CG431/2021	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

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
Estado de México				<p>permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud.</p> <p>Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID 19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante la Consulta Popular, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.</p>
Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México	“Línea sin violencia/red naranja”, con vigencia del 30 de abril al 30 de septiembre	Procedente	INE/CG431/2021	<p>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.</p> <p>La línea de la red naranja es una de las herramientas para combatir la violencia contra las mujeres en el Estado de México, por lo que la difusión de su existencia es una campaña educativa para la población, que contribuye a intensificar la conciencia respecto de que ésta es una cuestión pública y una violación a los derechos humanos que afecta a la sociedad general, además de constituirse como un medio para informar y educar a las víctimas de violencia acerca de su derecho a recibir apoyo y reparación, y la forma en que pueden hacer valer estos derechos.</p> <p>Por tanto, por lo que esta campaña debe ser considerada dentro de las excepciones previstas a la transmisión de propaganda gubernamental durante la Consulta Popular por encontrarse vinculada con los conceptos de educación y salud.</p>
Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México	“Los servicios de emergencia no son broma/extorsión telefónica”, con vigencia del 30 de abril al 30 de septiembre	Procedente	INE/CG431/2021	<p>La campaña pretende concientizar a la población sobre el uso responsable de la línea de emergencias, con la finalidad de brindar el mejor servicio posible, evitando las llamadas de broma. Además, instruye a la población sobre cómo evitar ser víctimas del delito de extorsión.</p> <p>En ese sentido, se considera que la campaña tiene fines educativos, pues instruye a la población sobre el uso correcto de una de las herramientas que permiten alertar a las autoridades de la existencia de una emergencia o de la comisión de un delito, lo que coadyuva con las labores de prevención y persecución de estos. Así, puede ser considerado dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia</p>

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
				de propaganda gubernamental impone el texto constitucional ⁴⁰
Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México	“Prevención de violencia en el hogar”, con vigencia del 30 de abril al 31 de agosto	Procedente	INE/CG431/2021	La violencia familiar tiene graves consecuencias inmediatas y a largo plazo para el desarrollo psicológico y social de las personas, las familias, las comunidades y los países, por lo que se debe evaluar este problema como una prioridad de salud pública y tomar medidas para prevenirla y resolverla. La difusión de la protección, asesorías y las herramientas implementadas por el Estado para combatir y prevenir la violencia familiar es una campaña educativa para la población, que contribuye a intensificar la conciencia respecto de que ésta es una cuestión pública y una violación a los derechos humanos que afecta a la sociedad en general, además de constituirse como un medio para informar y educar a las víctimas de violencia acerca de su derecho a recibir apoyo y reparación, y la forma en que pueden hacer valer estos derechos. Por tanto, esta campaña debe ser considerada dentro de las excepciones previstas a la transmisión de propaganda gubernamental durante la Consulta Popular por encontrarse vinculada con los conceptos de educación y salud.
Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México	“Temporada de Lluvias”, con vigencia del 30 de abril al 30 de octubre	Procedente	INE/CG431/2021	El derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. La acción en materia de prevención de accidentes comprende el fomento de programas de educación y orientación a la población. Lo anterior tiene una evidente finalidad de educación en caso de inundaciones o ciclones tropicales, por lo cual atendiendo al concepto integral de educación que proporciona el artículo 3 de la carta magna, resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de educación, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de fenómenos naturales, contribución a la disminución de riesgos y prevención de una situación de emergencia.

⁴⁰ 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 policiacas, resulta lógico que las autoridades implementen programas y acciones, no solo encaminadas a dar a conocer los instrumentos y mecanismos que se desarrollen para facilitar la denuncia de delitos, sino además, tendentes a fomentar su uso y utilización entre la sociedad, por lo que se encuentran dentro de los previsto en las excepciones previstas en el artículo 41, Base II, Apartado C, párrafo segundo de la CPEUM.

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
<p>Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México</p>	<p>"Turismo, medidas preventivas COVID", con vigencia del 30 de marzo al 31 de diciembre</p>	<p>Procedente</p>	<p>INE/CG431/2021</p>	<p>Por un lado, se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución.</p> <p>Por el otro, los artículos 3, fracción XI, 162 y 163 de la Ley General de Salud, disponen que es materia de salubridad general la educación para la salud, y que el derecho a su protección tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. Asimismo, que la acción en materia de prevención comprende la adopción de diversas medidas entre las que se encuentra el fomento de programas de educación y orientación a la población.</p> <p>Por tanto, resulta evidente que la promoción nacional del Estado de México, en relación a sus lugares, pueblos mágicos y destinos turísticos, con una perspectiva de prevención y cuidado de la salud con motivo de 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, promoviendo una cultura de la prevención y cuidado de la salud.</p>
<p>Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México</p>	<p>"Yo consumo local", con vigencia del 30 de abril al 30 de julio</p>	<p>Procedente</p>	<p>INE/CG431/2021</p>	<p>La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a concientizar sobre la importancia de consumir y comprar los productos locales en negocios de la comunidad, ya que estas acciones ayudan a que la economía de las comunidades crezca, motivan a las personas emprendedoras a seguir adelante, impulsan la economía familiar y ayudan a conservar los empleos. Esta campaña corresponde a la educación informal y cobra gran relevancia en estos momentos de crisis económica pues contribuye a combatir el desempleo o mejorar la economía municipal, máxime cuando se han visto tan dañadas como resultado de la pandemia por COVID-19.</p>
<p>Unidad de Comunicación Social y Atención Ciudadana del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro</p>	<p>"Agenda cultural", con vigencia del 1 de julio al 31 de julio</p>	<p>Procedente</p>	<p>INE/CG334/2021</p>	<p>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 "Agenda cultural" ya que está relacionada con la difusión de actividades y servicios en materia artística y cultural con el fin de promover en la población dichos eventos.</p>

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
Unidad de Comunicación Social y Atención Ciudadana del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro	Cultura del agua/ El agua hace la diferencia”, con vigencia del 1 de julio al 31 de julio	Procedente	INE/CG334/2021	La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas al cuidado y buen uso del agua, ya que estas actividades corresponden a la educación informal y contribuyen a generar y/o modificar hábitos y patrones de conducta en beneficio de la ciudadanía. Además, esta autoridad considera que dicha campaña, cuyo propósito es promover hábitos para un uso racional del agua, coadyuva a la educación de los niños y las niñas y complementa las acciones de educación básica en nuestro país. En efecto, la campaña “Cultura del Agua”, debe de exceptuarse de la prohibición establecida constitucionalmente de transmitir propaganda gubernamental, pues se trata de mensajes meramente informativos con fines educativos tendientes a fortalecer la cultura del buen uso del agua.
Secretaría de Salud del Estado de Tamaulipas	“Línea de apoyo ante coronavirus”, con vigencia del 10 de junio al 10 de agosto	Procedente	INE/CG334/2021	La campaña tiene como finalidad informar a la población sobre las medidas de salud que las autoridades estiman se deben aplicar. En atención a lo anterior, el artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación directa con los conceptos de salud.
Protección Civil del Gobierno del estado de Tamaulipas	“Teléfono de emergencia 911” ⁴¹ , con vigencia del 10 de junio al 10 de agosto	Procedente	INE/CG334/2021	Se trata de información institucional con fines educativos, pues instruye a la población sobre las herramientas que permiten alertar a las autoridades de la existencia de una emergencia o de un delito, lo que coadyuva con las labores de prevención y persecución de delitos. Así, puede ser considerado dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.

⁴¹ Si bien existe una ligera variación en el nombre de la campaña que se aprobó en el acuerdo INE/CG334/2021 (Línea de emergencia 911), el objeto y demás cuestiones son coincidentes en las dos campañas, por lo que se consideran la misma campaña.

ENTE PÚBLICO	PROPAGANDA	CALIFICACIÓN	ACUERDO INE	OBSERVACIONES
Protección Civil del Gobierno del estado de Tamaulipas	“Ángeles Azules”, con vigencia del 10 de junio al 10 de agosto	Procedente	INE/CG334/2021	Se trata de información institucional con fines educativos, pues instruye a la población sobre las herramientas que les permiten solicitar apoyo mecánico, de orientación turística, primeros 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. ⁴²

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

33. **Secretaría de Marina Armada de México (SEMAR).** La campaña “Bicentenario de la Armada de México”, versión: “Búsqueda y rescate en la mar”, con vigencia del 07 de junio al 31 de julio, tiene el objetivo de que la población mexicana conozca que la Armada de México realiza operaciones de vigilancia para brindar seguridad y auxilio en mares y litorales nacionales a través del Sistema de Búsqueda, Rescate y Vigilancia Marítima durante las 24 horas del día de todo el año, con profesionales cuya función se centra en la recepción e inmediata respuesta a toda llamada de emergencia generada en la mar, con el objetivo de salvaguardar la vida humana.

Esta autoridad reconoce el valioso significado que representan la seguridad y auxilio en mares y litorales nacionales de nuestro país, en ese sentido, la campaña *“Bicentenario de la Armada de México: búsqueda y rescate en la*

⁴² En condiciones similares a esta campaña “Ángeles Azules”, la Sala Superior del TEPJF en el SUP-RAP-121/2014, respecto de la “Campaña del 066 y 089 del Consejo Estatal de Seguridad Pública” estableció que atendiendo a la necesidad de la sociedad de contar con vías de comunicación para denunciar hechos posiblemente constitutivos de delito, y que permitan la reacción inmediata de las autoridades policíacas, resulta lógico que las autoridades implemente programas y acciones, no solo encaminadas a dar a conocer los instrumentos y mecanismos que se implementen para facilitar la denuncia de delitos, sino además, tendentes a fomentar su uso y utilización entre la sociedad, por lo que se encuentran dentro de lo previsto en las excepciones previstas en el artículo 41, Base II, Apartado C, párrafo segundo de la CPEUM.

mar” pretende incrementar la seguridad de las personas dedicadas a actividades marítimas, esto incluye actividades de comercio, pesca comercial y deportiva, recreo y turismo, así como de proveer una rápida respuesta inicial a llamados de auxilio.

Por lo anterior, se considera **procedente** la solicitud y es pertinente exceptuar de las reglas de propaganda gubernamental la campaña promovida por la Secretaría de Marina, al estimarse dentro del concepto de protección civil, ya que contribuye a la disminución de riesgos y prevención de una situación de peligro, lo que implica salvar vidas humanas.

- 34. Comisión Nacional Contra las Adicciones (CONADIC).** La campaña “Campaña Nacional contra las adicciones y promoción de la salud mental”, con vigencia del 01 de julio al 20 de julio, tiene el objetivo de difundir la prevención y atención integral a las adicciones, así como el acceso a los servicios de salud mental y apoyo psicológico en el Sistema Nacional de Salud Pública. El objetivo de comunicación consiste en realizar diversas estrategias de comunicación para sensibilizar a madres, padres, niñas, niños y juventudes respecto a la importancia del rol de la familia y la comunidad en materia de prevención, factores protectores y la reducción de factores de riesgo para el consumo de alcohol, tabaco y otras sustancias adictivas, así como la necesidad de atender la salud mental.

El derecho a la protección de la salud, del que todo mexicano goza, debe ser razonado en los términos expresados en la jurisprudencia SUP-RAP-57/2010 en el que la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación determinó que 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.

En atención a lo anterior, la “Campaña nacional contra las adicciones y promoción de la salud mental” cuyo propósito de creación es realizar toda acción encaminada a proteger, promover, prevenir y realizar actividades relacionadas con la protección del derecho de gozar de buena salud. Por tanto, se estima **procedente** considerar dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales durante el desarrollo de la Consulta Popular 2021⁴³.

- 35. Centro de Integración Juvenil (CIJ).** La campaña “CIJ te acompaña”, con vigencia del 01 de agosto al 30 de octubre, tiene el objetivo mejorar la protección de la salud bajo un enfoque integral que priorice la prevención y sensibilización de los riesgos para la salud y el oportuno tratamiento y control de enfermedades, especialmente, las que representan el mayor impacto en la mortalidad de la población.

La campaña se vincula con el concepto de salud, tiene el propósito de dar a conocer los servicios de atención, mediante la protección de la salud bajo un enfoque integral que priorice la prevención y sensibilización de los riesgos para la salud y el oportuno tratamiento y control de enfermedades.

Al guardar relación con el concepto de salud y tomado en cuenta el criterio sostenido por la Sala Superior en la sentencia SUP-RAP-57/2010 y en sintonía el artículo 4° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que establece que toda persona tiene derecho a la protección de la salud y que la ley definirá las bases y modalidades para su acceso. Esta autoridad considera que su difusión se encuentra amparada en el precepto constitucional y en consecuencia resulta **procedente** su difusión.

- 36. Ayuntamiento de Tijuana, Baja California.** La solicitud remitida se refiere a la realización de veintitrés (23) eventos, en donde se detallan la fecha en que se llevarían a cabo (del 15 al 31 de julio), el tipo de evento, nombre y objetivo de estos, lugar a realizarse, número de invitados y los resultados que se esperan obtener, por lo que no se refiere a la promoción de los mismos, ni a

⁴³ En condiciones similares INE/CG61/2015, INE/CG78/2016 con las campañas anteriores del Centro Nacional para la Prevención y el Control de las Adicciones (CENADIC); “Día Mundial sin Tabaco” y el “Día Internacional de la Lucha contra el Uso Indebido y Tráfico Ilícito de Drogas”.

la emisión o difusión de propaganda gubernamental relacionada con estos, por lo que, por esa razón la solicitud resulta **improcedente**.

Ahora bien, en relación con la realización de los eventos en sí, debe decirse que estos pueden realizarse, siempre y cuando se orienten bajo el criterio de las buenas prácticas en la aplicación de los recursos públicos⁴⁴ y en estricta observancia de los principios de equidad, imparcialidad y neutralidad⁴⁵.

Lo anterior, pues su ejecución, inclusive durante el periodo de difusión de la Consulta Popular, *per se*, no está prohibida; pues lo prescrito es que su difusión constituya propaganda gubernamental, que ésta no sea constitucionalmente indispensable, y que cualquier evento gubernamental se utilice de manera parcial o para influir en el electorado.

De acuerdo a lo anterior, es importante mencionar que lo que se persigue 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 y legal, radica en que no se utilicen recursos públicos para fines distintos, ni los servidores públicos aprovechen la

⁴⁴ 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 cualquier tipo de contienda, para el caso, la consulta popular.

⁴⁵ Conductas que no implican 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 el voto libre de la ciudadanía en la consulta popular.

posición en que se encuentran para que, de manera explícita o implícita, hagan promoción que pueda influir en el resultado de la Consulta Popular⁴⁶.

- 37. Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores (INFONAVIT).** La campaña denominada “*Tu crédito Infonavit se transforma. ASÍ DE CLARO, EN LETRAS GRANDES*”, con vigencia del 14 de junio al 31 de agosto, tiene como objetivo exponer y explicar a los derechohabientes del Infonavit (más de 60 millones de personas), así como sociedad en general la campaña informativa sobre las nuevas condiciones del crédito Infonavit hipotecario (Línea II en la Ley del Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores) para que los trabajadores derechohabientes puedan ejercer su derecho constitucional a la vivienda adecuada y disponer de su ahorro en el Instituto y contar con un patrimonio. Adicionalmente, la campaña contempla ser el parteaguas de esfuerzos de educación financiera sobre los productos hipotecarios del Instituto.

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

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

⁴⁶ Véase, *mutatis mutandis*, la tesis VI/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)*”

Así, se arriba a la conclusión que la referida campaña cumple con los criterios establecidos por el Consejo General respecto de las solicitudes de excepción de difundir propaganda, por lo que resulta **procedente**.⁴⁷

- 38. Ayuntamiento de Palo Alto del Llano Aguascalientes.** La campaña denominada “*Programa de Prevención de Riesgos por Temporada de Lluvias*”, con vigencia del 14 de junio al 30 de septiembre, tiene como objetivo la prevención de riesgos y la protección a la integridad de los habitantes de dicho municipio.

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

Asimismo, 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, por lo que la solicitud resulta **procedente**.⁴⁸

- 39. Gobierno del estado de Coahuila de Zaragoza.** La campaña denominada “*Campaña de Verano*”, con vigencia del 15 de julio al 31 de diciembre, tiene como objetivo promover el turismo a nivel local, nacional e internacional,

⁴⁷ En condiciones similares INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG/235/2020 e INE/CG334/2021 con las campañas anteriores del INFONAVIT: “Crédito INFONAVIT”, “Crédito institucional, comienza tu hogar” e “Infonavit, el crédito es tuyo”:

⁴⁸ En condiciones similares INE/CG334/2021 e INE/CG431/2021 con las campañas “Programa de Lluvias en la Alcaldía Álvaro Obregón”, “Temporada de Lluvias” del Ayuntamiento de San Pedro Tlaquepaque, Jalisco y “Temporada de Lluvias” de la Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México.

tomando todas las medidas de seguridad que se requieren con la pandemia provocada por el COVID-19.

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, la campaña resulta **procedente** ya que resulta evidente que la promoción de los destinos y fortalezas turísticas del estado de Coahuila y sus pueblos mágicos, se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres.

40. **Ayuntamiento de Nezahualcóyotl, Estado de México.** La campaña denominada “*Vacunas anticovid-19*”, con vigencia del 15 de julio al 1 de agosto, tiene como objetivo informar e incidir en la población para la aplicación de la vacuna, para evitar situaciones que deterioren o pongan en riesgo su salud derivado de la emergencia sanitaria con motivo del COVID-19.

El artículo 4° de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este 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 **procedente** esta campaña y es adecuado exceptuarla de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante el periodo que

comprende la Consulta Popular, por su vinculación directa con el concepto de salud.

Ahora bien, la campaña “Gas L.P. Uso y recomendaciones para el mismo”, remitida por la Coordinación de Protección Civil Municipal del Ayuntamiento de Nezahualcóyotl, con vigencia del 21 de junio al 30 de agosto, tiene como objetivo concientizar a la población sobre el uso adecuado del gas L.P., e identificar los factores de riesgo que suele ocasionar su mal y a su vez saber cómo reaccionar ante una emergencia de este tipo.

Así, Protección civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona la protección y la asistencia a los ciudadanos ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y 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, 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 ya que busca informar a la población sobre los riesgos del uso de gas L.P. y cómo reaccionar ante una emergencia, por lo que la solicitud es **procedente**, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud, amparándose en las excepciones que marca el texto constitucional sobre la suspensión de propaganda gubernamental.

- 41. Ayuntamiento de Tepetlixpa, Estado de México.** La campaña denominada “Estrategia conjunta de vacunación COVID-19 EDOMEX”, con vigencia del 15 de julio al 1 de agosto, tiene como objetivo informar sobre la aplicación de la vacuna contra COVID-19 que se destinará en el Municipio.

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

En atención a lo anterior, la campaña tiene como objetivo que la población conozca cuándo y dónde recibirá la vacuna contra COVID- 19, por lo que considera primordial promover y realizar actividades relacionadas con la protección del derecho de gozar de buena salud, evitar la carga de enfermedad y muertes provocadas por el virus, en ese sentido, resulta primordial inmunizar a la población. Por tanto, se estima **procedente** la solicitud al considerar dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de propaganda gubernamental durante la Consulta Popular a este tipo de campañas.

- 42. Gobierno de la Ciudad de México.** La campaña denominada “*Sí al desarme, sí a la Paz*”, con vigencia del 01 de julio al 01 de agosto, tiene como objetivo contribuir a la prevención, disminución de la violencia y los accidentes derivados por la custodia de armas de fuego.

Según lo dispuesto en el formulario la difusión de esta campaña no implica radio y televisión, ya que se hace a través del volanteo (impreso) con brigadas en las alcaldías donde se colocarán módulos de canje, así como, en medios digitales, especificando las redes sociales y página web oficial de la Secretaria de Gobierno de la Ciudad, por tanto, la solicitud resulta **improcedente**.

- 43. Fideicomiso Turismo Morelos del Gobierno del estado de Morelos.** La campaña denominada “*Acércate a la Naturaleza*”, con fecha de inicio de difusión 15 de junio al 31 de diciembre, tiene como objetivo promover actividades físicas, deportivas, artísticas y culturales con el propósito de promocionar y difundir el patrimonio histórico y cultural del estado, así como generar conciencia en la población por la naturaleza y su riqueza. A su vez, está orientada a un tema prioritario de salud pública.

En ese sentido, se considera que la promoción del país y de sus regiones turísticas constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución.

Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no se reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura, siendo que de conformidad con los 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.

Asimismo, el artículo 4° Constitucional señala que, *“toda persona tiene derecho a un medio ambiente sano para su desarrollo y bienestar”*, y en relación con eso, la campaña “Acércate a la Naturaleza”, busca promover y difundir las bondades de la naturaleza, proporcionando a su vez, una educación ambiental integral a la población con la finalidad de conservar los recursos naturales, lo cual se vincula con el concepto de educación.

Por otra parte, esta campaña también se encuentra vinculada con el concepto de salud, ya que busca como parte de sus objetivos la promoción de la salud pública, integrando la promoción de actividades físicas y deportivas, lo cual contribuye a construir una cultura por la actividad física como vía para generar buenos estados de salud; ya que la actividad física y el deporte son considerados como elementos de la educación para formar en las personas la cultura de ejercitar su cuerpo y su mente integralmente, adicionalmente el deporte debe verse como una herramienta fundamental para el combate de enfermedades relacionadas con la falta de actividad física.

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

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

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del estado de Oaxaca, “Prevención de la Pornografía Infantil (Pon un alto a la pornografía infantil)”, con	Informar y concientizar a la población del estado de Oaxaca acerca del consumo de la pornografía infantil. Y cómo las niñas, niños y adolescentes pueden llegar a ser utilizados	Artículos 2, 4, fracciones XII y XIII, 23, 32, capítulo XII de la Ley del Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del Estado de Oaxaca; así como lo dispuesto en la Ley de Derechos de Niñas, Niños y	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.	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
vigencia del 15 de julio al 15 de agosto	para crear este contenido.	Adolescentes del Estado de Oaxaca.	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 "Explotación Laboral Infantil (rompe la cadena de trata)", con vigencia del 15 de junio al 23 de julio	Informar a la sociedad sobre cómo las niñas, niños y adolescentes son explotados e identificar las situaciones y personas que lo generan y así fomentar la denuncia.	Artículos 2, 4, fracciones XII y XIII, 23, 32, capítulo XII de la Ley del Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del Estado de Oaxaca; así como lo dispuesto en la Ley de Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes del Estado de Oaxaca.	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Por lo que, esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud.</p> <p>En consecuencia, se considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental.</p>	
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)", con vigencia del 21 de junio al 29 de septiembre	La convocatoria tiene como finalidad generar material de prevención (cortometrajes) para posteriormente difundirlo en medios masivos, redes sociales, conferencias, talleres y pláticas para la prevención del abuso sexual infantil.	Artículos 2, 4, fracciones XII y XIII, 23, 32, capítulo XII de la Ley del Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del Estado de Oaxaca; así como lo dispuesto en la Ley de Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes del Estado de Oaxaca.	<p>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.</p> <p>Así, la presente campaña tiene un enfoque educativo y de salud, al tener como finalidad generar material de prevención y combate del delito de abuso sexual infantil. Por lo que resulta idóneo, la excepción de esta campaña</p>	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
<p>Secretaría de las Culturas y Artes de Oaxaca, "Atención a Primera Infancia a través del Arte y la Cultura "Alas y Raíces Oaxaca", con vigencia del 25 de junio al 9 de agosto</p>	<p>Convocatoria dirigida a la comunidad artística y creadora oaxaqueña para generar contenidos lúdicos culturales en artes escénicas (danza, teatro y música), con especial énfasis en temáticas indígenas dirigidas a niñas y niños de primera infancia.</p>	<p>Artículo 6 de Ley de Desarrollo Cultural para el Estado de Oaxaca en relación con el artículo 41 de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Oaxaca.</p>	<p>respecto de la prohibición de difundir propaganda gubernamental.</p> <p>Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas fomentar la educación no formal. 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 desarrollo educativo, cultural y cognitivo de la niñez en el Estado de Oaxaca.</p>	
<p>Secretaría de las Culturas y Artes de Oaxaca, "Oaxaqueñas memorables contemporáneas, "Alas y Raíces Oaxaca", con vigencia del 25 de junio al 9 de agosto</p>	<p>Convocatoria para participar en la postulación de propuestas para integrar las biografías que formarán parte de un libro infantil ilustrado y fomentar la cultura a través del reconocimiento del trabajo de mujeres oaxaqueñas contemporáneas, cuyos aportes y trayectoria las hagan merecedoras a formar parte del segundo tomo del proyecto editorial denominado: "OAXAQUEÑAS MEMORABLES CONTEMPORANEAS".</p>	<p>Artículo 6 de Ley de Desarrollo Cultural para el Estado de Oaxaca en relación con el artículo 41 de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Oaxaca.</p>	<p>Procedente: El artículo 4° de la CPEUM, 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." Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de Propaganda Gubernamental impone el texto constitucional.</p>	
<p>Secretaría de las Culturas y Artes de Oaxaca, "Fortaleciendo tradiciones en pueblos indígenas, afromexicano y mestizos de Oaxaca", con vigencia del 25 de junio al 9 de agosto</p>	<p>Convocatoria cuyo objetivo es preservar conocimientos y saberes tradicionales en riesgo de desaparecer por desuso en pueblos indígenas, afromexicanos y mestizos del estado de Oaxaca y contribuir al ejercicio de los derechos culturales mediante un mayor acceso a la oferta</p>	<p>Artículo 6 de Ley de Desarrollo Cultural para el Estado de Oaxaca en relación con el artículo 41 de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Oaxaca.</p>	<p>Procedente: El artículo 2° constitucional señala "el reconocimiento a los pueblos y comunidades afromexicanas, cualquiera que sea su autodeterminación, como parte de la composición pluricultural de la Nación." Aunado a lo anterior, el artículo 4° establece el derecho de acceso a la cultura, por lo cual esta campaña debe exceptuarse de la prohibición en materia de Propaganda Gubernamental, por asociarse al concepto de educación desde un enfoque no formal dirigida a grupos vulnerables.</p>	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	cultural ofrecida por el estado mexicano.			

45. Alcaldía Tlalpan de la Ciudad de México⁴⁹

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Huellitas”, con vigencia del 15 de julio al 01 de agosto	La campaña está dirigida a la población de Tlalpan que tiene animales de compañía o está en el proceso de tener. Se busca que las personas tengan información importante en lo que respecta a la tutela responsable de animales de compañía, enfatizando en algunos temas tales como los cuidados necesarios, protección y salud de estos.	Artículo 24, fracción XXVIII de la Ley de Salud del Distrito Federal (publicada en la Gaceta Oficial del DF el 17 de septiembre de 2009), Artículo 12, fracciones I y X de la Ley de Protección a los Animales de la Ciudad De México; GOCDMX 27-06-2017, Norma Oficial Mexicana NOM-011-SSA2-2011, Para la prevención y control de la rabia humana y en los perros y gatos.	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 cuidado del entorno donde viven los animales domésticos y la prevención del abandono de animales es un tema de salud pública.	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021
“¿Qué te cuesta?”, con vigencia del 15 de julio al 01 de agosto	Fomentar en la comunidad el cuidado del medio ambiente, propiciando que se adopten hábitos de respeto y cuidado de la biodiversidad, la conservación de las áreas verdes urbanas, suelo de conservación, cuidado del agua, la energía, manejo de residuos y combate contra el cambio climático.	Ley Ambiental de Protección a la Tierra del Distrito Federal, Ley General del Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente, Objetivos y metas del Desarrollo Sostenible.	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 ⁵⁰ .	INE/CG172/2018 e INE/CG334/2021

⁴⁹ Estas campañas se calificaron como improcedentes en el acuerdo INE/CG334/2021 debido a que su difusión no involucraba radio o televisión y no se entró a su estudio, en esta ocasión se incluye como medio de difusión la televisión, motivo por el cual se procederá a valorar si es posible vincularlas a los conceptos de educación y salud.

⁵⁰ En condiciones similares INE/CG172/2018, INE/CG334/2021, La campaña “Educación Ambiental” de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, “Campañas de concientización TESCO”

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

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Oficina de Programa de Gobierno, "ODS Agenda 2030", vigencia del 1 al 31 de julio	Dar seguimiento y difusión a la Ruta de Implementación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en el estado de Veracruz	En el formulario menciona que anexa fundamentación Agenda 230. No hay más información en el correo que remiten con el formulario.	Improcedente. Según lo dispuesto en el oficio de solicitud, la difusión de esta campaña no implica radio y televisión, sino redes sociales y la página oficial.	
Contraloría General del Estado, "Difusión de la convocatoria del XVI concurso nacional de transparencia en corto", vigencia del 16 al 30 de julio	Difundir la convocatoria, ubicando su referencia en la sociedad, para que se fomente la cultura de la transparencia, así como privilegiar el interés superior de la niñez por la población objetivo que está destinada.	Artículos 41, Base III, Apartado C, segundo párrafo; 134, párrafos séptimo y octavo, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Artículo 67 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública. Artículo 50 de la Constitución Política del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave. Artículo 33 y 34 de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave. Jurisprudencia 18/2011 del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Tesis XIII/2017 del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Artículos 1, 2, 10, 16, 17, 28, 45, 46, 31, 35, 36, 44 del Reglamento Interior de la Contraloría General del Estado de Veracruz.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y Televisión, sino redes sociales y la página oficial.	

Libre de plástico de un solo uso/ TESCO libre de humo de Tabaco/Ahorro y uso eficiente de la Energía" de la Secretaría de Educación.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
<p>Contraloría General del Estado, "Difusión del concurso XIII Premio Nacional de Contraloría Social 2021", vigencia del 20 al 23 de julio</p>	<p>Contribuir a la cultura de la transparencia e incentivar la participación ciudadana, a fin de que existan mejores prácticas en la participación ciudadana y su vinculación con las instituciones gubernamentales a través de la divulgación de la convocatoria.</p>	<p>Código de Ética. Artículos 41, Base III, Apartado C, segundo párrafo; 134, párrafos séptimo y octavo, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Artículos 67 y 70 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública. Artículo 15 de la Ley 875 de Transparencia y Acceso a la Información Pública. Artículo 50 de la Constitución Política del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave. Artículo 33 y 34 de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave. Jurisprudencia 18/2011 del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Tesis XIII/2017 del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Artículos 1, 2, 10, 16, 17, 28, 45, 46, 31, 35, 36, 44 del Reglamento Interior de la Contraloría General del Estado de Veracruz. Código de Ética.</p>	<p>Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y Televisión, sino redes sociales y la página oficial.</p>	
<p>Contraloría General del Estado, "La estructura de la Contraloría General", vigencia del 15 al 29 de julio</p>	<p>Dar a conocer los servicios educativos, así como difundir los principios y valores éticos que deben observar y aplicar los servidores públicos en el desempeño de su empleo, cargo o comisión, de</p>	<p>Artículos 41, Base III, Apartado C, segundo párrafo; 134, párrafos séptimo y octavo, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Artículo 67 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública.</p>	<p>Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y Televisión, sino redes sociales y la página oficial.</p>	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	<p>conformidad con el Código de Ética y el Código de Conducta. Difundir los trámites y servicios, así como las funciones de los Órganos Internos de Control.</p>	<p>Artículo 50 de la Constitución Política del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave. Artículo 33 y 34 de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave. Jurisprudencia 18/2011 del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Tesis XIII/2017 del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Artículos 1, 2, 10, 16, 17, 28, 45, 46, 31, 35, 36, 44 del Reglamento Interior de la Contraloría General del Estado de Veracruz. Código de Ética.</p>		
<p>Contraloría General del Estado, "Información institucional sobre la agenda 2030", vigencia del 17 al 31 de julio</p>	<p>Difundir y fomentar el plan de acción de la Agenda 2030 en Veracruz a favor de las personas, el planeta, la prosperidad y el fortalecimiento de la paz, la justicia y las instituciones.</p>	<p>Artículos 41, Base III, Apartado C, segundo párrafo; 134, párrafos séptimo y octavo, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Artículo 67 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública. Artículo 50 de la Constitución Política del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave. Artículo 33 y 34 de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave. Jurisprudencia 18/2011 del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Tesis XIII/2017 del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación.</p>	<p>Improcedente. Es oportuno mencionar que el formulario remitido carece de la motivación suficiente que permita establecer la importancia y necesidad de difundirse durante el periodo prohibido, por lo que no es posible establecer claramente una vinculación con algún concepto de excepción. En ese sentido, este Consejo General considera que, ya que la información a difundir aparentemente tiene como objetivo dar a conocer acciones de gobierno que se llevan a cabo para dar seguimiento y difusión a la ruta de implementación de los objetivos de Desarrollo Sostenible, la misma no se considera necesaria para su difusión durante el periodo de difusión de la Consulta Popular, en el entendido que el fin de la información de carácter educativo, que se pretenda difundir durante el periodo de prohibición constitucional, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población; y no como se señaló, en el resultado de programas en beneficio de la población. En igual sentido, no debe perderse de vista que en la propaganda que difundan los entes públicos no podrán difundirse logros de</p>	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
		<p>Artículos 1, 2, 10, 16, 17, 28, 45, 46, 31, 35, 36, 44 del Reglamento Interior de la Contraloría General del Estado de Veracruz. Código de Ética. Objetivos del Desarrollo Sostenible (16 y 17) de la Agenda 2030.</p>	<p>gobierno, obra pública, <u>ni emitir información sobre programas y acciones que promuevan innovaciones en bien de la ciudadanía.</u></p>	
<p>Contraloría General del Estado "Promoción de los principios y valores de los servidores públicos", vigencia del 21 al 28 de julio</p>	<p>Dar a conocer a los servidores públicos y a la población en general, los Principios y Valores rectores para la administración pública Estatal, así como las Reglas de Integridad para el ejercicio de la Función Pública, así como actividades de promoción de la ética y la integridad pública.</p>	<p>Artículos 41, Base III, Apartado C, segundo párrafo; 134, párrafos séptimo y octavo, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Artículo 67 de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública. Artículo 49 fracción V de la Ley 875 de Transparencia y Acceso a la Información Pública para el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave Artículo 50 de la Constitución Política del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave. Artículo 33 y 34 de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave. Jurisprudencia 18/2011 del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Tesis XIII/2017 del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Artículos 1, 2, 10, 16, 17, 28, 45, 46, 31, 35, 36, 44 del Reglamento Interior de la Contraloría General del Estado de Veracruz. Código de Ética.</p>	<p>Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y Televisión, sino en redes sociales y en la página oficial.</p>	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Instituto Veracruzano de la Cultura, "31ª Feria Nacional del Libro Infantil y Juvenil Xalapa 2021", vigencia del 14 de junio al 18 de julio	Fortalecer la promoción de la lectura a través de una oferta editorial, cultural y artística, dando énfasis en la promoción y los hábitos de la lectura.	Artículos 4 Fracciones II, VIII y X; 25 Fracciones V, VIII y X del Reglamento Interior del Instituto Veracruzano de la Cultura.	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a promover y difundir la lectura. Este tipo de campañas se consideran de naturaleza educativa, ya que abonan al desarrollo de la cultura y en la formación de nuevos públicos lectores, así como en la ampliación del conocimiento; se considera que el Estado debe contemplar el acceso a la cultura y disfrute de los bienes que presta, para lo cual tiene a su cargo la promoción de los medios para la difusión, atendiendo a la diversidad cultural en todas sus manifestaciones y expresiones con pleno respeto a la libertad creativa. Dicho lo anterior, este Órgano Colegiado considera pertinente exceptuar las campañas relativas a promover y difundir la lectura.	INE/CG334/2021 ⁵¹
Secretaría de Educación de Veracruz, "Escuela Garantizada, Escritura Garante", vigencia del 15 de julio al 1 de agosto	Se realizan campañas de difusión entre la comunidad educativa, a efecto de asesorar y gestionar la tramitación de los documentos necesarios para la obtención de los documentos que acrediten la propiedad de los inmuebles en los que se encuentran los centros educativos del estado de Veracruz	Artículo 50 de la Constitución Política del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave. Artículos 1, 2, 4, 5, 6, 9, fracción IV de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.	Improcedente. Según la información remitida la difusión no implica radio y televisión, sino a través de la realización de eventos en los planteles educativos.	
Secretaría del Trabajo, Previsión Social y Productividad de Veracruz, "Adecuación de sus Estatutos acorde a la nueva reforma laboral", vigencia del 1 de	La reforma laboral establece un plazo máximo para que los sindicatos adecuen sus Estatutos a las nuevas reglas de elección de dirigentes sindicales	Artículo 123, apartado A de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Artículo 50 de la Constitución Política del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.	Improcedente. Si bien la campaña tiene un fin informativo, lo cierto es que no cumple con los criterios de generalidad, al ser información dirigida a un sector específico (los sindicatos con rezago en la adecuación de sus Estatutos) ni cumple con el criterio de necesidad, ya que la reforma laboral se llevó a cabo en el año dos mil diecinueve. Aunado a que dicha información puede difundirse	

⁵¹ Campaña "21 Festival Nacional del Libro 2021" del Gobierno del Estado de Zacatecas

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
junio al 30 de septiembre	y para sus procedimientos de consulta; Tiene como objetivo que los diversos sindicatos de trabajadores que existen en el estado adecuen sus Estatutos para poder emigrar al nuevo sistema con el menor número de rezago.	Artículos 1, 9, fracción IV, 22 Bis, Ter, I, VII, IX y XII de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave. Artículos 1, 5, 40 y 41 del Reglamento Interior de la Secretaría de Trabajo, Previsión Social y Productividad del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.	entre el 15 de julio y el 1 de agosto del año en curso, a través de otros medios distintos a la radio y la televisión.	
Servicios de Salud de Veracruz, "Soy donador Altruista" vigencia del 15 de julio al 1 de agosto.	Aumentar el interés por la donación altruista de sangre en Veracruz, que contribuya a atender a la población vulnerable como migrantes y personas sin redes de apoyo.	Manual General de Servicios de Salud de Veracruz, Centro Estatal de Transfusión sanguínea. Apartado Funciones, numeral 12.	Procedente. Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud ya que, 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 incrementar la seguridad sanguínea y garantiza el acceso constante y universal a la sangre, además de mejorar la calidad de vida de las personas que reciben un donación, 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 la Consulta Popular.	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021

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

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Dirección Municipal de Desarrollo Urbano "Campaña Informativa de Servicios y Tramitología de Desarrollo Urbano", no agrega vigencia	Que los ciudadanos conozcan los requisitos para tramitar una licencia.	No agrega	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio o Televisión sino banners.	
Instituto Municipal de la Mujer, "Conmemoración del día 25 de cada"	Concientizar a la ciudadanía en la prevención de la violencia, debido a que	No agrega	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio o televisión, sino redes sociales.	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
mes "Día Internacional contra la Violencia hacia la mujer", vigencia del 25 de junio al 31 de diciembre	las cifras de violencia contra la mujer siguen incrementando, sobre todo durante la pandemia. Por lo que el fomento a la denuncia ha sido prioritario.			
Instituto Municipal de la Mujer, "Servicios del Instituto Municipal de la Mujer", vigencia del 15 de junio al 31 de diciembre	Difundir sus servicios de atención psicológica, jurídica y orientación para estudios relacionados a la salud femenina y puedan solicitarlo de manera gratuita.	No agrega	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio o Televisión, sino redes sociales.	
Instituto Municipal de la Mujer, "Mujeres Dejando Huella", vigencia del 18 de junio al 31 de diciembre	Concientizar a la ciudadanía en la prevención de la violencia y la superación personal.	No agrega	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio o televisión, sino pláticas con mujeres.	
Instituto Municipal de la Mujer, "La Vida por Delante", vigencia del 18 de junio al 31 de diciembre	Prevenir el embarazo adolescente, difundir información sobre salud sexual y reproductiva, así como métodos anticonceptivos.	No agrega	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio o Televisión, sino en redes y vía telefónica.	
Instituto Municipal de la Mujer, "Campaña Permanente contra la Violencia", del 18 de junio al 31 de diciembre	Concientizar a la ciudadanía en la prevención de la violencia.	No agrega	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio o televisión. sino en redes sociales.	
Dirección Municipal de Comunicación Social, "No te relajés ante el COVID-19" vigencia del 9 de junio al 31 de julio	Prevenir a la población, invitando a que sigan con las medidas sanitarias para disminuir la cadena de contagios por COVID-19.	Artículos 4; 6, inciso B), fracciones I, II, III y IV Y 73, fracción XVI de la Constitución; 5, incisos g), h), i), j); 6; 8, fracciones II, III, IV, V y VII; 16; 21, fracciones, I, II, III y IV y 44 de la Ley General de Comunicación Social; 21, fracción XIII y 45, fracciones I, II, III, IV, V, VI, VII y VIII del Reglamento de la Administración Pública	Procedente. El artículo 4 de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID 19, este Consejo considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante los procesos electorales, por su vinculación	INE/CG109/2021 INE/CG334/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
		del Municipio de Durango.	directa con los conceptos de protección civil y salud.	
Dirección Municipal de Seguridad Pública, "Seguras" App digital para la Prevención de la Violencia Familiar y de Género", vigencia del 15 de junio al 1 de agosto.	Prevenir la violencia familiar y de género, disminuir el número de incidentes que se registran semanalmente, difundir las herramientas y aplicaciones como SEGURAS y actividades para la prevención de ese delito.	No agrega	Improcedente. Según la información remitida en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
Dirección Municipal de Seguridad Pública, "Cooltura Vial", vigencia del 15 de junio al 1 de agosto.	Promover una mejor cultura vial para reducir el número de accidentes en la capital, mediante operativos especiales, cursos y capacitaciones a instituciones y sector privado.	No agrega	Improcedente. Según la información remitida en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
Dirección Municipal de Seguridad Pública, "Combate a la corrupción y tráfico de influencias", vigencia del 15 de junio al 1 de agosto.	Prevenir cualquier tipo de corrupción dentro de la corporación, realizar todos los trámites, programas y manejo de recursos con transparencia.	No agrega	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino en redes sociales, folletos y videoclips.	
Dirección Municipal de Seguridad Pública, "Prevención del Delito", vigencia del 15 de junio al 1 de agosto.	Prevenir cualquier tipo de delito, brindar mayor seguridad a la ciudadanía y difundir la cultura de la prevención.	No agrega	Improcedente. Según la información remitida en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales.	
Dirección Municipal de Seguridad Pública, "Violencia familiar y de género"	No agrega	No agrega	Improcedente. No se remitió el formato o cualquier otra información adicional al nombre de la campaña, por lo que no es posible realizar un análisis de la misma.	
Dirección Municipal de Seguridad Pública, "Cultura vial"	No agrega	No agrega	Improcedente. No se remitió el formato o cualquier otra información adicional al nombre de la campaña, por lo que no es posible realizar un análisis de la misma.	
Dirección Municipal de Seguridad Pública, "Uso	No agrega	No agrega	Improcedente. No se remitió el formato o cualquier otra información adicional al nombre de la campaña, por lo que no es posible realizar un análisis de la misma.	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
correcto del cubrebocas"				
Dirección Municipal de Seguridad Pública, "Pinta de señalética"	No agrega	No agrega	Improcedente. No se remitió el formato o cualquier otra información adicional al nombre de la campaña, por lo que no es posible realizar un análisis de la misma.	
Dirección Municipal de Seguridad Pública, "Publicar servicios sociales como búsqueda de familiares y extravío de personas con la finalidad de dar con el paradero de las mismas".	No agrega	No agrega	Improcedente. No se remitió el formato o cualquier otra información adicional al nombre de la campaña, por lo que no es posible realizar un análisis de la misma.	
Dirección de Salud Pública Municipal, "Promoción para la salud, prevención y control de alteraciones nutricionales; visitas domiciliarias", vigencia permanente	Implementar acciones preventivas para mantener la salud de los duranguenses.	Artículo 16 del Reglamento de la Administración Pública del Municipio de Durango	Improcedente. Según la información remitida en el formulario la difusión no implica radio y Televisión, sino en redes sociales y entrevistas en medios de comunicación.	
Dirección de Salud Pública Municipal, "Programa de prevención de enfermedades transmitidas por vector (descacharre)", vigencia permanente	No agrega	Artículo 16 del Reglamento de la Administración Pública del Municipio de Durango	Improcedente. Según la información remitida en el formulario la difusión no implica radio y Televisión, sino en redes sociales y entrevistas en medios de comunicación.	
Dirección de Salud Pública Municipal, "Brigadas móviles de salud", vigencia permanente	Atender la salud de los duranguenses más vulnerables, brindar atención médica, odontológica, psicológica, así como servicio de enfermería y nutrición de manera gratuita.	Artículo 16, fracción XIII del Reglamento de la Administración Pública del Municipio de Durango	Improcedente. Según la información remitida en el formulario la difusión no implica radio y Televisión, sino en redes sociales, perifoneo y entrevistas en medios de comunicación.	
Dirección de Salud Pública Municipal, "Hospital del Niño, Banco de Medicamento y Banco de Leche	Atender la salud de los duranguenses, proporcionando información sobre los servicios, horarios, dinámicas del Hospital	Artículo 16, fracción XIII del Reglamento de la Administración Pública del Municipio de Durango	Procedente. La lactancia materna es fundamental para la prevención y atención primaria a la salud. Es la forma más adecuada y natural de proporcionar aporte nutricional, inmunológico y emocional al bebé.	INE/CG334/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Maternizada”, vigencia permanente	del Niño, Banco de Medicamento y Banco de Leche Maternizada.		<p>Por salud se entiende un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades y para lograr la protección se debe de considerar el acrecentamiento de los valores, así como el conocimiento y la enseñanza que coadyuvan al mejoramiento, conservación y restauración de las condiciones físicas, mentales y sociales que contribuyan al desarrollo social.</p> <p>En ese sentido, esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de salud y educación ya que, por un lado, genera valores y cultura relacionados con la importancia de la donación de leche materna y concientiza a la población de la importancia de la lactancia para mejorar la salud de la madre y los bebés; y, por el otro, contribuye a disminuir la morbilidad y mortalidad infantil.</p>	
Dirección de Salud Pública Municipal, “Centro de Atención Animal y Hospital Veterinario”, vigencia permanente	Proporcionar información a la ciudadanía sobre los servicios del Hospital Veterinario y del Centro de Atención Animal CAAN.	Artículo 16, fracción XIII del Reglamento de la Administración Pública del Municipio de Durango	<p>Procedente. Esta campaña se considera dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales durante el periodo de difusión de la Consulta Popular, en razón de que se encuentra relacionada con el derecho a la protección de la salud del que todo mexicano goza.</p> <p>En ese sentido, el concepto atinente a la prestación de los servicios de salud en modo alguno se reduce a la posibilidad de recibir atención médica, ya que necesariamente abarca, entre otros aspectos, la vacunación y el entorno donde viven los animales domésticos, que es un tema de salud pública.</p>	INE/CG334/2021
Dirección de Salud Pública Municipal, “Atención y servicio en panteones municipales”	Proporcionar información a la comunidad sobre servicios, fechas y la atención que brindan los panteones.	Artículo 16, fracción XIII del Reglamento de la Administración Pública del Municipio de Durango	<p>Procedente. El derecho a la protección de la salud encuentra cabida en el artículo 4 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que establece que toda persona tiene derecho a la protección de la salud y que la ley definirá las bases y modalidades para su acceso. 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, informar a la población sobre los servicios que brindan los panteones y las medidas sanitarias que deben observar y atender quienes los visitan y el personal que labora en ellos.</p> <p>Por lo anterior, esta campaña debe considerarse dentro del supuesto de excepción</p>	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			de la norma que mandata suspender la difusión de programas gubernamentales durante la Consulta Popular, en razón de que la información que brinda la campaña forma parte de las medidas y protocolos de salud y protección civil que las autoridades estiman se deben aplicar ante el COVID-19.	
Dirección de Salud Pública Municipal, "Transporte y verificación de rastros", vigencia permanente	Cuidar la salud de los duranguenses y vigilar el correcto manejo de la carne que llega a los hogares de la población.	Artículo 16, fracción XIII del Reglamento de la Administración Pública del Municipio de Durango	Procedente. El derecho a la protección de la salud encuentra cabida en el artículo 4 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que establece que toda persona tiene derecho a la protección de la salud y que la ley definirá las bases y modalidades para su acceso. 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, para no poner en riesgo el bienestar general, así como prevenir la presencia de enfermedades. En consideración de lo antes expuesto, esta campaña debe ser exceptuada de la prohibición de difundir propaganda gubernamental establecida en la Carta Magna, pues resulta evidente que es una campaña dirigida a la protección del derecho a la salud, así como a la prevención, protección y garantía de la misma.	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017 e INE/CG334/2021
Dirección de Salud Pública Municipal, "Inspección sanitaria, campaña Citología, Colposcopia", vigencia permanente	Invitar a mujeres duranguenses a participar en programa gratuito para evitar cáncer cervicouterino y otras afectaciones.	Artículo 16, fracción XIII del Reglamento de la Administración Pública del Municipio de Durango	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de inspección sanitaria, como programa gratuito para evitar cáncer cervicouterino, la campaña no cumple con el criterio de generalidad, ya que no se justifica su difusión durante las el periodo de difusión de Consulta Popular, 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, por aplicar estudios a mujeres usuarias de servicios de salud básicos ⁵² .	INE/CG334/2021
Dirección de Salud Pública Municipal,	Proporcionar información acerca de	Artículo 16, fracción XIII del Reglamento de la	Procedente. La prestación de los servicios de salud conlleva la ejecución de diversos actos y	INE/CG334/2021

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

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Salud mental”, vigencia permanente	las acciones preventivas para mantener la salud mental de los duranguenses.	Administración Pública del Municipio de Durango	actividades, como son los relativos a la atención de servicios médicos y de asistencia social y todo aquello que conlleva a salvaguardar la salud en un contexto amplio que abarca no solo la salud física del ser humano, sino también la mental y psicológica. 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.	
Instituto Municipal de la Juventud, “Feria de Innovación tecnológica”, vigencia del 17 de julio al 14 de agosto	Proporcionar a los jóvenes del municipio de Durango el desarrollo emprendedora e innovadora a través de la elaboración de proyectos tecnológicos, rentables y de beneficio social.	No agrega	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y Televisión, sino solo en redes sociales y transmisiones en vivo.	
Instituto Municipal de la Juventud, “Convocatoria de la Escuela de manejo, “Toma el Control”, vigencia del 19 de julio al 19 de agosto	Sumar al programa de fortalecimiento integral de la juventud para la prevención de riesgos.	Agenda 2021 del Instituto Municipal de la Juventud de Durango	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y Televisión, sino solo en redes sociales.	
Instituto Municipal de la Juventud, “Premiación Copa Voluntariado”, vigencia 22 de julio (no agrega término)	Abastecer de alimentos no perecederos al área de voluntariado juvenil, así como generar una competencia interdependencias.	Agenda 2021 del Instituto Municipal de la Juventud de Durango	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y Televisión, sino solo en redes sociales y fotografías.	
Instituto Municipal del Arte y la Cultura, “Agenda Cultural el mes de Julio (segunda quincena)”, vigencia del 14 de julio al 1 de agosto	Ofrecer actividades culturales y de esparcimiento a los habitantes del Municipio de Durango.	No agrega	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y Televisión, sino solo en redes sociales y medios que lo soliciten.	
Instituto Municipal de la Familia, “Valores Familiares” vigencia 1 de julio al 31 de julio	Promover entre la ciudadanía la armonía y resiliencia en las familias de la capital, despertando interés	Artículo 4 del Reglamento de creación del Organismo Público Descentralizado, denominado Instituto	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y Televisión, sino solo en redes sociales y talleres.	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	en fortalecer los hogares.	Municipal de la Familia de Durango		
Instituto Municipal de la Familia, "Estrategias emocionales para la Familia", vigencia del 1 de julio al 31 de julio	Permitir a los padres, madres y cuidadores de familia, obtener recursos y estrategias de acción para fortalecer y promover la resiliencia familiar.	Artículo 4 del Reglamento de creación del Organismo Público Descentralizado, denominado Instituto Municipal de la Familia de Durango	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y Televisión, sino solo en redes sociales y talleres.	

48. Ayuntamiento de Corregidora, Querétaro.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
"Operativo Preventivo Temporada de Lluvias", con vigencia del 15 de julio al 01 de agosto	La campaña tiene como objetivo que los ciudadanos del municipio atiendan las medidas para prevenir afectaciones en sus hogares, y se cuiden a sí mismos y a sus familias, debido a la temporada de lluvias.	Artículo 213, numeral II de la Ley Electoral del estado de Querétaro	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 desastres derivados de la temporada de lluvias comprende el fomento de programas de orientación a la población.	INE/CG334/2021 e INE/CG431/2021
"Prevención y uso de cubrebocas", con vigencia del 15 de julio al 01 de agosto	Fomentar el uso entre los ciudadanos del municipio del cubrebocas para prevenir contagios de COVID-19	Artículo 213, numeral II de la Ley Electoral del estado de Querétaro	Improcedente. En el formulario se manifiesta que la campaña será difundida por medios digitales e impresos, lo cual no implica la utilización de radio y televisión.	

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

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
<p>Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del Estado de Aguascalientes, "Prevención del maltrato infantil, Yo veo, Yo denuncio", con vigencia del 20 de junio al 15 de agosto</p>	<p>Concientizar a la población acerca de la prevención y denuncia por maltrato infantil, para contribuir al sano crecimiento y desarrollo individual y colectivo de niñas, niños y adolescentes.</p>	<p>Constitución Política del Estado de Aguascalientes en relación con la Ley del Sistema Estatal de Asistencia Social y de Integración Familiar.</p>	<p>Procedente: De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud, el maltrato infantil se define como los abusos y la desatención de que son objeto los menores de 18 años, e incluye todos los tipos de maltrato físico o psicológico, abuso sexual, desatención, negligencia y explotación comercial o de otro tipo que causen o puedan causar un daño a la salud, desarrollo o dignidad del niño, o poner en peligro su supervivencia, en el contexto de una relación de responsabilidad, confianza o poder. La exposición a la violencia de pareja también se incluye a veces entre las formas de maltrato infantil.</p> <p>Por su parte, el Centro Nacional para la Salud de la Infancia y la Adolescencia, establece que el maltrato infantil es toda agresión u omisión intencional, física, sexual, psicológica o negligente, contra una persona menor edad, antes o después de nacer y que afecta su integridad biopsicosocial a corto, mediano o largo plazo.</p> <p>Por lo que, esta campaña se encuentra vinculada con los conceptos de salud y educación pues busca concientizar a la población acerca del tema para así disminuir el índice de casos por maltrato infantil, o bien, en su caso fomentar la cultura de la denuncia y así proteger los derechos humanos de niñas, niños y adolescentes.</p>	
<p>Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del Estado de Aguascalientes, "Concientización a favor de adultos mayores, Es momento de", con vigencia del 15 de julio al 31 de agosto</p>	<p>Hacer conciencia sobre los derechos que tienen los adultos mayores y restituirles los mismos contribuyendo a una nueva cultura del envejecimiento.</p>	<p>Constitución Política del Estado de Aguascalientes en relación con la Ley del Sistema Estatal de Asistencia Social y de Integración Familiar.</p>	<p>Procedente: En atención a la Ley de los Derechos de las Personas Adultas Mayores, este sector de la población debe gozar y se le deben garantizar sus derechos.</p> <p>Así, esta campaña se encuentra vinculada con el concepto de educación, al informar a la población acerca de los derechos que tiene este sector vulnerable de la población y generar conciencia para crear una cultura inclusiva, mejorando sus condiciones de vida. Por lo que, se debe considerar como parte de las excepciones a la prohibición de difundir propaganda gubernamental que señala el texto constitucional.</p>	
<p>Instituto de Educación de Aguascalientes, "Programa Beca de Permanencia", con vigencia del 15 de julio al 1 de agosto</p>	<p>Entrega de becas para evitar la deserción escolar de alumnos de educación básica por falta de recursos.</p>	<p>Artículo 118, fracción II del Reglamento Interior del Instituto de Educación de Aguascalientes.</p>	<p>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 justifica su difusión, en el entendido de que la información</p>	<p>INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021</p>

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>que se pretenda difundir, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún sector específico de la población, como es el caso.</p> <p>Al respecto la Sala Superior del TEPJF, estableció en la Jurisprudencia 19/2019⁵³, que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante periodo prohibido; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social, no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales, resultando por analogía aplicable para el caso de la Consulta Popular.</p>	
Instituto de Educación de Aguascalientes, "Programa de Apoyo a la Gestión Escolar", con vigencia del 15 de julio al 1 de agosto	Informar sobre la entrega de recursos para el sostenimiento de los planteles educativos a través de los consejos escolares de participación social, promoviendo la participación de los padres de familia en el mejoramiento de la escuela, así como garantizar condiciones óptimas para que las y los alumnos permanezcan en las escuelas.	Artículo 118, fracción II del Reglamento Interior del Instituto de Educación de Aguascalientes.	Improcedente: Al igual que la campaña anterior, si bien guarda relación con el concepto de educación, se trata de la entrega de un beneficio directo a un sector específico de la población. ⁵⁴	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021
Instituto de Educación de Aguascalientes, "Programa Beca Universitario al 100", con vigencia del 15	Informar sobre la entrega de becas de Movilidad Académica en el Extranjero, para promover que las y los estudiantes puedan	Artículo 118, fracción II del Reglamento Interior del Instituto de Educación de Aguascalientes.	Improcedente: La campaña tiene un estrecho vínculo con el concepto de educación, sin embargo, no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, pues se trata de un beneficio directo a un sector específico de la población. ⁵⁵	INE/CG119/2019, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021

⁵³ Jurisprudencia 19/2019 de rubro: "PROGRAMAS SOCIALES, SUS BENEFICIOS NO PUEDEN SER ENTREGADOS EN EVENTOS MASIVOS O EN MODALIDADES QUE AFECTEN EL PRINCIPIO DE EQUIDAD EN LA CONTIENDA ELECTORAL". Gaceta de Jurisprudencia y Tesis en materia electoral, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, Año 12, Número 24, 2019, páginas 29 y 30.

⁵⁴ Ídem.

⁵⁵ Ídem.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
de julio al 1 de agosto	contar con mayor experiencia sobre los retos de la competencia global, y conocer las experiencias y tendencias dentro del sector profesional, así como proyectar la internacionalización de la educación superior.			
Instituto de Educación de Aguascalientes, "Programa Beca Universitario al 100", con vigencia del 15 de julio al 1 de agosto	Publicar información sobre la entrega de becas a alumnos de nivel superior para promover la continuación y finalización de sus estudios con alto desempeño académico y que no haya deserción por falta de recursos económicos.	Artículo 118, fracción II del Reglamento Interior del Instituto de Educación de Aguascalientes.	Improcedente: La campaña tiene un estrecho vínculo con el concepto de educación, sin embargo, no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, pues se trata de un beneficio directo a un sector específico de la población. ⁵⁶	INE/CG119/2019, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021
Instituto de Educación de Aguascalientes, "Creciendo Juntos", con vigencia del 15 de julio al 1 de agosto	Publicación de información sobre la entrega de becas a estudiantes de los niveles de educación básica, económicamente vulnerables con el fin de que cuenten con recursos para continuar con sus estudios.	Artículo 118, fracción II del Reglamento Interior del Instituto de Educación de Aguascalientes.	Improcedente: Al igual que las campañas anteriores, si bien el programa guarda relación con el concepto de educación, ya que se trata de un programa de entrega de becas para evitar la deserción escolar, la difusión de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún sector específico de la población, como es el caso. ⁵⁷	INE/CG119/2019, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021
Instituto de Educación de Aguascalientes, "Programa tutor al 100", con vigencia del 15 de julio al 1 de agosto	Información sobre la entrega de becas a estudiante destacados que ofrecen asesoría a compañeros con rezago académico, evitando el abandono escolar.	Artículo 118, fracción II del Reglamento Interior del Instituto de Educación de Aguascalientes.	Improcedente: La campaña tiene un estrecho vínculo con el concepto de educación, sin embargo, no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, pues se trata de un beneficio directo a un sector específico de la población. ⁵⁸	INE/CG119/2019, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021

⁵⁶ Ídem.

⁵⁷ Ídem.

⁵⁸ Ídem.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
<p>Instituto de Educación de Aguascalientes, "Programa que nadie se vaya de la educación", con vigencia del 15 de julio al 1 de agosto</p>	<p>Informar sobre la entrega de tablets para favorecer que los estudiantes que no pueden realizar sus estudios de manera presencial cuenten con un dispositivo que les permita seguir sus clases y realizar sus actividades.</p>	<p>Artículo 118, fracción II del Reglamento Interior del Instituto de Educación de Aguascalientes.</p>	<p>Improcedente: Si bien el programa guarda relación con el concepto de educación, ya que se trata de un programa de entrega de aparatos electrónicos que coadyuven para llevar a cabo las actividades escolares y así evitar la deserción escolar, la difusión de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún sector específico de la población, como es el caso.⁵⁹</p>	<p>INE/CG119/2019, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021</p>
<p>Instituto de Educación de Aguascalientes, "Programa uniformes escolares", con vigencia del 15 de julio al 1 de agosto</p>	<p>Informar sobre la entrega de uniformes escolares, con la finalidad de que la población evite esta compra y ahorre en la economía familiar.</p>	<p>Artículo 118, fracción II del Reglamento Interior del Instituto de Educación de Aguascalientes.</p>	<p>Improcedente: Al igual que la campaña anterior, se trata de la difusión de entrega de uniformes, por lo que, si bien se vincula con la educación, no cumple con los criterios de necesidad y generalidad ya que no justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún sector específico de la población, como es el caso.⁶⁰</p>	<p>INE/CG172/2018, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021</p>
<p>Secretaría de Desarrollo Económico, "Programa de proyectos productivos de MIPYMES y Emprendedores" con vigencia del 15 de febrero al 31 de diciembre o hasta agotar los recursos económicos</p>	<p>Dar a conocer la convocatoria pública para acceder a los diversos apoyos del programa de proyectos productivos de MYPIMES y Emprendedores 2021 (otorgar subsidios productivos a micro, pequeñas y medianas empresas, emprendedores, hombres y mujeres)</p>	<p>Artículo 1 y 8 de la Declaración sobre el Derecho al Desarrollo, 25 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 27, 36 y demás relativos aplicables de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Aguascalientes, Reglamento Interior de la Secretaría de Desarrollo Económico y Reglas de Operación del Programa de Proyectos Productivos MIPYMES y Emprendedores.</p>	<p>Improcedente: Si bien el programa no guarda relación con los conceptos de educación, salud o protección, ya que se trata de un programa de entrega de apoyos económicos a diversos sectores de empresas y emprendedores, la difusión de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún sector específico de la población, como es el caso. Al respecto la Sala Superior del TEPJF, estableció en la Jurisprudencia 19/2019, que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante las periodo prohibido; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social, no debe vulnerar los principios de</p>	<p>INE/CG334/2021</p>

⁵⁹ Ídem.

⁶⁰ Ídem.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales, resultando por analogía aplicable para el caso de la Consulta Popular.	
Secretaría de Desarrollo Social, "Contigo Podemos creciendo con la educación", con vigencia del 15 de julio al 30 de diciembre	Entrega de apoyos económicos a estudiantes universitarios que se deriven de la ejecución de programas sociales para que practiquen y continúen con sus estudios y a la vez presten un servicio a la población en general.	Reglas de Operación para los Programas Sociales para el año 2021.	Improcedente: Si bien el programa guarda relación con el concepto de educación, ya que se trata de un programa de entrega de apoyos económicos a estudiantes, la difusión de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún sector específico de la población, como es el caso. Al respecto la Sala Superior del TEPJF, estableció en la Jurisprudencia 19/2019, que no existe el deber de suspender la entrega de los beneficios de los programas sociales durante periodo prohibido; sin embargo, también estableció que la entrega y la información que se emita para poder informar a la población sobre particularidades relacionadas con el ejercicio del programa social, no debe vulnerar los principios de imparcialidad, equidad y neutralidad que deben observarse en los procesos electorales, resultando por analogía aplicable para el caso de la Consulta Popular.	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021
Secretaría de Desarrollo Social, "Contigo Vamos", con vigencia del 7 de junio al 30 de diciembre	Promover e incentivar la inclusión social y mejorar la calidad de vida de las personas a través de la transmisión de capacitaciones o talleres de superación personal que contribuyan a la formación de valores, desarrollo comunitario e integración familiar.	Reglas de Operación para los Programas Sociales para el año 2021.	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.	
Secretaría de Desarrollo Social, "Fortalecimiento de las Organizaciones de la Sociedad Civil, Vertiente Capacitación a las	Brindar capacitación a las organizaciones civiles en temas específicos con el fin de que tengan mejor desempeño y que	Reglas de Operación para los Programas Sociales para el año 2021.	Procedente: La Ley Federal de Fomento a las Actividades realizadas por Organizaciones de la Sociedad Civil establece en su artículo .2º, inciso g) en relación con los artículos 3º y 5º, que las organizaciones son aquellas agrupaciones u organizaciones mexicanas que, estando legalmente constituidas, realicen	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Organizaciones de la Sociedad Civil", con vigencia del 7 de junio al 30 de diciembre	favorezcan la calidad de sus funciones.		alguna o algunas de las actividades tales como asistencia social, apoyo a la alimentación popular, cívicas, asistencia jurídica, promoción de la equidad de género, entre otras, y no persigan fines de lucro ni de proselitismo partidista, político-electoral o religioso. Ahora bien, esta campaña está enfocada a brindar capacitación a organizaciones civiles con el fin de mejorar su desempeño y funciones, por lo que encuadra en el concepto de educación formando parte de las excepciones sobre la prohibición de difundir propaganda gubernamental.	
Secretaría de Desarrollo Social, "Contigo Podemos vertiente CONTIGO al 100", con vigencia del 7 de junio al 30 de diciembre	Acercar mediante intervenciones sociales los programas y servicios que otorgan las dependencias del estado en materia de salud, educación, desarrollo económico, asistencia social y otros servicios a la ciudadanía para brindarle atención de una manera cercana, integral y con capacidad de respuesta.	Reglas de Operación para los Programas Sociales para el año 2021.	Improcedente: Se trata de un programa social que ofrece servicios en materia de salud, educación, desarrollo económico, asistencia social y otros; 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 no debe reducirse a la entrega de un beneficio directo, como es el caso.	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021
Secretaría de Desarrollo Social, "Contigo Podemos vertiente regreso a clases seguro", con vigencia del 7 de junio al 30 de diciembre	Dar seguridad a los padres de familia para que sus hijos retomen su formación académica de manera presencial previniendo un rebrote de contagios debido al retorno paulatino a las aulas, fomentando los protocolos de seguridad sanitaria.	Reglas de Operación para los Programas Sociales para el año 2021.	Improcedente: Del formulario presentado, se desprende que se llevara a cabo la entrega de kits de protección sanitaria para que la población estudiantil que regresa a clases presenciales se blinde ante posibles brotes de contagio que ocasiona la reunión de los estudiantes en las aulas, por lo que, si bien, esta campaña está relacionada con el concepto de educación, no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no justifica su difusión, en el entendido de que la información que se pretenda difundir, deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún sector específico de la población, como es el caso. Aunado a lo señalado por la Sala Superior del TEPJF, estableció en la Jurisprudencia 19/2019. PROGRAMAS SOCIALES, SUS BENEFICIOS NO PUEDEN SER ENTREGADOS EN EVENTOS MASIVOS O	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			EN MODALIDADES QUE AFECTEN EL PRINCIPIO DE EQUIDAD EN LA CONTIENDA ELECTORAL”.	
Secretaría de Desarrollo Social, “Contigo Podemos vertiente comedores comunitarios”, con vigencia del 7 de junio al 30 de diciembre	Combatir la carencia de alimentación en el estado mediante el establecimiento de comedores comunitarios y escolares en colaboración con Instituciones y/o empresas de acuerdo con la normatividad vigente.	Reglas de Operación para los Programas Sociales para el año 2021.	Improcedente: Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que ofrece alimentación mediante comedores comunitarios, la misma no cumple con los criterios de generalidad y necesidad, ya que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún sector específico de la población, como es el caso.	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021
Secretaría de Desarrollo Social, “Contigo Podemos vertiente Autoempleo”, con vigencia del 7 de junio al 30 de diciembre	Contribuir a la creación de micro-negocios que fomenten el autoempleo, así como mejorar e incentivar el crecimiento de negocios ya existentes.	Reglas de Operación para los Programas Sociales para el año 2021.	Improcedente: Del formulario remitido se desprende que implica la entrega de apoyos económicos, por lo que no forma parte de las excepciones a la prohibición de difundir propaganda gubernamental, ya que implica un beneficio directo a un sector específico de la población.	
Secretaría de Desarrollo Social, “Contigo Podemos vertiente Huertos familiares”, con vigencia del 7 de junio al 30 de diciembre	Contribuir a mejorar la alimentación proporcionando medios de auto consumo alimenticio (capacitaciones, semillas y humus) a la población del estado que vive en condiciones de vulnerabilidad.	Reglas de Operación para los Programas Sociales para el año 2021.	Improcedente: Al igual que la campaña anterior, si bien encuadra en el concepto de salud, no cumple con los criterios de generalidad y necesidad, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún sector específico de la población, como es el caso.	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021
Secretaría de Desarrollo Social, “Contigo Podemos vertiente En acción contigo”, con vigencia del 7 de junio al 30 de diciembre	Apoyar a las personas en estado de vulnerabilidad mediante la impartición de talleres con corte educativo que fomenten el desarrollo y habilidades de la población, así como de entregar apoyos diversos según la suficiencia presupuestal.	Reglas de Operación para los Programas Sociales para el año 2021.	Improcedente: Si bien la campaña guarda relación con el concepto de educación, ya que se trata de la difusión de cursos y talleres educativos, también se pretende la entrega de apoyos económicos, por lo que la promoción de la campaña no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que otorga un beneficio directo a un sector específico de la población.	INE/CG334/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Secretaría de Desarrollo Social, "Contigo Podemos vertiente Gestión social", con vigencia del 7 de junio al 30 de diciembre	Apoyar a las personas que soliciten servicios en materia económica, salud y/o social para que puedan subsanar sus condiciones emergentes a través de apoyos en especie o económicos.	Reglas de Operación para los Programas Sociales para el año 2021.	Improcedente: La campaña está vinculada al concepto de salud, sin embargo, no cumple con los criterios de generalidad y necesidad, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún sector específico de la población, como es el caso, ya que tiene como objetivo la difusión de apoyos en especie o económicos.	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021
Secretaría de Desarrollo Social, "Contigo Podemos vertiente Certificado de Asistencia Funeraria", con vigencia del 7 de junio al 30 de diciembre	Apoyar a las familias en situación de pobreza, marginación o vulnerabilidad, mediante la entrega de una póliza de asistencia funeraria la cual los ampara en caso de que se presente un deceso en su familia, así como fomentar los hábitos de previsión ante los gastos no contemplados.	Reglas de Operación para los Programas Sociales para el año 2021.	Improcedente: La difusión del programa ni cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante el periodo que comprenderá la Consulta Popular, 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 a un sector en específico de la población, como es el caso de esta campaña, con la difusión de la entrega de pólizas de asistencia funeraria a ciertas grupos sociales.	INE/CG334/2021

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

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Dirección General de Prevención contra las Adicciones, "Programa de Prevención y Atención contras las Adicciones", con vigencia permanente	Favorecer el acceso a servicios de salud orientados a la prevención y tratamiento de las adicciones, a fin de coadyuvar a la reducción de la demanda del consumo de drogas y a la mitigación de los daños asociados al consumo.	Artículo 115 de la Ley Orgánica de Alcaldías.	Improcedente: Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino redes sociales, en espacios de la demarcación vía difusión impresa, así como mediante actividades impartidas de manera itinerante en diferentes puntos o espacios comunitarios.	
Dirección General de Prevención contra las	Coadyuvar a visibilizar, concientizar y prevenir el problema	Artículo 115 de la Ley Orgánica de Alcaldías.	Improcedente: Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Adicciones, "Acciones para la prevención del suicidio", con vigencia permanente	de salud que representan las muertes auto infligidas (suicidio) mediante acciones de información y sensibilización dirigidas a la población de la alcaldía.		televisión, sino solo en redes sociales y a través de materiales impresos.	
Alcaldía Álvaro Obregón con la campaña, "Memoria colectiva para la participación: intervención y cuidado del espacio público a partir de la identidad comunitaria", con vigencia del 21 de junio al 8 de agosto	Promover el involucramiento ciudadano de las y los habitantes de la alcaldía Álvaro Obregón para la reapropiación de los espacios públicos de la demarcación, a través de estrategias focalizadas orientadas al fortalecimiento de la identidad y la preservación de la memoria comunitaria.	Artículo 20, fracción IV de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la Ciudad de México.	Improcedente: La campaña no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no justifica su difusión en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso, ya que beneficia de manera directa, según el formulario, a 100 personas que participen en los talleres y en la realización de las jornadas del cuidado del entorno urbano, e indirectamente beneficia a 3200 personas habitantes relacionados con los 100 participantes.	
Alcaldía Álvaro Obregón con la campaña, "Rally por la Convivencia. Acércate a tu Comunidad", con vigencia del 19 de junio al 8 de agosto	Implementar un programa de actividades de integración comunitaria que incentive experiencias y comportamientos positivos dentro de la comunidad a través de actividades lúdico-educativas a niños, niñas, jóvenes, adultos mayores y mujeres.	Artículo 20, fracción IV de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la Ciudad de México.	Improcedente: Al igual que la campaña anterior, no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no justifica su difusión en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso, ya que el proyecto prioriza el beneficio de al menos 20 colonias de atención prioritaria, donde se trabaja con grupos vulnerables de la población.	
Alcaldía Álvaro Obregón con la campaña, "Estrategia de salud comunitaria: Por mí, para todos", con vigencia del 15 de junio al 12 de agosto	Promover una perspectiva social e integral de la salud comunitaria entre los habitantes de las colonias urbano-marginadas de la alcaldía mediante actividades de sensibilización, promoción y difusión de hábitos de higiene, prevención de	Artículo 20, fracción IV de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la Ciudad de México.	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 general y modificar hábitos y	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	enfermedades y salud mental.		patrones de conducta en beneficio de la ciudadanía.	
Alcaldía Álvaro Obregón con la campaña, "Planeación participativa para la elaboración de agendas ciudadanas locales de la alcaldía Álvaro Obregón", con vigencia del 18 de junio al 7 de agosto	Promover la integración de agendas ciudadanas locales de la alcaldía Álvaro Obregón, mediante el desarrollo de competencias cívico-ciudadanas que permitan ejercicios de planeación participativa donde los propios vecinos y vecinas identifiquen las causas de los problemas que prevalecen en las colonias y generen propuestas de solución.	Artículo 20, fracción IV de la Ley Orgánica de las Alcaldías de la Ciudad de México.	Procedente. La participación ciudadana es el conjunto de actividades mediante las cuales toda persona tiene el derecho individual o colectivo para intervenir en las decisiones públicas, deliberar, discutir y cooperar con las autoridades, así como para incidir en la formulación, ejecución y evaluación de las políticas y actos de gobierno de manera efectiva, amplia, equitativa, democrática y accesible. En ese sentido, lo que busca promover esta campaña es la participación comunitaria ayudando a los vecinos que participen a identificar los problemas que aquejan a su comunidad y a buscar soluciones a sus necesidades específicas. Por lo que, se fortalecen los valores de la democracia participativa y se enseña a la comunidad a ejercer sus derechos y obligaciones en esta materia. Así, esta campaña es considerada dentro del concepto de educación y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional ya que, busca robustecer los conocimientos en democracia participativa, así como capacidades y entendimiento de la participación comunitaria.	
Alcaldía Álvaro Obregón con la campaña, "Feria de las Flores 2021", con vigencia del 9 de julio al 18 de julio	Promoción de la cultura, la cultura cívica y el conocimiento.	Manual Administrativo 202 de la Alcaldía Álvaro Obregón.	Improcedente: Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en redes sociales y página web oficial de la alcaldía.	

51. Alcaldía Milpa Alta de la Ciudad de México.

CAMPAÑA	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
"Aldea Digital", vigencia del 15 de julio al 31 de diciembre	Apoyar a estudiantes que no cuenten con acceso a internet, por ello se habilitan las aldeas digitales para ofrecer sus equipos informáticos y conectividad gratuita.	Artículo 3 Constitucional	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de educación, ya que se trata de la difusión de un programa social que da acceso a internet a los estudiantes que no cuentan con él, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante la Consulta Popular, en el entendido de que la información que se pretenda difundir	INE/CG334/2021

CAMPAÑA	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			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. ⁶¹	
“Cuidado y protección de los animales de compañía”, vigencia del 15 de julio al 30 de diciembre	Reducir la población canina y felina en situación de calle, realizar esterilizaciones en los animales de compañía para prevenir la sobrepoblación, dar a conocer información básica de los cuidados y derechos de los animales.	No agrega	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud y educación, ya que se trata de la difusión de un programa social que otorga servicios médicos veterinarios gratuitos, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante la Consulta Popular, 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. ⁶²	INE/CG334/2021
“Campaña permanente de Covid-19”, vigencia del 15 de julio al 31 de diciembre	Fomentar cuidado para evitar el contagio del COVID-19, a través de acciones de prevención que permitan mitigar la pandemia.	No agrega	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo redes sociales e imágenes impresas.	
“Recomendaciones en Protección Civil”, vigencia del 15 de julio al 31 de diciembre	Informar a la población las medidas preventivas de mitigación, acción y reacción que se deben llevar a cabo para su protección a causa de fenómenos naturales.	Artículos 10, fracción I; 19, fracciones IX y X; 104; 108 y 109 de la Ley de Gestión Integral de Riesgos y Protección Civil de la Ciudad de México.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo en plataformas digitales.	

⁶¹ 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.

⁶² *Ídem.*

52. Ayuntamiento de Centro Villahermosa, Tabasco. La solicitud remitida por el ayuntamiento contiene formatos de campañas que pretenden emitir otros entes públicos del mismo municipio, por lo que se detallará en cada uno de los casos qué ente es el solicitante.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Coordinación del Sistema de Agua y Saneamiento, "Rehabilitación de sistemas de aguas potables", vigencia del 15 de julio 1 de agosto de 2021.	Informar sobre el estatus en que se encuentran los trabajos de la planta potabilizadora y la construcción de las obras de agua potable en el municipio de Centro.	Artículos 4, 115 y 134 Constitucionales; 64 y 65 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tabasco; 257 del Reglamento de la Administración Pública del municipio de centro Tabasco.	Improcedente. Si bien la campaña guarda cierta relación con el concepto de salud, ya que se trata de información relacionada con el abastecimiento de agua, la difusión de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su transmisión durante el periodo de difusión de la Consulta Popular 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 ⁶³ . Además, que de la lectura se advierte la presunta difusión de un logro de gobierno.	INE/CG334/2021 ⁶⁴
Dirección de Educación, Cultura y Recreación "Ajedrez", vigencia del 9 de julio al 24 de septiembre	Actividad educativa de fomento a la concentración, pretende brindar opciones para la recreación y la formación cultural a través de actividades artísticas.	Artículos 4 y 73 Constitucionales; 5, 6 y 10 de la Ley General de Cultura y Derechos Culturales; 65 de la Ley Orgánica de los Municipios del Estado de Tabasco; 189 del Reglamento de la Administración Pública del municipio de centro Tabasco y Plan Municipal de Desarrollo 2018-2021.	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar la presente campaña, ya que está relacionada con la difusión de actividades artísticas con el fin de fortalecer los valores éticos, cívicos y culturales además de promover la convivencia social.	
Dirección de Educación, Cultura y Recreación, "Capacitaciones y Talleres Virtuales", vigencia del 10 de junio al 30 de septiembre	Brindar actividades de entretenimiento, físicas, cognitivas, así como actividades de trabajo para una mejor condición de vida de los adultos mayores.	Artículos 1 y 2 de la Ley de los Derechos de las personas adultas mayores	Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de educación y salud, ya que se trata de la difusión de diversas actividades que promueven el cuidado de la salud, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante la Consulta Popular, en el entendido de que la información que se pretenda difundir deberá	INE/CG334/2021 ⁶⁵

⁶³ *Ídem*

⁶⁴ Campaña "Rehabilitación de 9 plantas potabilizadoras de agua" del Ayuntamiento de Centro Tabasco.

⁶⁵ Campaña "Vida activa para el adulto mayor" del Ayuntamiento de Toluca, Estado de México.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			ser de tal importancia que impacte en el conocimiento social y cultural de la población, y no, en algún beneficio directo a un sector específico de la población, como es el caso de la campaña que beneficia a los adultos mayores.	

53. Ayuntamiento de Morelia, Michoacán.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Prevención de lluvias”, con vigencia del 1 de julio al 31 de julio	Exhortar a la población a tomar las medidas necesarias derivadas de la temporada de lluvias.	No agrega	<p>Procedente: Protección civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona la protección y la asistencia a los ciudadanos ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y el entorno en 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.</p> <p>La acción en materia de prevención de desastres y emergencias por diversos fenómenos comprende el fomento de programas de orientación a la población.</p> <p>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.</p>	INE/CG109/2021 INE/CG334/2021 e INE/CG431/2021
“Semáforo verde- Juntos nos cuidamos todos”, con vigencia del 1 de julio al 31 de julio	Informar a la población que ya se pueden retomar actividades con mayor cotidianidad, pero continuar con las medidas básicas de	No agrega	<p>Procedente: La Constitución establece que toda persona tiene derecho a la protección de la salud. Aunado a lo anterior, el artículo 4 de dicha norma fundamental, establece que el derecho a la salud no se</p>	INE/CG109/2021 INE/CG334/2021 e INE/CG431/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	prevención de la salud ante el virus COVID-19.		<p>encuentra limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud, esto es, el derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana.</p> <p>Por lo que esta campaña tiene como finalidad mantener presentes las medidas preventivas entre la población derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, en razón de lo anterior, es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental por su vinculación directa con el concepto de salud.</p>	
<p>“Tercer Informe de Gobierno, Ayuntamiento de Morelia”, con vigencia del 9 de julio al 21 de julio</p>	<p>Informar a la ciudadanía los resultados, avances, programas realizados, obras y logros en general de la administración municipal 2018-2021.</p>	<p>No agrega</p>	<p>Improcedente: El artículo 35, fracción VIII, numeral 4, tercer párrafo de la CPEUM establece con claridad que durante el tiempo que comprende el proceso de Consulta Popular, desde la convocatoria y hasta la conclusión de la jornada, deberá suspenderse la difusión en los medios de comunicación de toda propaganda gubernamental de cualquier orden de gobierno, salvo aquellas que tengan como fin difundir campañas de información de las autoridades electorales, las relativas a los servicios educativos y de salud, o las necesarias para la protección civil en casos de emergencia.</p> <p>En ese sentido, un informe de labores contiene los resultados, avances, programas realizados, obras y logros en general de la administración de que se trate, por tanto, debe considerarse como propaganda gubernamental y no esta permitida su difusión durante el proceso consultivo de mérito.</p> <p>Ahora bien, en el formulario no se motiva ni fundamenta que la presentación del informe anual del Gobierno Municipal deba llevarse a</p>	

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			cabo forzosamente en la fecha planteada, puesto bien podría llevarse a cabo posterior a la jornada consultiva, por ende, no se cumple el criterio de necesidad.	

54. Ayuntamiento de Nicolás Romero, Estado de México.

CAMPAÑA	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
"Nicolás Romero Seguro", vigencia del 15 de junio al 01 de agosto	Difundir los números de emergencia para brindar protección a la población de Nicolás Romero ante cualquier emergencia.	No agrega	Procedente. Protección civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona la protección y la asistencia a los ciudadanos ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y el entorno en el que vive. 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. En ese contexto, la campaña pretende poner a disposición de los habitantes de Nicolás Romero, los números de emergencia para atender cualquier eventualidad.	INE/CG172/2018, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021
"Protección Civil y Bomberos", vigencia 15 de junio al 01 de agosto	Brindar protección a la población ante posibles siniestros ocasionados por la temporada de lluvias.	No agrega	Procedente. Protección civil es el sistema por el que cada gobierno proporciona la protección y la asistencia a los ciudadanos ante cualquier desastre, con el fin de salvaguardar las vidas humanas, los bienes y el entorno en el que vive. 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. En ese contexto, la campaña proporciona información para prevenir accidentes debido a la temporada de lluvias, los números de emergencia para atender cualquier eventualidad.	INE/CG172/2018, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021

CAMPAÑA	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Vacunación COVID”, vigencia del 15 de junio al 01 de agosto	Brindar información sobre las fechas de vacunación contra el COVID-19, con la finalidad de avanzar hacia la inmunización y superar la pandemia.	No agrega	Procedente. La campaña tiene como objetivo que la población conozca cuándo y dónde recibirá la vacuna contra COVID- 19. Se considera primordial promover y realizar actividades relacionadas con la protección del derecho de gozar de buena salud. Por tanto, se estima considerar dentro del supuesto de excepción de la norma que mandata suspender la difusión de propaganda gubernamental durante Consulta Popular a este tipo de campañas.	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021
“Es hora de tu Colonia”, vigencia del 15 de junio al 01 de agosto	Garantizar el acceso a servicios básicos a los habitantes de alta marginación, así como reparar vialidades dañadas de manera severa debido a la temporada de lluvias.	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 si bien atiende a la población marginada, que otorga servicios básicos como luz, agua, drenaje, la promoción de la misma no cumple con el criterio de generalidad, ya que no se justifica su difusión durante la Consulta Popular, 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. ⁶⁶	
“Semáforo COVID”, vigencia del 15 de junio al 01 de agosto	Brindar información relacionada con la situación actual de la pandemia, proporcionando horarios de las actividades permitidas de conformidad con el color del semáforo epidemiológico.	No agrega	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	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021

⁶⁶ 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.

CAMPAÑA	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud.</p> <p>Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, este Consejo considera que es procedente la solicitud, por lo que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante la Consulta Popular, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.</p>	
<p>“Becas Bicentenario”, vigencia del 15 de junio al 01 de agosto</p>	<p>Incentivar a los jóvenes de Nicolás Romero para obtener una beca que les permita ampliar su preparación académica con el fin de obtener mejores oportunidades laborales.</p>	<p>No agrega</p>	<p>Improcedente. Si bien la campaña guarda relación con el concepto de educación, ya que se trata de la difusión de un programa de entrega de becas para evitar la deserción escolar, la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante la Consulta Popular, 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 caso⁶⁷.</p>	
<p>“San Pedro 2021”, vigencia del 15 de junio al 01 de agosto</p>	<p>Difundir las actividades artísticas y culturales a realizarse con motivo del 201 aniversario de la creación de Nicolás Romero como Municipio.</p>	<p>No agrega</p>	<p>Procedente. Se considera que la promoción nacional del país y de sus centros turísticos constituye una campaña de naturaleza educativa, que tiene sustento a partir del concepto integral que en torno a la educación proporciona el artículo 3° de la Constitución. Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía</p>	<p>CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021</p>

⁶⁷ Ídem

CAMPAÑA	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			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. Por lo que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante la Consulta Popular.	

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

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Secretaría del Bienestar, "Programa de Fomento de Proyectos Comunitarios", vigencia del 23 al 25 de julio	Publicar la entrega del premio al proyecto ganador del Programa de Fomento de Proyectos Comunitarios, con el fin de incentivar la participación de la población y generar un cambio cultural en diversas poblaciones indígenas.	Artículo 5 del Reglamento Interior de la Coordinación General de Comunicación Social del honorable Ayuntamiento del Municipio de Puebla	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo redes sociales.	
Secretaría del Bienestar, "Talleres jornadas de divulgación científica para docentes", vigencia del 15 al 24 de julio	Apoyar al Instituto Nacional de Astrofísica INAOE para la difusión de los talleres en diversas materias con la finalidad de generar oportunidades de capacitación y especialización para los docentes.	Artículo 5 del Reglamento Interior de la Coordinación General de Comunicación Social del honorable Ayuntamiento del Municipio de Puebla	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo redes sociales.	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Organismo operador del servicio de limpia "Descacharrización", vigencia del 15 de julio al 15 de agosto	Se trata de campañas de concientización permanente sobre la separación de desechos desde casa y comercio, con el objetivo de crear un cambio de hábitos en la ciudadanía respecto al tema de los desechos.	Artículo 5 del Reglamento Interior de la Coordinación General de Comunicación Social del honorable Ayuntamiento del Municipio de Puebla	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo redes sociales.	
Organismo Operador del Servicio de Limpia "Concientización de limpieza de ríos y barrancas", vigencia del 15 de julio al 15 de agosto.	Se trata de campañas de concientización permanente sobre la separación de desechos desde casa y comercio, con el objetivo de crear un cambio de hábitos en la ciudadanía respecto al tema de los desechos.	Artículo 5 del Reglamento Interior de la Coordinación General de Comunicación Social del honorable Ayuntamiento del Municipio de Puebla	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo redes sociales.	
Organismo Operador del Servicio de Limpia, "Concientización de limpieza de aceras y alcantarillas", vigencia del 15 de julio al 15 de agosto	Se trata de campañas de concientización permanente sobre la separación de desechos desde casa y comercio, con el objetivo de crear un cambio de hábitos en la ciudadanía respecto al tema de los desechos.	Artículo 5 del Reglamento Interior de la Coordinación General de Comunicación Social del honorable Ayuntamiento del Municipio de Puebla	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo redes sociales.	
Instituto de la Juventud, "Mes de la Juventud 2021", vigencia del 1 al 31 de agosto	Fomentar la inclusión a través de convocatorias, actividades y eventos, promover la participación de la juventud dentro de distintos ámbitos, con el objetivo de generar condiciones de igualdad y propiciar un desarrollo óptimo y mejorar sus condiciones de vida.	Artículo 5 del Reglamento Interior de la Coordinación General de Comunicación Social del honorable Ayuntamiento del Municipio de Puebla	Procedente: El concepto de educación abarca, también, el acceso al disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado, quien tiene a su cargo promover los medios para la difusión y desarrollo de la cultura, atendiendo a la diversidad cultural en todas sus manifestaciones y expresiones con pleno respeto a la libertad creativa. Por tanto, este tipo de campañas deben ser consideradas como exceptuadas de la prohibición constitucional	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Secretaría de Desarrollo Urbano y Sustentabilidad, "Campamento de verano misión rescate planeta tierra", vigencia del 1 de julio al 31 de agosto.	Desarrollo de actividades lúdicas y recreativas basadas en un programa de educación ambiental no formal y actividades al aire libre que fomenten la sensibilización y valoración de los ecosistemas	Artículo 5 del Reglamento Interior de la Coordinación General de Comunicación Social del honorable Ayuntamiento del Municipio de Puebla	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino en redes sociales, carteles y lonas.	
Secretaría de Turismo, "200 años de la leyenda del Chile en Nogada", vigencia del 18 de junio al 30 de septiembre.	Contribuir en el crecimiento económico y turístico a través de la realización de la Temporada Gastronómica	Artículo 5 del Reglamento Interior de la Coordinación General de Comunicación Social del honorable Ayuntamiento del Municipio de Puebla	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino en redes sociales, parabuses, metro y revistas.	
Instituto Municipal de Arte y Cultura, "Festival Itinerante de "El Chile en Nogada", vigencia del 31 de julio al 15 de agosto.	Promover y difundir el patrimonio e identidad cultural a través de la gastronomía poblana, en específico el tradicional "Chile en Nogada"	Artículo 5 del Reglamento Interior de la Coordinación General de Comunicación Social del honorable Ayuntamiento del Municipio de Puebla	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino en redes sociales.	
Contraloría Municipal, "Difusión Contenido del Código de Ética del H. Ayuntamiento de Puebla", vigencia del 7 de julio al 15 de agosto	Dar a conocer a los servidores públicos y a la ciudadanía, instrumentos que promuevan la rendición d cuentas en la gestión pública.	Artículo 5 del Reglamento Interior de la Coordinación General de Comunicación Social del honorable Ayuntamiento del Municipio de Puebla	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino solo redes sociales.	
Contraloría Municipal, "Difusión de la Contraloría Municipal en línea Capítulo IV Diálogos por la Gestión Pública", vigencia del 19 de julio al 26 de agosto	Dar a conocer a los servidores públicos y a la ciudadanía, instrumentos que promuevan la rendición d cuentas en la gestión pública.	Artículo 5 del Reglamento Interior de la Coordinación General de Comunicación Social del honorable Ayuntamiento del Municipio de Puebla	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino en la página oficial, redes sociales y periódicos.	
"Convocatoria Anual para ser parte de los Consejos de Participación Ciudadana", vigencia del 1 al 30 de julio	Fomentar la participación ciudadana a través de una convocatoria en la que se podrán postular los ciudadanos para la integración del Consejo de Participación Ciudadana.	Artículo 5 del Reglamento Interior de la Coordinación General de Comunicación Social del honorable Ayuntamiento del Municipio de Puebla	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino en redes sociales y medio impreso.	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Secretaría de Turismo, "Puebla en 7 días", vigencia del 18 de junio al 30 de septiembre	Fomentar la reactivación económica y turística tras la pandemia por COVID-19.	Artículo 5 del Reglamento Interior de la Coordinación General de Comunicación Social del honorable Ayuntamiento del Municipio de Puebla	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino en páginas web, redes sociales, parabuses, metro, pantallas y revistas.	
Coordinación General de Comunicación Social, "Déjate encantar por la Ciudad de Puebla", vigencia del 15 de junio al 30 de septiembre	Fomentar la reactivación económica y turística tras la pandemia por COVID-19, incrementando el conocimiento del patrimonio cultural e histórico que alberga la ciudad de Puebla.	Artículo 5 del Reglamento Interior de la Coordinación General de Comunicación Social del honorable Ayuntamiento del Municipio de Puebla	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino redes sociales, parabuses, vallas y pendones.	
Secretaría de Turismo, "Noche de Museos Julio", vigencia del 20 al 27 de julio.	Fomentar la reactivación económica y turística tras la pandemia por COVID-19.	Artículo 5 del Reglamento Interior de la Coordinación General de Comunicación Social del honorable Ayuntamiento del Municipio de Puebla	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión no implica radio y televisión, sino en redes sociales.	

56. Sistema Municipal para el Desarrollo Integral de la Familia del Ayuntamiento de Toluca de Lerdo, estado de México.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
"La Comunidad y la Familia con sus Adultos Mayores", con vigencia del 15 de julio al 1 de agosto	Creas espacios en casa adecuados para la familia y sus adultos mayores en donde sea posible realizar actividades recreativas, educativas y manualidades de acuerdo a las necesidades del grupo familiar.	Artículo 3, fracción IX de la Ley que crea a los Organismos Públicos Descentralizados de Asistencia Social, de carácter Municipal, denominados "Sistemas Municipales para el Desarrollo Integral de la Familia"; 1, 2, 3, fracciones III, XIII, XIV, XXVII, XXVIII, XL, XLI, XLII y XLIII, 19, Ter, fracción V, 30, 31 y 39 de la Ley del Adulto Mayor y artículos 1, 2, 3, 4, 5, fracciones II, III, V, VI y XI, 6, fracciones III y V, 8, 10, fracciones IX, XII y XIII, 12, 39 y 40 de la Ley de Asistencia Social del Estado de México y Municipios.	Improcedente: Del formulario remitido se desprende que la difusión no implica radio y televisión, sino a través de infografías y videos en redes sociales.	
"DIFundiendo valores", con vigencia del 28 de febrero al 31 de diciembre	Aportar información y conocimientos a las familias del municipio, para su desarrollo	Artículo 3 de la Ley que crea a los Organismos Públicos Descentralizados de Asistencia Social, de carácter Municipal,	Improcedente: En el formulario remitido se establece que la	

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	integral, así como brindarles herramientas para afrontar de la mejor manera las probables consecuencias dentro de las familias, por el confinamiento generado por la pandemia del SARS-Cov2 (COVID-19).	denominados "Sistemas Municipales para el Desarrollo Integral de la Familia"; 8, 9, 10, 11 y 12 de la Ley de Asistencia Social del Estado de México y Municipios.	difusión es vía Facebook y no implica la radio y televisión ⁶⁸ .	
"Voluntariado juvenil FOTSI", con vigencia del 1 de noviembre del 2020 al 31 de diciembre del 2021	Generar programas y actividades que favorezcan a las comunidades vulnerables (apoyo a personas que tuvieron un incendio perdiendo su hogar, a las familias que carecen de empleo, personas en situación de calle, otorgándoles ayuda con despensa, paquetes de pañales, juguetes, etc) en alianza con asociaciones civiles, pequeñas y medianas empresas, así como lograr una transformación social y solidaria apoyando al mayor número de comunidades en situación de vulnerabilidad.	Artículo 3 de la Ley que crea a los Organismos Públicos Descentralizados de Asistencia Social, de carácter Municipal, denominados "Sistemas Municipales para el Desarrollo Integral de la Familia"; 8, 9, 10, 11, 12, 39 y 40 de la Ley de Asistencia Social del Estado de México y Municipios.	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 incentivo a los jóvenes a apoyar a la comunidad vulnerable entregando ayudas de despensas, juguetes, etc., la promoción de la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante la Consulta Popular, en el entendido de que la información que se pretenda difundir durante esta etapa, 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 ⁶⁹ .	

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

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Secretaría de Servicios Municipales	Implementar estrategias y acciones para retirar de las calles residuos sólidos	No agrega	Improcedente. De acuerdo a lo establecido en el formulario la solicitud no se refiere a una	INE/CG334/2021

⁶⁸ Resulta importante resaltar que esta campaña se analizó y determinó procedente en el Acuerdo INE/CG334/2021, sin embargo, en esta ocasión se detalla de manera explícita que la misma está siendo difundida por la red social, motivo por el cual debe declararse improcedente.

⁶⁹ *Ídem*

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Mejoramiento de la Imagen Urbana”, vigencia del 1 al 31 de julio	mediante el barrido vial, buscando concientizar a la ciudadanía, minimizando los focos de infección y los riesgos de sufrir un accidente por parte de un transeúnte al no contar con iluminación necesaria en las calles.		campaña gubernamental sino al ejercicio de las obligaciones y facultades de la Secretaría de Servicios Municipales a fin de realizar un barrido vial, balizamiento y cambio de luminarias.	
CAIC Juárez, “Clases Virtuales”, vigencia del 1 de marzo al 31 de julio	Apoyar la educación de los niños y niñas, sin que tengan que salir de casa y arriesgar a su familia a contraer COVID-19. (alumnos de preescolar)	No agrega	Improcedente. De acuerdo a lo establecido en el formulario la solicitud no se refiere a una campaña gubernamental sino al ejercicio de las obligaciones y facultades del CAIC Juárez a fin de realizar actividades que complemente el programa “aprende en casa”. Además, se estima que, si bien el programa “Aprende en casa” guarda relación con el concepto de educación, también es cierto que dicho programa corresponde a la Secretaría de Educación Pública, a través de la Subsecretaría de Educación Básica.	INE/CG334/2021
CAIC Juárez, “Clases Virtuales por pandemia de Covid 19”, vigencia del 1 de marzo al 31 de julio	Propiciar el aprendizaje en los niños en edad preescolar. Con diseño de actividades lúdicas y utilizando las herramientas tecnológicas ZOOM	No agrega	Improcedente. De acuerdo a lo establecido en el formulario la solicitud no se refiere a una campaña gubernamental sino al ejercicio de las obligaciones y facultades del CAIC Juárez a fin de realizar actividades que complemente el programa “aprende en casa”. Además, se estima que, si bien el programa “Aprende en casa” guarda relación con el concepto de educación, también es cierto que dicho programa corresponde a la Secretaría de Educación Pública, a través de la Subsecretaría de Educación Básica.	INE/CG334/2021
CAIC Juárez, “Clases en Línea”, vigencia del 1 de marzo al 31 de julio	Que los niños aprendan todas las herramientas necesarias y sus aprendizajes sean satisfactorios con el programa Aprende en Casa	No agrega	Improcedente. De acuerdo a lo establecido en el formulario la solicitud no se refiere a una campaña gubernamental sino al ejercicio de las obligaciones y facultades del CAIC Juárez a fin	INE/CG334/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	con la modalidad de clases en línea (niños de 4 a 6 años)		de realizar actividades que complemente el programa "aprende en casa". Además, se estima que, si bien el programa "Aprende en casa" guarda relación con el concepto de educación, también es cierto que dicho programa corresponde a la Secretaría de Educación Pública, a través de la Subsecretaría de Educación Básica.	
CAIC Juárez, "Clases Virtuales", vigencia del 1 de marzo al 31 de julio	Una educación complementaria a distancia, adecuada y segura debido a la pandemia del Covid-19	No agrega	Improcedente. De acuerdo a lo establecido en el formulario la solicitud no se refiere a una campaña gubernamental sino al ejercicio de las obligaciones y facultades del CAIC Juárez a fin de realizar actividades que complemente el programa "aprende en casa". Además, se estima que, si bien el programa "Aprende en casa" guarda relación con el concepto de educación, también es cierto que dicho programa corresponde a la Secretaría de Educación Pública, a través de la Subsecretaría de Educación Básica.	INE/CG334/2021
CAIC Juárez, "Clases Virtuales", vigencia del 1 de marzo al 31 de julio	El alumno adquiera un aprendizaje significativo de manera virtual, permitiéndole desarrollar sus habilidades y destrezas, generando en ellos un ambiente de armonía y confianza (niños de 3 a 5 años)	No agrega	Improcedente. De acuerdo a lo establecido en el formulario la solicitud no se refiere a una campaña gubernamental sino al ejercicio de las obligaciones y facultades del CAIC Juárez a fin de realizar actividades que complemente el programa "aprende en casa". Además, se estima que, si bien el programa "Aprende en casa" guarda relación con el concepto de educación, también es cierto que dicho programa corresponde a la Secretaría de Educación Pública, a través de la Subsecretaría de Educación Básica.	INE/CG334/2021

58. Ayuntamiento de El Mante, Tamaulipas. La solicitud remitida por el Ayuntamiento contiene formatos de campañas que pretenden emitir otros entes públicos del Gobierno del Estado, por lo que se detallará en cada uno de los casos qué ente es el solicitante.

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Protección Civil de Tamaulipas, "Ciclones y Desastres Naturales", con vigencia 1 de junio al 30 de septiembre	Habilitar y dar asistencia en albergues disponibles para la población en riesgo	No agrega	Procedente. El derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. La acción en materia de prevención de accidentes comprende el fomento de programas de educación y orientación a la población. Lo anterior tiene una evidente finalidad de educación en caso de inundaciones o ciclones, por lo cual atendiendo al concepto integral de educación que proporciona el artículo 3 de la carta magna, resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de educación y de protección civil en casos de emergencia, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de fenómenos naturales, contribución a la disminución de riesgos y prevención de una situación de emergencia.	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021
Secretaría de Salud de Tamaulipas, "Supervisión de acciones de brigadas", con vigencia del 15 de julio al 1 de agosto	Capacitar al personal para concientizar a la población sobre las medidas preventivas de COVID-19 y los golpes de calor, así como la instalación de módulos de hidratación.	No agrega	Procedente. Al respecto, la campaña encuadra en los supuestos de excepción a la prohibición impuesta por la Constitución en materia de propaganda gubernamental, pues es evidente su relación con los servicios de protección de la salud al informar sobre 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	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>informan de las medidas preventivas que se han de tomar ante las altas temperaturas climáticas y crean una cultura de prevención de riesgos.</p> <p>Es así que, al vincularse con el concepto constitucional de salud, deben quedar exceptuadas de las reglas de propaganda gubernamental, pues en el sentido amplio, se fomenta un interés general de la sociedad por salvaguardar el derecho humano como es la vida y a promover la protección del derecho a gozar de buena salud, entendido como un estado de completo bienestar físico, mental y social.</p>	
<p>Secretaría de Salud de Tamaulipas, "Promoción de Medidas Preventivas de COVID-19", con vigencia del 15 de julio al 1 de agosto</p>	<p>Concientizar sobre las medidas preventivas de COVID-19</p>	<p>No agrega</p>	<p>Procedente: La campaña tiene como finalidad informar a la población y crear conciencia sobre las medidas preventivas ante el COVID-19.</p> <p>En atención a lo anterior, el artículo 4° de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud.</p> <p>Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, se considera adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental por su vinculación directa con el concepto de salud.</p>	<p>INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021</p>
<p>Secretaría de Salud de Tamaulipas, "Promoción para evitar el golpe de calor", con vigencia del 15 de julio al 1 de agosto</p>	<p>Promover las medidas necesarias para evitar golpes del calor en la población.</p>	<p>No agrega</p>	<p>Procedente: Al respecto, esta campaña encuadra en el supuesto de excepción a la prohibición impuesta por la Constitución en materia de propaganda gubernamental, pues es evidente su relación con los servicios educativos y de</p>	<p>INE/CG334/2021</p>

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>salud que son indispensables para la población y la protección de su salud, y que tienen como finalidad la prolongación de la vida.</p> <p>Dicho en otras palabras, esta campaña relativa a prevenir golpes de calor informando a la población de las medidas preventivas correspondientes por la temporada de calor está relacionada directamente con el concepto de educación y salud integral que proporciona la CPEUM.</p> <p>Es así que, al vincularse con el concepto constitucional de educación u salud, debe quedar exceptuada de las reglas de propaganda gubernamental, pues en sentido amplio, se fomenta un interés general de la sociedad por salvaguardar el derecho humano a la vida y promover la protección del derecho a gozar de buena salud, entendido como un estado de completo bienestar físico, mental y social.</p>	
<p>Secretaria de Salud de Tamaulipas, "Acciones de complemento de esquemas de vacunación", con vigencia del 15 de julio al 1 de agosto</p>	<p>Complementar los esquemas de vacunación de la población</p>	<p>No agrega</p>	<p>Procedente: Según la Organización Mundial de la Salud, el derecho a la protección de la salud es "el derecho de cualquier persona a conseguir el grado máximo de salud que se pueda lograr sin distinción de raza, religión, ideología política o condición económica o social."</p> <p>Asimismo, el artículo 4° de la CPEUM, mandata el derecho que tiene toda persona a la protección de la salud.</p> <p>Por lo que, esta campaña se encuentra vinculada al concepto de salud y por lo tanto encuadra en los conceptos de excepción a la prohibición de difundir propaganda gubernamental.</p>	<p>INE/CG109/2021</p>
<p>Secretaria de Salud de Tamaulipas, "Fumigación y</p>	<p>Supervisión de acciones de fumigación, supervisión de saneamiento básico</p>	<p>No agrega</p>	<p>Improcedente: La campaña está vinculada con el concepto de protección civil, al buscar llevar</p>	<p>INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021</p>

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Saneamiento básico”, con vigencia del 15 de julio al 1 de agosto	(descacharre), reunión de coordinación semanal en las distintas colonias de la población.		cabo acciones de saneamiento en diversas colonias de la población; sin embargo 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 el periodo de la Consulta Popular, 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. Secretaría de Integración y Bienestar Social del Gobierno de Baja California.

Campaña	Objetivo	Fundamentación y motivación	Calificación	Condiciones similares
“Alimentación que transforma”, vigencia del 15 de julio al 1 de agosto.	Contribuir a la disminución de los efectos que la mala nutrición ocasiona, tales como la desnutrición, el sobrepeso y la obesidad, en la población que se encuentra en condiciones de vulnerabilidad, marginación o pobreza extrema en el Estado de Baja California, mediante la entrega de alimentos preparados y acciones de orientación y educación alimentaria.	Artículos 3º de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Baja California; 91 y 93 de la Ley de Desarrollo Social del Estado de Baja California y Reglas de Operación del programa “Alimentación que transforma”.	Improcedente: Si bien la campaña guarda relación con el concepto de salud y educación, ya que se trata de la difusión de un programa social que ofrece alimentos preparados a personas vulnerables y da orientación alimentaria, la promoción de la misma no cumple con los criterios de generalidad y necesidad, ya que no se justifica su difusión durante la Consulta Popular, 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. ⁷⁰	
“Generando Bienestar”, vigencia	Promocionar los apoyos del programa con el objetivo de	Artículos 3º de la Ley Orgánica de la Administración Pública del	Improcedente: Al igual que la campaña anterior, se trata de la	

⁷⁰ 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.

Campaña	Objetivo	Fundamentación y motivación	Calificación	Condiciones similares
del 15 de julio al 1 de agosto.	impactar en el bienestar social y el desarrollo de la población que sufre pobreza, vulnerabilidad y marginación extremas, otorgando apoyos a la población en situación vulnerable.	Estado de Baja California; 91 y 93 de la Ley de Desarrollo Social del Estado de Baja California y Reglas de Operación del programa "Generando Bienestar".	difusión de programas sociales que ofrecen apoyos a diversos sectores de la población de Baja California, la promoción de la misma no cumple con los criterios de generalidad y necesidad, ya que no se justifica su difusión durante la Consulta Popular, 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 como es el caso. ⁷¹	
"Difusión de capacitaciones", vigencia del 15 de julio al 1 de agosto.	Promocionar las capacitaciones que se realizan a los servidores públicos y ciudadanos en temas de salud, bienestar, sustento económico, igualdad sustantiva, derechos humanos y pueblos originarios.	Artículos 30 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Baja California; 91 y 93 de la Ley de Desarrollo Social del Estado de Baja California	Procedente. La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a promocionar los ciclos de conferencias, capacitaciones y actividades que buscan ampliar sus conocimientos en diferentes temas y, ya que estas actividades corresponden a la educación informal y contribuyen a combatir la violencia de género.	INE/CG334/2021

60. Dirección de Comunicación Social del Gobierno del estado de Durango.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
"Contra la violencia", con vigencia del 15 de julio al 1 de agosto	Inhibir conductas violentas dentro del hogar, favoreciendo la equidad de género y la presentación de denuncias en casos de abuso, ya que los índices de violencia intrafamiliar son una preocupación para el gobierno del estado.	No agrega	Procedente: La violencia familiar tiene graves consecuencias inmediatas y a largo plazo para el desarrollo psicológico y social de las personas, las familias, las comunidades y los países, por lo que se debe evaluar este problema como una prioridad de salud pública y tomar medidas para prevenirla y resolverla. Como producto del	INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG245/2019 e INE/CG109/2021

⁷¹ *idem*

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			confinamiento y la pandemia, los índices de violencia de género han incrementado, por lo que la campaña "Contra la violencia" tiene como objetivo informar a la población y así inhibir la violencia dentro del hogar, y en su caso fomentar la cultura de la denuncia y así prevenir y combatir la violencia de género. En ese sentido, se estima pertinente exceptuar la campaña por encontrarse vinculada con los conceptos de educación y salud..	
"Corte de circulación y cierre de calles", con vigencia del 15 de julio al 1 de agosto	Informar a la población sobre la circulación vehicular y cierre de calles parciales y totales, por obras en proceso, a fin de privilegiar la fluidez y el uso de vías alternas.	No agrega	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.	INE/CG109/2021
"Vacunación", con vigencia del 15 de julio al 1 de agosto	Dar a conocer a la población las fechas y lugares para la aplicación de la vacuna, por sectores y lugares de residencia.	No agrega	Procedente: El artículo 4° de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende acciones preventivas	INE/CG109/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud.</p> <p>Así derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, es adecuado exceptuar esta campaña de difundir propaganda gubernamental por su vinculación directa con el concepto de salud.</p>	
<p>“Más allá”, con vigencia del 15 de julio al 1 de agosto</p>	<p>Favorecer la reactivación económica a través del sector turismo, actividad que genera un número importante de empleos, incentivando esta actividad dentro y fuera del estado para favorecer la presencia de turistas.</p>	<p>No agrega</p>	<p>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.</p> <p>Lo anterior, toda vez que la Norma Fundamental concibe la educación como una forma integral del ser humano, misma que no se reduce a la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural del pueblo, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida, costumbres y gastronomía, entre otros.</p> <p>En consecuencia, resulta evidente que la promoción del 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</p>	<p>INE/CG172/2018, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG431/2021</p>

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			de diversos sitios de interés, por si belleza geográfica, importancia histórica, cultural y costumbres. Máxime cuando esta próximo un periodo vacacional.	
“Un regreso seguro y digno a la escuela”, con vigencia del 15 de julio al 1 de agosto	Informar a la población de temas relacionados a las condiciones en que asistirán los alumnos, entregas de uniformes escolares y artículos de limpieza para la desinfección de escuelas.	No agrega	Procedente: La campaña guarda relación con el concepto de educación al ofrecer información acerca del regreso a la escuela, hace referencia a la entrega de uniformes escolares y artículos de limpieza para la desinfección, derivado de la pandemia que se vive a nivel mundial. En ese sentido, la misma cumple con los criterios de necesidad, ya que durante el periodo de difusión de la Consulta Popular se debe informar sobre estas acciones para el siguiente ciclo escolar que se avecina.	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021
“Durango en sequía. Tendamos la mano”, con vigencia del 15 de julio al 1 de agosto	Dar a conocer a los sectores productivos y familias, los esquemas para entregar los apoyos extraordinarios.	No agrega	Improcedente: Al igual que la campaña anterior, esta campaña guarda relación con el concepto de salud, ya que se trata de la difusión de un programa social que otorga apoyos a productores agrícolas, ganaderos y familias en condiciones de vulnerabilidad, la misma no cumple con los criterios de necesidad y generalidad, ya que no se justifica su difusión durante el periodo correspondiente a la Consulta Popular, 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. ⁷²	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021
“Prevención del suicidio”, con vigencia del 15 de julio al 1 de agosto	Emitir mensajes que permitan la detección oportuna de personas que presentan síntomas de	No agrega	Procedente: De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud, por salud se entiende pues un estado de completo	INE/CG334/2021

⁷² Ídem.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	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.		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.	

61. Dirección General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Nayarit.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
"Prevenir es Vivir", con vigencia del 1 de julio al 31 de agosto	Brindar recomendaciones para prevenir accidentes viales en temporada de lluvias, así como la difusión de la línea de emergencia 9-1-1.	No agrega	Procedente: Por un lado, la difusión de la línea de emergencia 911, se trata de información institucional con fines educativos, pues instruye a la población sobre las herramientas que permiten alertar a las autoridades de la existencia de una emergencia médica, de protección civil o de un delito, lo que coadyuva con las labores de prevención y persecución de los mismos y a salvaguardar la vida e integridad de las personas y cosas. Por el otro, las acciones en materia de prevención de accidentes comprenden la adopción de diversas medidas entre las que se encuentra el fomento de programas de educación y orientación a la población, particularmente se trata de educación para la salud, que tiene como finalidad la prolongación de la vida humana.	INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			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.	
“¡Gánale al COVID!”, con vigencia del 1 de julio al 31 de agosto	Informar a la ciudadanía sobre las medidas de prevención de contagios, así como concientizar sobre los riesgos que esta enfermedad genera.	No agrega	Procedente: El artículo 4° de la CPEUM establece que toda persona tiene derecho a la salud, sin que este derecho se encuentre limitado a la prestación de servicios médicos por parte del Estado, sino que comprende también acciones preventivas que permitan a la población evitar situaciones que deterioren su salud. Así, derivado de la pandemia mundial por la presencia del COVID-19, por lo que se considera que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental, por su vinculación directa con los conceptos de protección civil y salud.	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG431/2021
“Donación de sangre”, con vigencia del 1 de julio al 31 de agosto	Fomentar que las personas elegibles para donar sangre acudan al Banco de Sangre a realizar su donación.	No agrega	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 los órganos o la sangre; y por otro lado, incrementa la seguridad sanguínea y garantiza el acceso constante y universal a la sangre, además de mejorar la calidad de vida de las personas que reciben la donación, les permite seguir viviendo, por lo que se considera adecuada la solicitud y la campaña como exceptuada de la prohibición	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			constitucional de difundir propaganda gubernamental.	
"Salud mental", con vigencia del 1 de julio al 31 de agosto	Brindar ayuda a personas en situación de crisis por ansiedad, estrés o depresión, lo que puede coadyuvar en la prevención del suicidio.	No agrega	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.	INE/CG334/2021

62. Coordinación General de Comunicación y Agenda Digital del Gobierno del estado de Puebla.

CAMPAÑA	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
"Temporada de Chile en Nogada", vigencia del 15 de julio al 1 de agosto.	Promover y difundir la gastronomía poblana como Patrimonio Cultural de la Humanidad para reactivar la economía y el turismo.	Artículos 3, fracción V; 4 párrafo décimo segundo; 26; 41, párrafo segundo, Base III, apartado C Constitucionales; 209, numeral 1 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales; 21 de la Ley General de Comunicación Social; 1, fracciones III y IV; 3, 6; 21; 31, fracciones II, IV, VI y VII de la Ley de Cultura del Estado de Puebla; 2, fracciones XIII, XIV y XV, 59; 60; 61 fracciones II, III, IV, V, VII; 63; 65 y 67 de la Ley de Turismo del Estado de Puebla; y 7, numeral 8 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral.	Procedente. Se considera que la promoción de la gastronomía nacional y 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	CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021

CAMPAÑA	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>de nuestra cultura, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida y costumbres, entre otros.</p> <p>En consecuencia, resulta evidente que la promoción de un platillo emblemático del estado de Puebla se inserta en el concepto de educación, al permitir a la población conocer la existencia de diversos sitios de interés, por su belleza geográfica, importancia histórica, cultural, gastronómica y costumbres.</p>	
<p>“No estás sola”, vigencia del 15 de julio al 1 de agosto</p>	<p>Contribuir a que se garantice el acceso de las mujeres a una vida libre de violencia, a través de la implementación de una estrategia integral basada en la atención especializada y en la sensibilización, concientización y promoción de información que impulse la transformación social y cultural en favor de la igualdad.</p>	<p>Artículos 41, párrafo segundo, Base III, apartado C Constitucionales; 209, numeral 1 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales; 21 de la Ley General de Comunicación Social; 14, fracciones I, II, III y IV de la Ley General de Acceso de las Mujeres a Una Vida Libre de Violencia; 29, fracciones VI y VII; 52, fracción I, 60, fracción V y 162, fracción II de la Ley Estatal de Salud y 7, numeral 8 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral.</p>	<p>Procedente. La campaña tiene como objetivo promover y difundir medidas de prevención y atención de delitos contra las mujeres, a través de mecanismos de fácil acceso y de respuesta inmediata a la población. Sobre lo señalado, este Órgano estima oportuno recordar que en años anteriores se han exceptuado campañas similares por vincularse con un tema de educación precisamente por la prevención y erradicación de la violencia contra la mujer, por lo que se estima procedente exceptuar la campaña.</p>	<p>INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021</p>
<p>“Anticorrupción”, vigencia del 15 de julio al 1 de agosto</p>	<p>Promover la honestidad entre la ciudadanía y los servidores públicos, lo que contribuye a la eficiencia del servicio público.</p>	<p>Artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 209, numeral 1 de la Ley General de Instituciones y</p>	<p>Procedente. Esta campaña es acorde al concepto de educación, porque incentiva el cumplimiento de las obligaciones de los funcionarios públicos y con ello</p>	<p>INE/CG334/2021</p>

CAMPAÑA	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
		Procedimientos Electorales; 21 de la Ley General de Comunicación Social, y 7, numeral 8 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral.	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.	
“Regreso a clases seguro”, vigencia del 15 de julio al 1 de agosto.	Garantizar que el regreso a clases sea seguro pese a la pandemia originada por el covid-19, garantizando que en el regreso a la nueva normalidad, se evite un rebrote de la enfermedad.	Artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 209, numeral 1 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales; 21 de la Ley General de Comunicación Social, y 7, numeral 8 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral.	Procedente. La campaña guarda relación con el concepto de educación al ofrecer información acerca del regreso a la escuela y hace referencia a medidas preventivas para evitar la enfermedad. En ese sentido, la misma cumple con los criterios de necesidad, ya que durante el periodo de difusión de la Consulta Popular se debe informar sobre estas acciones para el siguiente ciclo escolar que se avecina.	
“Prevención por temporada de lluvias”, vigencia del 15 de julio al 1 de agosto.	Difundir acciones de prevención y respuesta ante desastres naturales como la temporada de lluvias	Artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 209, numeral 1 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales; 21 de la Ley General de Comunicación Social, y 7, numeral 8 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral.	Procedente. El derecho de protección a la salud tiene como finalidad la prolongación de la vida humana. La acción en materia de prevención de accidentes comprende el fomento de programas de educación y orientación a la población. Lo anterior tiene una evidente finalidad de educación en caso de inundaciones o ciclones tropicales, por lo cual atendiendo al concepto integral de educación que proporciona el artículo 3° de la carta magna, resulta evidente que esta campaña está amparada en la excepción correspondiente al concepto de educación, por el conjunto de conocimientos sobre las acciones a seguir en caso de	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021

CAMPAÑA	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			fenómenos naturales, contribución a la disminución de riesgos y prevención de una situación de emergencia.	

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

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
“Lineamientos para el regreso a clases presenciales”, con vigencia del 7 de julio al 31 de diciembre	Difundir las acciones que deberán seguir las escuelas para el eventual regreso a clases presenciales, así como darlo a conocer también a la población lo que deben cumplir las escuelas y generar un sentido de corresponsabilidad para lograr un regreso a las aulas de la manera más segura, ordenada y de manera colaborativa.	Artículo 4 último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Querétaro.	Procedente: El artículo 3° de 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 un regreso a clases adecuado bajo las medidas sanitarias pertinentes derivado de la pandemia. Asimismo, la CPEUM en su artículo 4° 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 la salud. Así, esta campaña se encuentra vinculada con los conceptos de educación y salud, por lo que es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental.	INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG431/2021
“Expo Sierra”, con vigencia del 26 de junio al 31 de julio	Promocionar los atractivos turísticos de la Sierra Gorda, a través de un evento que se ha realizado año con año en Querétaro, fomentando la reactivación del turismo.	Artículo 4 último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Querétaro.	Procedente: Se considera que la promoción de cualquier parte del país y sus regiones con mayor índice turístico 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	INE CG75-2012, CG83-2013, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>la educación que se recibe por medio de la actividad docente y que amplía su espectro del conocimiento social y cultural, al aprovechamiento de los recursos y al acrecentamiento de nuestra cultura, siendo que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 4° de la CPEUM, los aspectos culturales comprenden el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado en la materia, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones; es decir, el conjunto de conocimientos sobre los distintos lugares, formas de vida, costumbres y gastronomía, entre otros.</p>	
<p>“Temporada de festivales”, con vigencia del 1 de julio al 31 de julio</p>	<p>Acercar a las familias a actividades culturales a fin de tener un tiempo de esparcimiento mientras se encuentran en casa, con la difusión de actividades presenciales y virtuales.</p>	<p>Artículo 4 último párrafo de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Querétaro.</p>	<p>Procedente: El artículo 3° de la Constitución señala que el Estado debe alentar el fortalecimiento y la difusión de nuestra cultura. Aunado a lo anterior, el artículo 4° 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.</p>	<p>INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG431/2021</p>

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

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
Secretaría de Educación del Estado de Tamaulipas, "Periodo Vacacional", con vigencia del 10 de junio al 10 de agosto	Dar a conocer el periodo vacacional, reingreso a clases e inscripciones a los estudiantes, padres de familia, tutores y docentes; Ampliar y fortalecer la educación a los alumnos de escuelas de educación básica, media y superior.	Artículos 134, párrafo octavo; 41, apartado C, segundo párrafo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 209, numeral 1 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.	Procedente: La Constitución concibe la educación como necesaria para la formación integral del ser humano, por lo que se considera pertinente exceptuar las campañas relativas a informar e incentivar que los niños y adolescentes sean inscritos y asistan a la escuela. Así, esta campaña se encuentra vinculada con el concepto de educación y es adecuado exceptuarla de la prohibición de difundir propaganda gubernamental.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
Secretaría de Educación del Estado de Tamaulipas, "Regreso a clases", con vigencia del 10 de junio al 10 de agosto	Dar a conocer el reingreso a clases e inscripciones a los estudiantes, padres de familia, tutores y docentes. Ampliar y fortalecer la educación a los alumnos de escuelas de educación básica, media y superior.	Artículos 134, párrafo octavo; 41, apartado C, segundo párrafo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 209, numeral 1 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.	Procedente: Al igual que la campaña anterior, se encuentra vinculada con el concepto de educación, así de acuerdo con lo establecido por el artículo 3° de la Constitución, y como un derecho básico de niñas, niños y adolescentes, es adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental, ya que tiene como fin difundir información acerca del reingreso a clases, el programa piloto de regreso a clases presenciales, e inscripciones, lo cual es de vital importancia ya que incentiva la educación formal que imparte el Estado.	CG83-2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
Secretaría de Educación del Estado de Tamaulipas, "Salud mental en niños y adolescentes", con vigencia del 10 de junio al 10 de agosto	Dar a conocer las herramientas disponibles y al alcance de menores de edad para garantizar su salud mental. Coordinar estrategias y programas de prevención y control de la salud integral infantil y del adolescente, con el objeto de mejorar los niveles de salud de los menores de diez años,	Artículos 134, párrafo octavo; 41, apartado C, segundo párrafo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 209, numeral 1 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.	Procedente: La Organización Mundial de la Salud señala que la salud es un estado completo de bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades. Por otra el artículo 4° de la CPEUM, establece el derecho que tiene toda persona a la protección de la salud. Así, esta campaña se encuentra vinculada con el concepto de salud	CG75/2012, CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018, INE/CG119/2019, INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG431/2021

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	<p>promoviendo estilos de vida saludables brindando servicios de salud con enfoque de género, así como la prevención del embarazo en adolescentes.</p>		<p>y se considera como parte de las excepciones que marca el texto constitucional para la difusión de propaganda gubernamental al promover la prevención y cuidado de la misma.</p>	
<p>Secretaría de Educación del Estado de Tamaulipas, "Actividad deportiva", con vigencia del 10 de junio al 10 de agosto</p>	<p>Dar a conocer los espacios necesarios para el fomento del sano esparcimiento, con la finalidad de mantener la paz social, fomentar los valores sociales y familiares, y la disciplina. Coadyuvar en la reconstrucción del tejido social.</p>	<p>Artículos 134, párrafo octavo; 41, apartado C, segundo párrafo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 209, numeral 1 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.</p>	<p>Procedente: La campaña está orientada a construir una cultura por la actividad física mediante la difusión de los espacios adecuados para el sano esparcimiento, asimismo, promueve la unión familiar y la reconstrucción del tejido social. Así, esta campaña se encuentra vinculada con el concepto de educación y salud pues encuadra en los supuestos del artículo 4º Constitucional relativos al derecho que se tiene a gozar de un sano esparcimiento para el desarrollo integral en relación con el derecho a la cultura física y a la práctica de deporte. En ese sentido, se considera adecuado exceptuar esta campaña de la prohibición de difundir propaganda gubernamental.</p>	<p>INE/CG/120/2015, INE/CG264/2015 INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021</p>
<p>Secretaría de Salud del Estado de Tamaulipas, "Medidas de Prevención", con vigencia del 10 de junio al 10 de agosto</p>	<p>Brindar al usuario una orientación mediante técnicas de como ajustarse a la nueva realidad, las medidas preventivas recomendadas para continuar cuidando de su salud, con la finalidad de reducir la ansiedad y angustia que pueda estar causando el regreso a actividades.</p>	<p>Artículos 134, párrafo octavo; 41, apartado C, segundo párrafo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 209, numeral 1 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.</p>	<p>Procedente: Al igual que la campaña anterior, se encuentra vinculada con el concepto de salud, que tiene como fundamento constitucional el artículo 4º. En ese sentido, la difusión de información acerca de salud y contingencia ante el coronavirus son de vital importancia para el bienestar social. Así, esta campaña debe ser considerada dentro de las excepciones constitucionales de difundir propaganda gubernamental.</p>	<p>INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG431/2021</p>
<p>Secretaría de Salud del Estado de Tamaulipas, "Terapia Psicológica", con vigencia del 10 de junio al 10 de agosto</p>	<p>Dar a conocer el contacto telefónico para recibir la atención necesaria por medio de consulta psicológica individual, grupal y de pareja, apoyando a niñas, niños,</p>	<p>Artículos 134, párrafo octavo; 41, apartado C, segundo párrafo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 209, numeral 1 de la Ley General de Instituciones y</p>	<p>Procedente: Como en campañas previas, al estar vinculada con el concepto de salud y brindar el apoyo a la ciudadanía que lo necesite, debe considerarse como parte de las excepciones a la</p>	<p>INE/CG109/2021, INE/CG334/2021 e INE/CG431/2021</p>

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
	adolescentes, adultos y adultos mayores.	Procedimientos Electorales.	prohibición de difundir propaganda gubernamental.	
Secretaría de Salud del Estado de Tamaulipas, "Jornadas Medicas", con vigencia del 10 de junio al 10 de agosto	Brindar al usuario información acerca de las jornadas médicas que diariamente, a través de unidades móviles se pone a su disposición atención médica en localidades sin acceso a servicios de la salud fijos.	Artículos 134, párrafo octavo; 41, apartado C, segundo párrafo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 209, numeral 1 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.	Procedente. Se trata de información institucional con fines educativos, pues instruye a la población sobre días de jornadas médicas que permiten alertar a la ciudadanía de las fechas y lugares donde se llevarán a cabo, en localidades sin servicios de salud cercanos, lo que coadyuva con las labores de prevención a salvaguardar la vida y salud de las personas. Así, puede ser considerado dentro del concepto de salud y como parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional.	INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017, INE/CG172/2018 e INE/CG109/2021
Protección Civil de Tamaulipas, "Contingencia Ambiental", con vigencia del 10 de junio al 10 de agosto	Brindar al usuario información veraz y relevante acerca de las contingencias ambientales que se presenten en el estado, así como prevención y teléfonos de emergencia.	Artículos 134, párrafo octavo; 41, apartado C, segundo párrafo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 209, numeral 1 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.	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, se considera que la campaña tiene fines de protección civil, pues informa a la población sobre la prevención y teléfonos de emergencia en caso de contingencias ambientales, y forma parte de las excepciones a las prohibiciones que en materia de propaganda gubernamental impone el texto constitucional, ya que fortalece la cultura de la prevención.	INE/CG109/2021 e INE/CG334/2021
Protección Civil de Tamaulipas, "Prevención de accidentes en casa", con vigencia del 10 de junio al 10 de agosto	Brindar al usuario información veraz y relevante acerca de las contingencias y medidas de prevención sobre peligros habituales en casa habitación, así como prevención y teléfonos de emergencia.	Artículos 134, párrafo octavo; 41, apartado C, segundo párrafo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 209, numeral 1 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.	Procedente: De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud, un accidente es cualquier acontecimiento fortuito, generalmente dañino, causado por un agente externo y que puede causar lesiones o trastornos mentales en quienes lo sufren. Al permanecer en casa más tiempo durante la cuarentena, el riesgo de accidentes domésticos es mayor	

ENTE PÚBLICO Y CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN	CONDICIONES SIMILARES
			<p>que cuando se sale de casa. Ante la contingencia por la pandemia de COVID-19, es importante mantener a la población informada sobre los riesgos en casa y en su caso sobre los teléfonos de emergencia. Así, esta campaña encuadra en el concepto de protección civil y se exceptúa de la prohibición a la difusión de propaganda gubernamental.</p>	

65. La propaganda gubernamental que se difunda no podrá incluir nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público, ni hacer referencias visuales o auditivas a las frases, imágenes, voces o símbolos que pudieran ser constitutivos de propaganda política o electoral, **ni contener logotipos, slogans o cualquier otro tipo de referencias al gobierno federal o a algún otro gobierno, o a sus campañas institucionales.**

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

66. Aún sin mediar la solicitud prevista en el Acuerdo INE/CG352/2021, la difusión de propaganda gubernamental de los poderes federales, estatales o municipales y cualquier otro ente público estará permitida siempre y cuando se ajuste a los criterios jurisdiccionales, administrativos o en su caso las normas reglamentarias emitidas por este Consejo General.
67. Cualquier contravención a lo señalado en el presente instrumento se procederá conforme al Libro Octavo de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.
68. Ahora bien, en el Acuerdo INE/CG352/2021 se detallaron los conceptos jurisdiccionales y criterios administrativos, así como el procedimiento para la recepción de solicitudes, plazos y el formulario que deberá acompañar a las mismas. En ese sentido, la fecha límite para la recepción de solicitudes fue el pasado quince de junio, por lo que cualquier solicitud extemporánea será desechada por la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos bajo dicha causal, no obstante, a efecto de claridad y certeza, se mencionan

aquellas solicitudes que se recibieron posterior a la fecha límite y que por tanto no se realizará el análisis a la luz de los criterios de necesidad, importancia, temporalidad, generalidad y de fundamentación y motivación que complementan las interpretaciones realizadas por la Sala Superior y de este Instituto.

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

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

DEPENDENCIA	CAMPAÑAS	FECHA EN QUE SE RECIBIERON
Dirección Municipal de Educación del Ayuntamiento de Durango, Durango	"Programa de educación para la vida"; "Programa de educación de calidad, equitativa e inclusiva"; "Programa de educación complementaria", y "Programa de Fortalecimiento a la identidad duranguense".	16 de junio de 2021
Dirección General del Fideicomiso Museo Morelense de Arte Contemporáneo Juan Osorio	Difusión de la exposición In-Visible"; "Campaña La Selfie"; "Campaña Museo Seguro"; "Campaña de difusión para Programas Públicos"; "Recorridos Virtuales"; "Difusión de la exposición "Revisiones al Acervo de Juan Soriano", y "Campaña Visita el MMAC".	18 de junio de 2021
Ayuntamiento de Tejupilco, Estado de México	"Módulo de pruebas COVID-19"	18 de junio de 2021
Unidad de Transparencia e Información Municipal	"Difusión de la Cultura de Acceso a la Información y Privacidad"	21 de junio de 2021

En razón de los Antecedentes y Considerandos expresados, y con fundamento en lo dispuesto por los artículos 35, fracción VIII, Apartados 1º. y 5º; 41, bases III, Apartados A, B y C, párrafo segundo; V, Apartado A, párrafos primero y segundo, y 134, párrafos séptimo y octavo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 3, 6 y 21 de la Ley General de Comunicación Social; 1, numerales 1 y 2; 2, numeral 1, incisos b) y c); 29, numeral 1; 30, numeral 1, inciso h); 34, numeral 1, inciso a); 35, numeral 1; 44, numeral 1, incisos n), aa) y jj); 160, numerales 1 y 2; 162 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales; 23, numeral 1,

inciso d); 26, numeral 1, inciso a) y 49 de la Ley General de Partidos Políticos; 26, fracción VI, 40, 41 y 42 de la Ley Federal de Consulta Popular; 4, numeral 2; 7, numerales 3, 8, 11; 67, numerales 1, 2 y 3 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, Decreto emitido por el Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, publicado el veintiocho de octubre de dos mil veinte, en el DOF, por el que se emitió la Convocatoria de Consulta Popular; Decreto emitido por el Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos por el que se reformó el artículo primero transitorio del Decreto por el cual se expidió la convocatoria de Consulta Popular; resulta procedente que este Consejo General del Instituto Nacional Electoral emita el presente:

ACUERDO

PRIMERO.- Se responde a las consultas formuladas en materia de propaganda gubernamental relacionadas con lo dispuesto en el artículo 35, fracción VIII, numeral 4, tercer párrafo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, para el proceso de la Consulta Popular 2021, conforme a lo establecido en los puntos subsecuentes de este Acuerdo.

SEGUNDO.- En términos de lo dispuesto en la parte final de la jurisprudencia 18/2011, emitida por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, las campañas de información, servicios educativos, de salud y las de protección civil en casos de emergencia, a que se refiere el artículo 35, fracción VIII, numeral 4, tercer párrafo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; deberán colmar los principios de equidad e imparcialidad que rigen los procesos electorales.

TERCERO.- Deberá suprimirse o retirarse toda propaganda gubernamental en todos los medios de comunicación social, incluidos internet, redes sociales y medios impresos, tanto de los gobiernos de los estados, como de los municipios, y cualquier otro ente público, en los términos y con las excepciones establecidas en el artículo 35, fracción VIII, numeral 4, tercer párrafo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, a partir del quince de julio y hasta el primero de agosto de dos mil veintiuno, 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 35, fracción VIII, numeral 4, tercer 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.	Comisión Nacional del Agua	Protección a centros de población, versión Prevención Lluvias y Ciclones Tropicales 2021".
2.	Instituto Mexicano del Seguro Social	1. "Consejos PREVENIMSS", y 2. "IMSS Digital, versiones CHKT en línea y reporte especial".
3.	Secretaría de Cultura	"Actividades y Servicios Culturales".
4.	Instituto Nacional de Antropología e Historia	"Difusión de la Cultura y del Patrimonio Antropológico e Histórico".
5.	Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura	"Difusión de la Cultura y Patrimonio Artístico y Literario".
6.	Centro Cultural y Turístico de Tijuana	"Promoción de Bienes y Servicios Culturales".
7.	Secretaría de Salud	1. "Alimentación saludable por amor a la vida", y 2. "Vacunación contra COVID-19, versiones varias".
8.	Consejo Nacional de Población	"Derechos sexuales y reproductivos entorno rural, versión ¡Yo decido! y ¡Yo exijo respeto!".
9.	Lotería Nacional	1. "Si juegas, gana México, versiones 1) La esperanza de ganar, es no rendirse, 2) La esperanza de ganar, es para todos y todas y 3) La esperanza de ganar, vive en ti"; 2. "Sorteos de Apoyos Especiales, versiones 1) Premio especial, 2) Propiedades y 3) Testimoniales", y 3. "250 años del primer Sorteo, versión Historias de 250 años".
10.	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".
11.	Coordinación General de Comunicación Social y Vocería y Secretaría de las Culturas y Artes, ambos del Gobierno del estado de Oaxaca	"Guelaguetza".
12.	Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno del estado de Oaxaca	1. "Protección civil 2021"; 2. "Vacunación Covid", y 3. "Promoción cultural de Oaxaca".
13.	Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del estado de Oaxaca	1. "Prevención de la Pornografía Infantil (Pon un alto a la pornografía infantil)"; 2. "Explotación Laboral Infantil (rompe la cadena de trata)", y 3. "Te creo en corto (convocatoria de cortometrajes para prevenir el abuso sexual infantil)".
14.	Secretaría de las Culturas y Artes de Oaxaca	1. "Atención a Primera Infancia a través del Arte y la Cultura "Alas y Raíces Oaxaca"; 2. "Oaxaqueñas memorables contemporáneas, "Alas y Raíces Oaxaca", y 3. "Fortaleciendo tradiciones en pueblos indígenas, afromexicano y mestizos de Oaxaca".

No.	Ente público	Propaganda
15.	Alcaldía Tlalpan de la CdMx	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Lotería de la Adicciones"; 2. "Tlalpan se protege"; 3. "Salud y Bienestar"; 4. "Juntos por la salud mental"; 5. "Mujeres Unidas"; 6. "La prevención comienza en casa"; 7. "Disfrutemos Tlalpan"; 8. "Huellitas", y 9. "¿Qué te cuesta?".
16.	Coordinación General de Comunicación Social e Imagen Institucional del Gobierno de Coahuila de Zaragoza	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Promoción de Capacitación Turística"; 2. "Sé práctico"; 3. "Tú eres parte"; 4. "#TuristaResponsable"; 5. "Vinos y Dinos"; 6. "Haz turismo en Coahuila"; 7. "Hazlo por ti y hazlo por todos"; 8. "Prevención de Incendios", y 9. "Campaña de Verano".
17.	Dirección de Protección Ambiental y Desarrollo Sustentable del Ayuntamiento de Centro Villahermosa, Tabasco	"Infografía para difusión de efemérides ambientales"
18.	Ayuntamiento de Centro Villahermosa, Tabasco	"Clases virtuales CENDIS" "Clases Virtuales de Academias"
19.	Secretaría de Marina Armada de México	"Bicentenario de la Armada de México", versión: "Búsqueda y rescate en la mar",
20.	Comisión Nacional Contra las Adicciones	"Campaña Nacional contra las adicciones y promoción de la salud mental",
21.	Centro de Integración Juvenil	"CIJ te acompaña",
22.	Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores	"Tu crédito Infonavit se transforma. ASÍ DE CLARO, EN LETRAS GRANDES"
23.	Ayuntamiento de Palo Alto del Llano Aguascalientes	"Programa de Prevención de Riesgos por Temporada de Lluvias",
24.	Instituto Veracruzano de la Cultura	"31ª Feria Nacional del Libro Infantil y Juvenil Xalapa 2021"
25.	Servicios de Salud de Veracruz	"Soy donador Altruista"
26.	Secretaría de Trabajo, Previsión Social y Productividad de Veracruz	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Jornadas de Conciliación Permanentes"; 2. "Campaña permanente contra el trabajo infantil"; 3. "Vinculación Laboral: Talleres para buscadores de empleo"; 4. "VALPAR"; 5. "Subprograma Capacitación para la Empleabilidad", y 6. "Cursos ICATVER".
27.	Dirección Municipal de Comunicación Social del Ayuntamiento de Durango, Durango	"No te relajes ante el COVID-19"
28.	Dirección de Salud Pública Municipal del Ayuntamiento de Durango, Durango	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Hospital del Niño, Banco de Medicamento y Banco de Leche Maternizada"; 2. "Centro de Atención Animal y Hospital Veterinario"; 3. "Atención y servicio en panteones municipales"; 4. "Transporte y verificación de rastros"; y 5. "Salud mental".
29.	Ayuntamiento de Corregidora, Querétaro	"Operativo Preventivo Temporada de Lluvias".

No.	Ente público	Propaganda
30.	Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del estado de Aguascalientes	1. "Prevención del maltrato infantil, Yo veo, Yo denunció", y 2. "Concientización a favor de adultos mayores, Es momento de".
31.	Secretaría de Desarrollo Social del Gobierno del estado de Aguascalientes	1. "Contigo Vamos", y 2. "Fortalecimiento de las Organizaciones de la Sociedad Civil, Vertiente Capacitación a las Organizaciones de la Sociedad Civil".
32.	Alcaldía Álvaro Obregón de la CdMx	1. "Estrategia de salud comunitaria: Por mí, para todos", y 2. "Planeación participativa para la elaboración de agendas ciudadanas locales de la alcaldía Álvaro Obregón".
33.	Dirección de Educación, Cultura y Recreación del Ayuntamiento de Centro Villahermosa, Tabasco	1. "Ajedrez", y 2. "Programa de eventos culturales del municipio Centro, Tabasco".
34.	Ayuntamiento de Nezahualcóyotl, Estado de México	"Vacunas anticovid-19",
35.	Coordinación de Protección Civil Municipal del Ayuntamiento de Nezahualcóyotl, Estado de México	"Gas L.P Uso y recomendaciones para el mismo"
36.	Ayuntamiento de Nicolás Romero, Estado de México	1. "SISC y alarmas vecinales"; 2. "Puerta Violeta"; 3. "Nicolás Romero seguro"; 4. "Protección Civil y Bomberos"; 5. "Vacunación Covid"; 6. "Semáforo Covid", y 7. "San Pedro 2021".
37.	Instituto de la Juventud del Ayuntamiento de Puebla, Puebla	"Mes de la Juventud 2021"
38.	Ayuntamiento de Tepetlixpa, Estado de México	"Estrategia conjunta de vacunación COVID-19 EDOMEX".
39.	Sistema Municipal para el Desarrollo Integral de la Familia de Toluca	"Jornadas Nacionales de Salud Pública"
40.	Jefatura de Biblioteca del Municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Fomento a la lectura con niños y adultos"
41.	Dirección de Educación del Municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Pláticas y/o conferencias de educación para la salud"
42.	Secretaría del Campo del Municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	1. "Sanidad Vegetal"; 2. "Vacunación"; 3. "Inocuidad en los productos cárnicos y lácteos"; 4. "Campaña para fomentar la eliminación de productos agroquímicos de alta residualidad"; 5. "Talleres de capacitación en manejo integral del hato ganadero", y 6. "Inocuidad en la producción hortícola".
43.	Dirección de Bomberos y Protección Civil de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Difusión de medidas preventivas en materia de protección civil por fenómenos afectables a la ciudadanía"
44.	Seguridad Pública de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Operativo cazadores de tormentas"
45.	Dirección de Movilidad y Transporte del Municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Campaña Naranja"
46.	Presidencia Municipal de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	"Adopción canina y felina"

No.	Ente público	Propaganda
47.	Secretaría de Desarrollo Humano y Social, y Dirección de Sanidad del Municipio de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Medidas preventivas COVID-19"; 2. "Prevención para la Mujer"; 3. "Prevención de enfermedades crónico-degenerativas"; 4. "Consejería en planificación familiar", y 5. "Prevención de enfermedades diarreicas".
48.	Unidad Básica de Rehabilitación del Ayuntamiento de Tulancingo de Bravo, Hidalgo	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Cursos Taller de formación continua", y 2. "Servicio de atención psicológica y pedagógica para proteger la salud mental y mejorar las habilidades cognitivas de los estudiantes ante el regreso a clases presenciales".
49.	Ayuntamiento de El Mante, Tamaulipas	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Ciclones y desastres naturales"; 2. "Supervisión de acciones de brigadas"; 3. "Promoción de medidas preventivas de COVID-19"; 4. "Promoción para evitar el golpe del calor", y 5. "Acciones de complemento de esquemas de vacunación".
50.	Secretaría de Integración y Bienestar Social del Gobierno de Baja California.	"Difusión de capacitaciones"
51.	Coordinación General de Comunicación Ciudadana del Gobierno de la Ciudad de México	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Covid-19: diversas atenciones por Covid 19"; 2. "Contra la violencia de género y discriminación por género"; 3. "Derechos de los ciclistas";
52.	Sistema de Transporte Colectivo del Gobierno de la Ciudad de México	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Atención al usuario y avisos sobre el servicio del sistema de transporte colectivo"; 2. "Prevención COVID-19", y 3. "Seguridad de las Personas Usuarías".
53.	Secretaría de Salud y Bienestar Social del Gobierno del estado de Colima	"CuidaT"
54.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Colima	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Prevenir es vivir", y 2. "911 y 089"
55.	Dirección de Comunicación Social del Gobierno del estado de Durango	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Campaña contra la violencia"; 2. "Campaña de corte de circulación y cierre de calles"; 3. "Campaña de Vacunación"; 4. "Campaña más allá"; 5. "Campaña un regreso seguro y digno a la escuela", y 6. "Prevención del suicidio".
56.	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del Estado de México	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Apoya al sector salud, cuidándote"; 2. "Aprendiendo juntos, clases virtuales"; 3. "Detección oportuna de cáncer de mama"; 4. "Elige no tener diabetes, obesidad o hipertensión"; 5. "La prevención de violencia en el hogar"; 6. "La prevención continua"; 7. "Línea sin violencia / Red naranja"; 8. "Los servicios de emergencia no son broma / Extorsión telefónica"; 9. "Temporada de lluvias"; 10. "Turismo medidas preventivas Covid", y 11. "Yo consumo local".
57.	Ayuntamiento de Morelia, Michoacán	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Prevención de Lluvias" 2. "Semáforo verde- Juntos nos cuidamos todos"
58.	Fideicomiso Turismo Morelos del Gobierno del estado de Morelos	"Acércate a la Naturaleza",

No.	Ente público	Propaganda
59.	Dirección General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Nayarit.	1. "Prevenir es vivir"; 2. "¡Gánale al COVID!"; 3. "Donación de sangre", y 4. "Salud mental".
60.	Coordinación General de Comunicación y Agenda Digital del Gobierno del estado de Puebla	1. "Temporada de chile en nogada"; 2. "No estás sola"; 3. "Anticorrupción"; 4. "Regreso a clases seguro", y 5. "Prevención por temporada de lluvias".
61.	Unidad de Comunicación Social y Atención Ciudadana del Poder Ejecutivo del estado de Querétaro	1. Lineamientos para el regreso a clases presenciales"; 2. "Expo Sierra"; 3. "Temporada de festivales"; 4. "Agenda cultural (cartelera)", y 5. "Cultura del agua/El agua hace la diferencia".
62.	Secretaría de Salud del Estado de Tamaulipas	"Línea de apoyo ante coronavirus"
63.	Protección Civil del Gobierno del estado de Tamaulipas	1. "Teléfono de emergencia 911"; 2. "Ángeles Azules"; 3. "Contingencia Ambiental", y 4. "Prevención de accidentes en casa".
64.	Secretaría de Educación del Estado de Tamaulipas,	1. "Periodo Vacacional"; 2. "Regreso a clases"; 3. "Salud mental en niños y adolescentes", y 4. "Actividad deportiva".
65.	Secretaría de Salud del Estado de Tamaulipas	1. Medidas de Prevención"; 2. "Terapia Psicológica", y 3. "Jornadas Médicas".

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

- d) La propaganda podrá incluir el nombre de la dependencia y su escudo oficial como medio identificativo, siempre y cuando éstos no se relacionen de manera directa con la gestión de algún gobierno o administración federal o local.
- e) La propaganda no podrá contener logotipos, slogans o cualquier otro tipo de referencias al gobierno federal o a algún otro gobierno o administración, o a sus campañas institucionales, ni incluir elementos de propaganda personalizada de servidor público alguno.
- f) La propaganda exceptuada mediante este acuerdo, en todo momento, deberá tener fines informativos sobre la prestación de un servicio, alguna campaña de educación o de orientación social, por lo que no está permitida la exaltación, promoción o justificación de algún programa o logro obtenido en los gobiernos local o federal o de alguna administración específica.
- g) La difusión de la propaganda que se encuadre en los supuestos establecidos en el artículo 35, fracción VIII, numeral 4, tercer párrafo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos deberá hacerse durante el periodo que sea estrictamente indispensable para cumplir con sus objetivos.

SEXTO.- Aún sin mediar la solicitud prevista en el INE/CG352/2021, la difusión de propaganda gubernamental de los poderes federales, estatales o municipales y cualquier otro ente público estará permitida siempre y cuando se ajuste a los criterios jurisdiccionales, administrativos o en su caso las normas reglamentarias emitidas por este Consejo General.

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

OCTAVO.- Durante la emisión radiofónica denominada “La Hora Nacional” deberá suprimirse toda alusión a propaganda de poderes públicos o de cualquier ente público durante el tiempo que comprende el periodo de difusión del proceso de Consulta Popular, desde la convocatoria y hasta la conclusión de la jornada consultiva. Asimismo, no podrán difundirse frases o referencias al gobierno federal o a algún otro gobierno, o a sus campañas institucionales, ni elementos de propaganda personalizada de servidor público alguno. Asimismo, debe abstenerse de difundir logros de gobierno, obra pública e incluso, emitir información dirigida a justificar o convencer a la población de la pertinencia de una administración en

particular, o bien, información sobre programas y acciones que promuevan innovaciones en bien de la ciudadanía; así como las referencias visuales o auditivas a las frases, imágenes, voces o símbolos que pudieran ser constitutivos de propaganda política o electoral.

NOVENO.- Los portales de los entes públicos en Internet deberán abstenerse de difundir logros de gobierno, así como referencias visuales o auditivas a las frases, imágenes, voces o símbolos que pudieran incidir de manera positiva o negativa en el resultado de la Jornada Consultiva. Lo anterior no implica, bajo ningún supuesto, que los entes públicos dejen de cumplir las obligaciones en materia de transparencia y acceso a la información.

DÉCIMO.- El presente Acuerdo entrará en vigor a partir del quince de julio y concluirá su vigencia al día siguiente de la jornada consultiva.

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

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

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

DÉCIMO CUARTO.- Se instruye al Secretario Ejecutivo para que, una vez finalizada la Jornada Consultiva de la Consulta Popular 2021, rinda un informe sobre el número de solicitudes desechadas por extemporaneidad, adicionales a las señaladas en el presente Acuerdo.

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

El presente Acuerdo fue aprobado en lo general en sesión ordinaria del Consejo General celebrada el 30 de junio de 2021, por votación unánime de los Consejeros Electorales, Maestra Norma Irene De La Cruz Magaña, Doctor Uuc-kib Espadas Ancona, Doctora Adriana Margarita Favela Herrera, Maestro José Martín Fernando Faz Mora, Carla Astrid Humphrey Jordán, Doctor Ciro Murayama Rendón, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas, Maestro Jaime Rivera Velázquez, Doctor José Roberto Ruiz Saldaña, Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez y del Consejero Presidente, Doctor Lorenzo Córdova Vianello.

Se aprobó en lo particular por lo que hace al promocional denominado “Tu crédito Infonavit se transforma”, en los términos del Proyecto de Acuerdo originalmente circulado, por diez votos a favor de los Consejeros Electorales, Maestra Norma Irene De La Cruz Magaña, Doctor Uuc-kib Espadas Ancona, Doctora Adriana Margarita Favela Herrera, Maestro José Martín Fernando Faz Mora, Carla Astrid Humphrey Jordán, Doctor Ciro Murayama Rendón, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas, Maestro Jaime Rivera Velázquez, Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez y del Consejero Presidente, Doctor Lorenzo Córdova Vianello, y un voto en contra del Consejero Electoral, Doctor José Roberto Ruiz Saldaña.

**EL CONSEJERO PRESIDENTE DEL
CONSEJO GENERAL**

**EL SECRETARIO DEL
CONSEJO GENERAL**

**DR. LORENZO CÓRDOVA
VIANELLO**

**LIC. EDMUNDO JACOBO
MOLINA**