

*Gobierno del Estado
Libre y Soberano de Chihuahua*



Registrado como
Artículo
de segunda Clase de
fecha 2 de Noviembre
de 1927

Todas las leyes y demás disposiciones supremas son obligatorias por el sólo hecho de publicarse en este Periódico.

Responsable: La Secretaría General de Gobierno. Se publica los Miércoles y Sábados.

Chihuahua, Chih., miércoles 04 de abril de 2018.

No. 27

Folleto Anexo

ACUERDO N° INE/CG172/2018

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

2017-2018

SIN TEXTO

INE/CG172/2018**ACUERDO DEL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL MEDIANTE EL CUAL SE RESPONDE A LAS CONSULTAS PRESENTADAS AL AMPARO DEL INE/CG03/2017 RELACIONADAS CON PROPAGANDA GUBERNAMENTAL PARA LOS PROCESOS ELECTORALES FEDERAL Y LOCALES 2017-2018****ANTECEDENTES**

- I. **Criterios, plazo de presentación de solicitudes y formulario.** El trece de enero de dos mil diecisiete, en sesión extraordinaria del Consejo General del Instituto Nacional Electoral, 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.
- II. **Catálogo Nacional de Emisoras.** El veintiséis de octubre de dos mil diecisiete, en la Décima Sesión Ordinaria del Comité de Radio y Televisión, 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 2017-2018, de los Procesos Electorales Locales coincidentes y el Periodo Ordinario durante dos mil dieciocho, para dar cumplimiento al artículo 173, numeral 5 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales y se actualiza el Catálogo de Concesionarios autorizados para transmitir en idiomas distinto al nacional y de aquellos que transmiten en lenguas indígenas que notifiquen el aviso de traducción a dichas lenguas”*, identificado como INE/ACRT/23/2017. Publicación ordenada mediante el diverso INE/CG488/2017.

Solicitudes presentadas

- III. **Solicitud del INAI.** El doce de diciembre de dos mil diecisiete, la Directora General de Comunicación Social y Difusión solicitó, mediante el oficio

INAI/DGCSD/448/17, que su Campaña Institucional sea vinculada con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

- IV. Solicitud de la SEDENA.** El veintiséis de diciembre de dos diecisiete, la Dirección General de Comunicación Social solicitó, mediante el oficio 12602, que sus campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.

Asimismo, mediante oficios 1819 y 1820, la referida Secretaría remitió información adicional respecto de la propaganda antes señalada.

- V. Solicitud del IFT.** El diez de enero de dos mil dieciocho, el Coordinador General de Vinculación Institucional solicitó, a través del oficio IFT/212/CGVI/021/2018, que su campaña sea vinculada a los conceptos de excepción del texto constitucional.

- VI. Solicitud de SEGOB.** El diecisiete de enero del presente año, la Subsecretaría de Normatividad de Medios de la Secretaría de Gobernación, mediante oficio SNM/001/2018, solicitó que fueran sometidas a la consideración del Consejo General cuarenta y cuatro solicitudes de dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, para que se vinculen con los conceptos de excepción a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental.

Las campañas en comento son las siguientes:

1. Secretaría de Gobernación;
2. Consejo Nacional de Población;
3. Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación;
4. Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres;
5. Instituto Nacional de Migración;
6. Servicio de Administración Tributaria;
7. Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro;
8. Lotería Nacional;
9. Pronósticos;
10. Servicio Nacional de Inocuidad y Calidad Agroalimentaria;
11. Secretaría de Comunicaciones y Transportes;
12. Caminos y Puentes Federales;

13. Servicio Geológico Mexicano;
14. Secretaría de Educación Pública;
15. Canal Once;
16. Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte;
17. Consejo Nacional de Fomento Educativo;
18. Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica;
19. Fondo de Cultura Económica;
20. Instituto Politécnico Nacional;
21. Universidad Pedagógica Nacional;
22. Secretaría de Salud;
23. Centro para la Salud de la Infancia y la Adolescencia;
24. Desarrollo Integral de la Familia;
25. Procuraduría Federal de la Defensa del Trabajo;
26. Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales;
27. Comisión Nacional del Agua;
28. Comisión Nacional Forestal;
29. Secretaría de Energía;
30. Secretaría de Turismo;
31. Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.;
32. Instituto Nacional de las Mujeres;
33. Procuraduría de la Defensa del Contribuyente;
34. Secretaría de Cultura;
35. Instituto Nacional de Antropología e Historia;
36. Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura;
37. Compañía Operadora del Centro Cultural y Turístico de Tijuana, S.A. de C.V.;
38. EDUCAL, S.A. de C.V.;
39. Radio Educación;
40. Estudios Churubusco Azteca, S.A.
41. Cineteca Nacional;
42. Instituto Nacional de Estudios Históricos de las Revoluciones de México;
43. Procuraduría General de la República, e
44. Instituto Mexicano del Seguro Social.

VII. Solicitud del Gobierno del estado de Coahuila. El ocho de febrero del presente año, el Fiscal de Personas Desaparecidas, mediante el formulario FORMDEPPP/DAI/001, presentó una campaña para que se vincule con los conceptos de excepción a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental.

- VIII. Solicitud de la Secretaría de Desarrollo Social del estado de Colima.** El nueve de febrero del presente año, a través de la Junta Local Ejecutiva de este Instituto, la referida Secretaría solicitó, mediante oficio SDS.DSD.047/2017, someter a consideración diversa propaganda gubernamental para que sea vinculada a los conceptos constitucionales.
- IX. Solicitud del Instituto Queretano de las Mujeres.** El veintiuno de febrero del presente año, se recibió en la Junta Local Ejecutiva en Querétaro, el oficio IQM/DG/JUR/023/2018, por el que el referido Instituto solicita que se analice su campaña respecto a la prohibición constitucional en materia de propaganda gubernamental.
- X. Solicitud de la Secretaría de Turismo de Querétaro.** El veintidós de febrero del presente año, mediante oficio ST/DPT/122/2018, esta Secretaría solicitó el análisis de propaganda turística para ser vinculada a las excepciones constitucionales.
- XI. Solicitud de la Secretaría de Desarrollo Económico del estado de Hidalgo.** El veintidós de febrero de dos mil dieciocho, se recibieron en la Junta Local Ejecutiva los oficios SEDECO/DGAyP/254/2018 y STPS/DJ/065/2018, en los que se solicita analizar propaganda gubernamental.
- XII. Solicitud del Gobierno del Estado de Coahuila de Zaragoza.** El veintitrés de febrero del presente año, se presentaron en la Junta Local Ejecutiva en Coahuila los oficios CGCII/014/2018, CGCII/015/2018, CGCII/016/2018, CGCII/017/2018 y CGCII/018/2018, por los que se solicita vincular a los conceptos de excepción diversa propaganda gubernamental.
- XIII. Solicitud del Gobierno del Estado de Oaxaca.** El veintitrés de febrero del presente año, fueron remitidas dos campañas para su análisis y en su caso vinculación con los conceptos de excepción a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental.
- XIV. Solicitud del INFONAVIT.** El veintiséis de febrero del presente año, el Secretario General y Jurídico, mediante oficio SGJ/012/18, remitió una campaña para que se vincule con los conceptos de excepción a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental.

- XV. Solicitud del Municipio de Ciudad Juárez, Chihuahua.** El veintiséis de febrero del presente año, se recibió en la Junta Local Ejecutiva en Chihuahua, un escrito por el que se somete a consideración de este Consejo General la difusión de diversa propaganda gubernamental.
- XVI. Solicitud de la Corporación para el Desarrollo Turístico de Nuevo León.** El veintiséis de febrero del presente año, se recibió en la Junta Local del Estado el oficio CFT-DG-35/2018, por el que solicita vincular una campaña de difusión a los conceptos exceptuados por la norma constitucional en materia de propaganda gubernamental.
- XVII. Solicitud del Ayuntamiento de Colima, Colima.** El veintiséis de febrero del presente año, se recibió en la Junta Local Ejecutiva en el Estado de Colima el *Formulario para la presentación de la información mínima necesaria para la atención de las consultas técnicas relacionadas con las excepciones previstas para la difusión de propaganda gubernamental* que fue presentado por la Dirección General Adjunta de Cultura y Educación y Dirección de Comunicación Social del referido Ayuntamiento.
- XVIII. Solicitud del Instituto Colimense de las Mujeres.** El veintiocho de febrero del presente año, la Directora General solicitó, mediante el oficio ICM.No.160/2018, que diversas campañas sean vinculadas con los conceptos de excepción a las reglas de suspensión de propaganda gubernamental.
- XIX. Solicitud de la Secretaría de Turismo del Municipio de Querétaro.** El veintiocho de febrero del presente año, a través de la Junta Local, el Director de Turismo y Asuntos Internacionales solicitó, mediante oficio OTAI/DTAI/48/2018, vincular a los conceptos de excepción a la prohibición constitucional diversa propaganda gubernamental.
- XX. Solicitud del Gobierno del estado de Tabasco.** El veintiocho de febrero del presente año, a través de la Junta Local Ejecutiva en el Estado de Tabasco, se recibió el oficio signado por el Coordinador General de Asuntos Jurídicos en el que solicita una excepción a la norma constitucional.
- XXI. Solicitud del Instituto para el Registro del Territorio del estado de Colima.** El veintiocho de febrero del presente año, se recibió en la Junta Local del Estado el oficio IRTE/DG0187/2018, en el que se solicita vincular

una campaña con los conceptos de excepción a la prohibición constitucional.

- XXII. Solicitud de la Comisión Intermunicipal de agua potable y alcantarillado de Colima y Villa de Álvarez.** El veintiocho de febrero del presente año, se recibió en la Junta Local del estado el oficio s/n mediante el cual se solicita al Consejo General analizar diversa propaganda gubernamental.
- XXIII. Solicitud del Instituto Colimense del Deporte.** El veintiocho de febrero del presente año, se recibió en la Junta Local del estado el oficio s/n mediante el cual el referido Instituto solicita al Consejo General analizar diversa propaganda gubernamental.
- XXIV. Solicitud del Instituto para la Atención de los Adultos en Plenitud del estado de Colima.** El veintiocho de febrero del presente año, se recibió en la Junta Local del estado el oficio s/n mediante el cual se solicita al Consejo General analizar diversa propaganda gubernamental.
- XXV. Solicitud del Instituto Estatal de Educación para Adultos del estado de Colima.** El veintiocho de febrero del presente año, se recibió en la Junta Local del estado el oficio s/n mediante el cual se solicita al Consejo General analizar diversa propaganda gubernamental.
- XXVI. Solicitud de la Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Colima.** El veintiocho de febrero del presente año, se recibió en la Junta Local del estado el oficio CGCS/0088/2018, mediante el cual se solicita que diversa propaganda sea vinculada con los conceptos de excepción a la prohibición constitucional en materia de propaganda gubernamental.

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 (CPEUM) y 29, numeral 1 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales

(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 de 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 candidatos independientes; es independiente en sus decisiones y funcionamiento, de conformidad con los artículos 41, Base III, apartados A y B, así como Base V de la CPEUM; 30 numeral 1, inciso h); 160, numeral 1 de la LGIPE y 7, numeral 3 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral (RRTME).
3. Como lo señalan los artículos 1, numeral 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 artículo 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) y 35, numeral 1 de la LGIPE, el Consejo General es el órgano superior de dirección del Instituto Nacional Electoral y es el responsable de vigilar el cumplimiento de las disposiciones constitucionales y legales en materia electoral.
7. El Consejo General del Instituto tiene como atribuciones vigilar que en lo relativo a las prerrogativas de los partidos políticos se actúe con apego a la propia ley, así como a lo dispuesto en los Reglamentos que al efecto expida; vigilar de manera permanente que el Instituto ejerza sus facultades como autoridad única en la administración del tiempo que corresponda al Estado en radio y televisión destinado a sus propios fines, a los de otras autoridades electorales federales y locales y al ejercicio del derecho de los Partidos Políticos Nacionales, agrupaciones políticas y candidatos de conformidad con lo establecido en la ley y demás leyes aplicables; conocer de las infracciones y, en su caso, imponer las sanciones que correspondan, en los términos previstos en la propia ley; así como dictar los acuerdos necesarios para hacer efectivas las anteriores atribuciones y las demás señaladas en la ley o en otra legislación aplicable. Lo anterior de conformidad con el artículo 44, numeral 1, incisos k), n), aa) y jj) de la LGIPE.

Procesos Electorales 2017-2018

8. El primero de julio del presente año, se celebrarán comicios para cargos de elección popular a nivel federal; así como a cargos a nivel local en los estados de Aguascalientes, Baja California Sur, Campeche, Chiapas, Chihuahua, Ciudad de México, Coahuila, Colima, Durango, Estado de México, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Sonora, Tabasco, Tamaulipas, Tlaxcala, Veracruz, Yucatán y Zacatecas.

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

9. Como se especificó en los Acuerdos INE/ACRT/23/2017 y su correspondiente INE/CG488/2017, en todas las emisoras de radio y canales de televisión, desde el inicio de las campañas y hasta el día de la Jornada Electoral, no podrá transmitirse propaganda gubernamental, salvo las que se ajusten a las excepciones contenidas en la CPEUM.
10. A partir del 30 de marzo del presente año, no podrá difundirse propaganda gubernamental en los medios de comunicación social incluyendo las emisoras de radio y canales de televisión, tomando en consideración la fecha de inicio de la etapa de campaña del Proceso Electoral Federal y la coincidencia de la Jornada Electoral del resto de los procesos electorales.

Sin embargo, para dotar de claridad este punto, se presentan los inicios del periodo de campaña de todas las entidades federativas, a saber:

Entidad Federativa	Inicio del periodo de campaña	Jornada Electoral
Federal	30 de marzo	01 de julio
Aguascalientes	14 de mayo	01 de julio
Baja California Sur	29 de abril	01 de julio
Campeche	29 de abril	01 de julio
Chiapas	29 de abril	01 de julio
Chihuahua	24 de mayo	01 de julio
Ciudad de México	30 de marzo	01 de julio
Coahuila	29 de abril	01 de julio
Colima	29 de abril	01 de julio
Durango	09 de mayo	01 de julio
Estado de México	24 de mayo	01 de julio
Guanajuato	30 de marzo	01 de julio
Guerrero	29 de abril	01 de julio
Hidalgo	29 de abril	01 de julio
Jalisco	29 de abril	01 de julio
Michoacán	14 de mayo	01 de julio
Morelos	29 de abril	01 de julio
Nuevo León	29 de abril	01 de julio
Oaxaca	19 de mayo	01 de julio
Puebla	29 de abril	01 de julio
Querétaro	14 de mayo	01 de julio
Quintana Roo	29 de abril	01 de julio
San Luis Potosí	29 de abril	01 de julio
Sinaloa	14 de mayo	01 de julio

Entidad Federativa	Inicio del periodo de campaña	Jornada Electoral
Sonora	19 de mayo	01 de julio
Tabasco	14 de abril	01 de julio
Tamaulipas	14 de mayo	01 de julio
Tlaxcala	29 de mayo	01 de julio
Veracruz	29 de abril	01 de julio
Yucatán	30 de marzo	01 de julio
Zacatecas	29 de abril	01 de julio

En el caso de que se celebren procesos electorales extraordinarios, la prohibición de difundir propaganda gubernamental entrará en vigencia con el inicio de la campaña electoral extraordinaria correspondiente y concluirá al día siguiente de la Jornada Electoral respectiva.

Informes de labores de los servidores públicos

11. El artículo 242, numeral 5, de la LGIPE establece que el informe anual de labores o gestión de los servidores públicos, así como los mensajes que para darlos a conocer se difundan en los medios de comunicación social, no serán considerados como propaganda, siempre que la difusión se limite a una vez al año en estaciones y canales con cobertura regional correspondiente al ámbito geográfico de responsabilidad del servidor público y no exceda de los siete días anteriores y cinco posteriores a la fecha en que se rinda el informe. En ningún caso, la difusión de tales informes podrá tener fines electorales, ni realizarse dentro del periodo de campaña electoral.
12. Cabe mencionar, que la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación se ha pronunciado respecto al tema en distintas ocasiones, como lo son la tesis de jurisprudencia 4/2015 de rubro **COMPETENCIA. CORRESPONDE AL INSTITUTO NACIONAL ELECTORAL CONOCER DE LAS DENUNCIAS SOBRE LA DIFUSIÓN DEL INFORME DE LABORES FUERA DEL ÁMBITO GEOGRÁFICO DE RESPONSABILIDAD DE QUIEN LO RINDE.**

Asimismo, deben recordarse las tesis aisladas LXXVI/2015 de rubro **INFORMES DE GESTIÓN LEGISLATIVA. SU CONTENIDO DEBE ESTAR RELACIONADO CON LA MATERIALIZACIÓN DEL ACTUAR PÚBLICO**; la tesis XXII/2015 de rubro **INFORME DE LABORES DE DIPUTADOS LOCALES. ES VÁLIDA SU DIFUSIÓN EN TODA LA ENTIDAD**

FEDERATIVA y la tesis LVIII/2015 de rubro *INFORMES DE GESTIÓN LEGISLATIVA. DEBEN RENDIRSE UNA SOLA VEZ EN EL AÑO CALENDARIO Y CON UNA INMEDIATEZ RAZONABLE A LA CONCLUSIÓN DEL PERIODO SOBRE EL QUE SE COMUNICA.*

Suspensión de difusión de propaganda gubernamental

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

15. La Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación aprobó diversos criterios en las que medularmente se analizan aspectos a considerar en materia de propaganda gubernamental, mismos que se exponen a continuación:

- Jurisprudencia 18/2011 de rubro **PROPAGANDA GUBERNAMENTAL. LOS SUPUESTOS DE EXCEPCIÓN A QUE SE REFIERE EL ARTÍCULO 41, BASE III, APARTADO C, DE LA CONSTITUCIÓN FEDERAL, DEBEN CUMPLIR CON LOS PRINCIPIOS DE EQUIDAD E IMPARCIALIDAD**, de la que se desprende que la finalidad de la prohibición de difundir propaganda gubernamental es evitar que ésta influya o pueda influir en las preferencias electorales de los ciudadanos, ya sea a favor o en contra de determinado partido político o de su candidato, en tanto el sistema democrático ha sido diseñado para que los poderes públicos, los órganos a través de los tres niveles de gobierno y cualesquiera entes públicos observen una conducta imparcial en las elecciones.
- Tesis LXII/2016 de rubro **PROPAGANDA GUBERNAMENTAL. LA INVITACIÓN A UNA CELEBRACIÓN DE CARÁCTER CULTURAL Y SOCIAL, NO VIOLA LA PROHIBICIÓN CONSTITUCIONAL DE DIFUNDIRLA EN PROCESO ELECTORAL**, en la que se argumenta que la colocación de lonas, pendones o gallardetes, u otro tipo de

propaganda, que invite a festejar un día social y culturalmente importante, no infringe la prohibición de difundir propaganda gubernamental durante las campañas electorales, siempre que se ajuste al principio de equidad en la contienda.

- Tesis XIII/2017 de rubro **INFORMACIÓN PÚBLICA DE CARÁCTER INSTITUCIONAL. LA CONTENIDA EN PORTALES DE INTERNET Y REDES SOCIALES, PUEDE SER DIFUNDIDA DURANTE CAMPAÑAS Y VEDA ELECTORAL**, interpretación que sostiene que, en atención al principio de imparcialidad, la información pública de carácter institucional es aquella que versa sobre servicios que presta el gobierno en ejercicio de sus funciones, así como de temas de interés general, siempre que no se trate de publicidad o propaganda gubernamental y no se haga referencia a candidatura o partido político o promocióne a algún funcionario público o logros de gobiernos, es decir, *solo debe ser información relacionada con trámites administrativos y servicios a la comunidad*.

16. 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.

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

Es importante mencionar que la fecha límite para la recepción de solicitudes fue el pasado veintiocho de febrero, por lo que cualquier solicitud extemporánea será desechada por la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos bajo dicha causal.

Una vez finalizada la Jornada Electoral de los procesos electorales en desarrollo, el Secretario Ejecutivo rendirá un informe sobre el número de solicitudes desechadas por aquella causa.

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

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

Educación

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

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

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

Por otro lado, mediante sentencia identificada como SUP-RAP54/2012, 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.¹

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

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

Criterios del Consejo General del INE

18. Como se desprende de diversos instrumentos aprobados por este Órgano, en el análisis de las solicitudes se han empleado los criterios siguientes:

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

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

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

19. 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
Secretaría de Gobernación	Protección Civil 2018, versión "Temporada de Lluvias y Ciclones 2018" vigencia: 21 de mayo al 30 de junio	Procedente	INE/CG61/2015	Guarda relación con los servicios educativos indispensables, en cumplimiento al derecho de protección a la salud que tiene como finalidad la prolongación de la vida humana, así como el fomento de programas de educación y orientación a la población.
Consejo Nacional de Población	Prevención del embarazo no planeado e infecciones de transmisión sexual en adolescentes, versiones: "Embarazo e infecciones", "Prevención del abuso sexual infantil: niñas y director", "Prevención del Embarazo e Infecciones de Transmisión Sexual: Padres" y "Prevención del abuso sexual infantil: Genérico" Vigencia: 01 de enero al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017	Por medio de esta campaña, se busca dar información a adolescentes y jóvenes, con el objetivo de educar sobre salud sexual y reproductiva para sensibilizar y contribuir con la disminución de conductas sexuales de riesgo a través de un lenguaje sencillo, amigable y afín a sus intereses.
Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación	"La inclusión nos hace crecer como país" Vigencia: 02 de mayo al 30 de junio	Procedente	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017	El objetivo es sensibilizar a la población sobre los problemas de la discriminación, promover el respeto al derecho a la no discriminación e incidir en la prevención y eliminación de la misma; se pretende generar una cultura de la igualdad incluyente y de respeto. Por tanto, esta campaña encuadra en el concepto de educación.

Ente público	Propaganda	Calificación	Acuerdo INE	Observaciones
Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra Las Mujeres	"No todos los hombres somos iguales" vigencia: 15 de junio al 15 de agosto "#Navega segura" vigencia: 01 de junio al 31 de agosto "Espacios públicos libres de violencia" vigencia 04 de marzo al 03 de mayo	Procedente	INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017	Las campañas relacionadas con la prevención y erradicación de la violencia física contra la mujer, deben ser consideradas como exceptuadas de la prohibición de difundir propaganda gubernamental por encontrarse vinculadas con el concepto de educación.
Servicio de Administración Tributaria	"Declaración Anual e Informativa" vigencia 01 al 30 de abril	Procedente	CG126/2009, CG601/2009, CG135/2011, CG75/2012, CG94/2013, CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017	La campaña "Declaración Anual e Informativa" es acorde al concepto de educación, porque incentiva el cumplimiento de las obligaciones de las personas físicas y morales; además de que su difusión es importante y resulta necesaria para el Estado Mexicano, tomando en consideración que se trata de un esfuerzo de comunicación y no un programa de gobierno.
Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro	Campaña "Ahorro Voluntario" vigencia 01 de marzo al 31 de julio	Improcedente	CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016, INE/CG65/2017	No es información imprescindible de difundir durante el periodo de campaña, aunado a que no cubre con los criterios de necesidad, importancia y generalidad.
Lotería Nacional	Campaña Lotería Nacional, versión "Institucional" vigencia 01 enero al 31 de diciembre	Procedente	CG40/2009, CG601/2009, CG135/2011, CG75/2012, CG94/2013, CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017	Dado que los fondos recabados por la Lotería Nacional tienen como fin apoyar los programas de servicios de salud, la difusión de su campaña permanente debe considerarse dentro del supuesto de excepción.
Pronósticos para la Asistencia Pública	Campañas: "Institucional, Melate, Progol, Tris, Protouch, Gana Gato, Chispazo, Raspaditos, Billeto Electrónico"; vigencia 01 enero al 31 de diciembre	Procedente	CG40/2009, CG601/2009, CG135/2011, CG75/2012, CG94/2013, CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017	Dado que los fondos recabados por Pronósticos para la Asistencia Pública tienen como fin apoyar los programas de servicios de salud, la difusión de su campaña permanente debe considerarse dentro del supuesto de excepción.

Ente público	Propaganda	Calificación	Acuerdo INE	Observaciones
Servicio Nacional de Inocuidad y Calidad Agroalimentaria	“SENASICA nos protege a todos” Vigencias: 12 de marzo al 12 de abril 01 de junio al 21 de agosto 01 noviembre al 31 de diciembre*	Procedente	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017	Esta campaña 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. Por tanto, puede ser exceptuada de la prohibición de difundir propaganda gubernamental, pues se trata de una campaña dirigida a la protección del derecho a la salud, así como a la prevención, protección y garantía de la misma. <i>*La temporalidad (01 noviembre al 31 de diciembre) no empata con las campañas de los procesos electorales que se encuentran en desarrollo.</i>
Secretaría de Comunicaciones y Transportes	Seguridad Vial, Vigencias: Semana santa: 19 de marzo al 27 de abril. Verano: 02 de julio al 05 de agosto.* Invierno: 07 de diciembre al 07 de enero de 2019.*	Procedente	INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017	Únicamente se exceptúa de la prohibición constitucional la campaña con vigencia en Semana Santa, por vincularse con la materia de educación y orientación para prevenir accidentes y generar entornos protegidos, eficaces, certeros y confiables. <i>*La temporalidad de las versiones “Verano” e “Invierno” de la campaña de “Seguridad Vial” no empata con las campañas de los procesos electorales que se encuentran en desarrollo.</i>
Caminos y Puentes Federales	Seguridad Vial, Vigencia 22 de marzo al 10 de abril	Procedente	INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017	La prevención de accidentes comprende la adopción de medidas para prevenirlos, así como el fomento de programas de educación y orientación a la población, por lo que su difusión encuadra en el concepto de educación.

Ente público	Propaganda	Calificación	Acuerdo INE	Observaciones
Secretaría de Educación Pública	Campaña: Opciones de Educación Media Superior y Superior, versión: "Ampliación de la oferta educativa", vigencia: 01 al 31 de julio. Campaña: Servicios Educativos, versiones: "Premio Nacional de Ciencias 2018" vigencia: 01 de abril al 31 de julio. Campaña: Servicios Educativos, versión: "Becas 2018", vigencia: 01 de abril al 31 de julio. Campaña: Servicios Educativos, versión: "Igualdad, Equidad e Inclusión Educativa", vigencia: 01 de abril al 31 de julio. Campaña: Reforma Educativa, versión: "Nuevo Modelo Educativo Etapa 2", vigencia: 01 de abril al 31 de julio.	Procedente	INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017	Por medio de estas campañas se dan a conocer los diferentes programas que se han planteado para ampliar las oportunidades educativas, nominar candidatos, modalidades de becas, fortalecer la integración, respeto y accesibilidad a la infraestructura escolar, así como exponer la organización y los procesos que tienen lugar en la escuela, las prácticas en el aula y el currículo. Por lo que respecta a la campaña "Reforma Educativa", versión: Nuevo Modelo Educativo Etapa 2, deberá ser considerada como improcedente, en atención a que el objetivo de esta campaña no se relaciona directamente con servicios educativos, y puede tener implicaciones en los temas que sean abordados en la contienda electoral, además de que su difusión no resulta indispensable durante los periodos de campaña, reflexión y Jornada Electoral.
Canal Once	Campaña: Programación Especial. Versión: "Cobertura Elecciones 2018" Vigencia: 01 mayo al 30 de junio.	El Consejo General no puede pronunciarse respecto de la vinculación o no a algún supuesto de excepción	INE/CG65/2017	En el mismo sentido que lo aprobado en el Acuerdo INE/CG65/2017, este Consejo General no puede pronunciarse respecto de la vinculación o no al concepto de educación, pues de lo señalado en la solicitud y anexos, en realidad no se trata de propaganda gubernamental, sino únicamente de la programación que transmite la señal XEIPN como concesionaria radiodifundida y no del Instituto Politécnico Nacional.
Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte	Campaña: "El deporte en México", vigencia: 15 de junio al 15 de julio Campaña: "Sin Barreras", vigencia 15 de febrero al 15 de marzo*	Procedente	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017	Por medio de esta campaña se pretende dar a conocer a la población los programas que fomentan el desarrollo de la cultura física y la actividad física y el deporte, que son elementos de la educación integral. <i>*La campaña "Sin Barreras" tiene una temporalidad que no empata con las campañas de los procesos electorales que se encuentran en desarrollo.</i>

Ente público	Propaganda	Calificación	Acuerdo INE	Observaciones
Comisión Nacional de Fomento Educativo	Campaña: "Acepta el desafío y vive la experiencia", vigencia: 07 de marzo al 29 de junio	Procedente	CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017	Esta campaña encuadra con los fines del concepto de educación, pues su difusión está encaminada a lograr un mayor acceso a los servicios educativos en las regiones más desfavorecidas.
Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica	Campaña: "Orgullosamente CONALEP", versión: "Elige tu futuro", vigencia: 09 de abril al 29 de junio	Procedente	INE/CG61/2015 e INE/CG78/2016	La campaña de comunicación se encuentra dirigida a los jóvenes y pretende ofrecerles información necesaria sobre los servicios educativos y de capacitación que el CONALEP ofrece, por lo que encuadra dentro del concepto de educación.
Fondo de Cultura Económica	Campaña: "Letras sin Fronteras" vigencia: 01 de abril al 02 de julio	Procedente	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017	La difusión de presentaciones de libros y actividades culturales, abonan en el desarrollo de la cultura y en la formación de nuevos públicos lectores, por lo que encuadra en las excepciones previstas en el artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C, de la Constitución.
Instituto Politécnico Nacional	Campaña: "Carrera IPN OnceK", vigencia: 01 de abril al 20 de mayo Campaña: "Difusión Cultural", vigencia: 01 de abril al 30 de junio	Procedente	INE/CG65/2017	Los objetivos que persigue se encuentran vinculados al concepto de educación; en particular, al objetivo de incrementar la participación de la comunidad y público en general, así como ayudar a conocer las fechas de los conciertos de la orquesta sinfónica. Dichas acciones son atinentes con la idea de formar integralmente al ser humano, pues conciben la educación no solo en la actividad docente, sino también al acrecentamiento de la cultura con el uso de otras herramientas.
Universidad Pedagógica Nacional	Difusión de convocatorias: Licenciaturas escolarizadas: 16 de febrero al 09 de marzo* Posgrado, Licenciaturas Escolarizadas y Licenciatura en enseñanza del francés: 21 y 28 de enero, 1, 17 y 24 de febrero, 1 y 3 de marzo, y 1 y 9 de junio. Difusión del Cuarenta Aniversario de la fundación de la UPN, vigencia: del 17 de febrero al 30 de agosto.	Procedente	INE/CG78/2016	La difusión de la oferta educativa de la Universidad Pedagógica Nacional, así como de los planes y proyectos académicos de esa Universidad, en el marco de la celebración de su XV aniversario, encuentran cabida en el concepto de educación. <i>*La difusión de las convocatorias a "Licenciaturas escolarizadas" tiene una temporalidad que no empata con las campañas de los procesos electorales que se encuentran en desarrollo.</i>

Ente público	Propaganda	Calificación	Acuerdo INE	Observaciones
Secretaría de Salud	Campaña: "Reducir el riesgo de infarto", vigencia: 02 de abril al 27 de mayo. Campaña: "Prevención de Adicciones", versiones: uno, dos, tres, cuatro, cinco, seis, siete, ocho, nueve y diez, vigencia: 07 de mayo al 08 de julio	Procedente	INE/CG65/2017	Ambas campañas tiene como objetivo promover la salud, para, por un lado, difundir los factores de riesgo y síntomas de infarto agudo al miocardio, y, por el otro, impulsar campañas de información y concientización acerca del uso, abuso y dependencia a sustancias nocivas. Además, debe recordarse que la Secretaría de Salud, al ser la autoridad ejecutiva, debe dictar medidas preventivas y la ejecución de estas para conservar la salud.
Centro Nacional para la Salud de la Infancia y la Adolescencia	Campaña: "Cáncer en la Infancia y Adolescencia", vigencia: 02 de febrero al 16 de febrero* Campaña: "Semanas Nacionales de Salud 2018", versión: Primera Semana Nacional de Salud 2018, vigencia: 09 al 28 de febrero* Versión: Segunda Semana Nacional de Salud 2018, vigencia: 04 al 31 de mayo de 2018	Procedente	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017	Respecto de la versión Segunda Semana Nacional de Salud 2018, de la Campaña "Semanas Nacionales de Salud 2018", 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. <i>*La temporalidad de la campaña "Cáncer en la Infancia y Adolescencia", y de la versión Primera Semana Nacional de Salud 2018, de la campaña "Semanas Nacionales de Salud 2018", no empata con las campañas de los procesos electorales que se encuentran en desarrollo, por lo que no se ubican dentro del supuesto de prohibición a la difusión de propaganda gubernamental establecido en el texto constitucional.</i>

Ente público	Propaganda	Calificación	Acuerdo INE	Observaciones
Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia	Campaña: "DIF Nacional, 40 años cambiando vidas", vigencia: 08 abril al 18 de mayo	Improcedente	INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017	Si bien, en procesos electorales anteriores se ha considerado que las campañas que el DIF ha sometido a consideración de este Consejo General se encontraban asociadas al concepto de educación, en el caso particular de la campaña "DIF Nacional, 40 años cambiando vidas", al tratarse de propaganda en la que se busca promover la importancia de los programas y acciones que lleva a cabo el Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia, debe analizarse de manera distinta. Por tanto, debe tomarse en cuenta que, de conformidad con la normativa, durante la etapa de campañas y hasta la Jornada Electoral estará prohibida la difusión de propaganda gubernamental en la que, entre otras cosas, se promuevan programas, acciones o logros de los entes públicos, lo cual resulta aplicable a la campaña en comento, por lo que no puede considerarse como exceptuada de la prohibición constitucional.
Procuraduría Federal de la Defensa del Trabajo	Campaña: "PROFEDET Vigila el Pago de tus utilidades", versión: Reparto de Utilidades 2018, vigencia: 02 mayo al 02 de junio	Procedente	INE/CG61/2015 e INE/CG65/2017	La información que se pretende dar a conocer contribuye a que el sector trabajador del país conozca y ejerza sus derechos laborales, por lo que se considera vinculada al concepto de educación.
Comisión Nacional del Agua	Campaña: "Cultura del Agua" Versión: "Guardianes del Agua", vigencia: 01 de marzo al 31 de mayo Campaña: "Protección a Centros de Población", versión: Prevención, vigencia: 01 de mayo al 31 de diciembre	Procedente	CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017	La CONAGUA debe instrumentar campañas permanentes de difusión sobre la cultura del agua y fomentar el uso racional y conservación del agua como tema de seguridad nacional, así como participar en el sistema nacional de protección civil y apoyar en la aplicación de los planes y programas de carácter federal para prevenir y atender situaciones de emergencia.
Comisión Nacional Forestal	Campaña: "Prevención de Incendios Forestales", vigencia: 19 de febrero al 30 de junio	Procedente	CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017	La campaña brinda información que permitirá dar a conocer a la población en general la importancia de prevenir y reportar los incendios forestales, por lo que se encuentra vinculada al concepto de educación.

Ente público	Propaganda	Calificación	Acuerdo INE	Observaciones
Secretaría de Energía	Campaña: "Horario de Verano" Versión: Inicio Fronterizo, vigencia: 05 de marzo al 11 de marzo* Versión: Inicio resto de la República, vigencia: 26 de marzo al 01 de abril Versión: Término Resto de la República, vigencia: 22 de octubre al 28 de octubre* Versión: Término Fronterizo, versión: 29 de octubre al 04 de noviembre*	Procedente	CG75/2012, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017	Se considera como procedente al tratarse de información relacionada con los objetivos de la educación, esto es, propiciar el aprovechamiento de nuestros recursos naturales y fortalecer la cultura del aprovechamiento y cuidado de la energía. Conviene precisar que la versión "Inicio resto de la República" es la única que empata con los dos primeros días de la etapa de campaña, por lo que no debe extenderse más allá del 01 de abril. <i>*La temporalidad no empata con las campañas de los procesos electorales que se encuentran en desarrollo</i>
Secretaría de Turismo	Campaña: "Ángeles Verdes, Semana Santa 2018", vigencia 01 de marzo al 30 de abril	Procedente	INE/CG61/2015 e INE/CG65/2017	Tiene una finalidad de educación vial, auxilio mecánico, orientación turística, asistencia vial y prevención de accidentes contribuyendo al derecho de protección a la salud.
Consejo de Promoción de Turística de México, S.A. de C.V.	Campaña: "Viajemos Todos Por México", vigencia: 15 de enero al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017	Hacer del conocimiento de la población lugares específicos del territorio nacional, además de la promoción de la educación respecto de la geografía, historia y costumbres de determinados centros de población y bellezas naturales. La difusión de la campaña se estima procedente siempre que no se relacione con emblemas, colores, frases o lemas, similares a los empleados por partidos políticos, candidatos o coaliciones que participan en los procesos electorales en curso. Lo anterior, en el entendido que el nombre "Viajemos Todos por México" deberá ser modificado a efecto de evitar que se relacione con algún partido político o coalición.

Ente público	Propaganda	Calificación	Acuerdo INE	Observaciones
Instituto Nacional de las Mujeres	Campaña: "En busca de la igualdad, versiones: por tus derechos 6 y 7, vigencia: marzo a julio Campaña: "Por tus derechos", versión: noviazgo sin violencia, vigencia: abril a julio	Procedente	INE/CG1081/2015 e INE/CG65/2017	Las campañas son similares en contenido a las presentadas por el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación y la Comisión para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres, por lo que sus objetivos encuadran en la excepción al tratarse la prevención y erradicación de la violencia contra las mujeres y la sensibilización para combatir la discriminación.
Procuraduría de la Defensa del Contribuyente	Campaña: "PRODECON por ti estamos aquí", vigencia: 05 de febrero al 31 de mayo	Procedente	CG131/2013, INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017	La campaña tiene como objetivo difundir el derecho de los contribuyentes a recibir justicia fiscal y fomenta una cultura para acudir a solicitar servicios de asesoría, consulta, representación e incluso de interposición de quejas y reclamaciones en defensa del contribuyente ante las autoridades fiscales federales. Por tanto, al tratarse de un tema educativo, encuadra en los supuestos de excepción previstos en la norma constitucional.
Secretaría de Cultura	Campaña: Promoción Cultural, vigencia: 01 de enero al 31 de enero	Procedente	INE/CG65/2017	Las acciones de difusión se realizarán a través de carteleras dirigidas a todos los sectores de la población mexicana, cuyo contenido promueve la amplia gama de actividades artísticas y culturales con el propósito de promover y difundir el patrimonio histórico y cultural de la nación.
Instituto Nacional de Antropología e Historia	Campaña: Difusión Cultural y del Patrimonio Antropológico e Histórico, vigencia: 01 de enero al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017	Esta campaña busca fortalecer la identidad nacional a través de la difusión del patrimonio cultural y el conocimiento de la diversidad cultural, acceso a bienes y servicios culturales.
Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura	Campaña: Difusión de la Cultural y Patrimonio Artístico y Literario, vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG61/2015, INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017	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.

Ente público	Propaganda	Calificación	Acuerdo INE	Observaciones
Centro Cultural y Turístico de Tijuana, S.A. de C.V.	Campaña: Promoción de Bienes y Servicios Artísticos y Culturales, versión: Promoción Cultural 2, vigencia, 01 de abril al 30 de junio	Procedente	INE/CG65/2017	Esta campaña pretende dar a conocer el patrimonio y diversidad cultural de esa región, así como el acervo de bienes y servicios culturales del Centro. En el mismo sentido que el Acuerdo INE/CG65/2017, la cobertura de la campaña se limitará al estado de Baja California, por lo que no se advierte inconveniente alguno para su difusión.
EDUCAL, S.A. de C.V.	Campaña: Lee en EDUCAL, vigencia: 01 de marzo al 31 de diciembre	Procedente	INE/CG65/2017	El acceso a la cultura y disfrute de los bienes que Educál presta, tienen que ser promovidos a través de campañas en medios de comunicación, tanto impresos, como digitales y audiovisuales.
Radio Educación	Campaña: Difusión de la Cultura en Radio, versión: Programas radiofónicos, vigencia: 01 de abril al 31 de julio	El Consejo General no puede pronunciarse respecto de la vinculación o no a algún supuesto de excepción	INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017	Radio Educación señala que esa campaña busca difundir su programación con el fin de lograr mayor presencia y conocimiento de la oferta de contenidos que produce y transmite. Por lo anterior, esta Autoridad no puede pronunciarse al respecto de la vinculación o no al respecto, pues en realidad no se trata de propaganda gubernamental, sino de la programación u oferta de la radiodifusora.
Procuraduría General de la República	Campaña: Sistema de Justicia Penal Acusatorio, vigencia: 20 de marzo al 20 de octubre	Improcedente		Si bien, conforme al SUP-RAP-83/2015, la difusión de este tema resultaba relevante por la instrumentación del nuevo Sistema de Justicia Penal Acusatorio en 2015 y 2016; dado que ya ha concluido su entrada en operación en el ámbito federal, no resulta indispensable la difusión de este tema durante los periodos de campaña, reflexión y Jornada Electoral de los procesos electorales del presente año.
Instituto Mexicano del Seguro Social	Campaña: "Chécate, Mídete, Muévete", versión Muévete, vigencia: 02 de abril al 30 de junio	Procedente	CG83/2014, INE/CG61/2015, INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017	La campaña busca consolidar el cuidado corresponsable de la salud y por tanto arraigar el concepto de medicina preventiva sobre la curativa, por lo que destinada directamente a los servicios de salud.

Ente público	Propaganda	Calificación	Acuerdo INE	Observaciones
Gobierno del estado de Coahuila de Zaragoza	Campaña: "Nos haces falta", vigencia 15 de noviembre de 2015 a la fecha	Procedente	INE/CG65/2017	La campaña debe exceptuarse de la prohibición de difusión durante el periodo de campaña, pues este Consejo General reconoce que la desaparición de personas es un tema educativo y sensible para la sociedad, por lo que toda acción que se emprenda para su combate debe ser respaldada.
Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores	Campaña: Crédito INFONAVIT, vigencia: 01 de marzo al 11 de diciembre	Procedente	INE/CG65/2017	La campaña debe ser considerada como vinculada al concepto de educación, en el entendido de que ésta forma parte de un sistema de vida fundado en el constante mejoramiento económico, social y cultural del pueblo, el aprovechamiento de los recursos y aseguramiento de la independencia económica. Resulta conveniente señalar que, de conformidad con los anexos de la solicitud en el año 2017, gracias a la difusión de la misma campaña las metas de la referida institución, respecto del otorgamiento de créditos, fueron superadas.

20. A continuación se analizarán las campañas que por su novedad o 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, y que cumplen con los criterios de necesidad, importancia, temporalidad, generalidad, fundamentación y motivación.
21. **Secretaría de Gobernación.** La campaña informativa "Soy México 2018", versión "Registro de la Población México- Americana 2018", con vigencia del 01 de abril al 30 de junio del presente año, al tratar temas educativos y de orientación a la sociedad, deben ser analizadas de conformidad con lo dispuesto en el artículo 27, fracciones X y XXXVI de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, mismo que menciona que la Secretaría de Gobernación tiene como atribución fomentar el desarrollo político; contribuir al fortalecimiento de las instituciones democráticas; promover la activa participación ciudadana, salvo en materia electoral; favorecer las condiciones que permitan la construcción de acuerdos políticos y consensos sociales para que, en los términos de la Constitución y de las leyes, se mantengan las

condiciones de unidad nacional, cohesión social, fortalecimiento de las instituciones de gobierno y gobernabilidad democrática.

Además, formular y conducir la política de población, así como manejar el servicio nacional de identificación personal, en términos de las leyes aplicables.

La campaña que se analiza, se encuentra dirigida a familias de mexicanos radicados en Estados Unidos que deban regresar a México, y tiene como objetivo dar a conocer información respecto de los servicios de salud y educativos a los que tienen derecho, particularmente lo relacionado al ingreso a escuela públicas de sus hijos nacidos en Estados Unidos.

Por lo anterior, resulta importante para este Consejo General que ese grupo de población reciba la suficiente información para su integración a la sociedad mexicana, y al tiempo que se sientan respaldados a través del ejercicio de su derecho a la identidad.²

En atención a ello, se estima procedente vincular esta campaña al concepto de educación y, por tanto, exceptuarla de la prohibición de difundirla durante los periodos de campaña, reflexión y Jornada Electoral.

- 22. Instituto Nacional de Migración.** Como órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Gobernación, el Instituto Nacional de Migración es la institución encargada de aplicar la legislación migratoria con el objetivo de fortalecer la protección de los derechos y la seguridad de los migrantes nacionales y extranjeros, reconociéndolos como sujetos de derecho, a través de una gestión migratoria eficiente con pleno respeto a la dignidad humana

Su campaña denominada “Protección a Migrantes, Somos Mexicanos”, cuya vigencia es del 21 de mayo al 15 de junio, debe ser considerada dentro de las excepciones previstas en el texto constitucional por su contenido educativo, pues, para este Órgano, resulta evidente que la información a transmitir es imprescindible para dar a conocer a los mexicanos que son repatriados o

² En condiciones similares mediante Acuerdo INE/CG61/2015 fue aprobada la “Campaña Nacional para el registro Universal y Oportuno de Nacimientos” del Desarrollo Integral de la Familia, que si bien, no es igual en contenido, promueve el Derecho a la Identidad para encontrarse en posibilidades de ejercer sus derechos de acceso a los servicios de educación y salud, entre otros.

deportados de los Estados Unidos cuales son los procedimientos que pueden realizar para obtener las constancias oficiales que les ayuden a identificarse para situaciones relacionadas con su vida diaria.

La propaganda analizada está orientada a fortalecer la convivencia, el aprecio por la dignidad humana, la integridad de la familia, el interés de la sociedad y a garantizar la seguridad de los migrantes.

- 23. Secretaría de Economía, Servicio Geológico Mexicano.** La campaña “Prevenidos somos más fuertes”, cuya difusión se pretende hacer del 01 de abril al 31 de mayo del presente año, tiene como objetivo informar acerca de la existencia de los Atlas de Riesgos que genera el referido organismo público descentralizado, los cuales constituyen una valiosa fuente de información para los tres niveles de gobierno, instituciones públicas y de investigación, así como para la población en general.

Los Atlas de Riesgo permiten conocer con mayor certeza las características geológicas de una zona, sus expectativas de peligro ante fenómenos naturales como sismos, huracanes e inundaciones, y por afectaciones ocasionadas por el hombre, como deforestación, asentamientos humanos irregulares, y contaminación de acuíferos; y, con ello, apoyan la toma de decisiones, la emisión de normas y medidas de prevención y la reducción de sus impactos a favor de la seguridad del patrimonio e integridad física de la población.

Adicionalmente, resulta oportuno mencionar que, de conformidad con el artículo 9 de la Ley Minera, el Servicio Geológico Mexicano es el organismo que tiene por objeto promover el mejor aprovechamiento de los recursos minerales y generar la información geológica de la Nación, considerando entre sus funciones brindar asistencia técnica en materia de planeación de uso del suelo, aportando estudios de riesgo geológico, ecológicos, territoriales, geohidrológicos y geotécnicos que se requieran para tal fin.

En conclusión, la información que se pretende dar a conocer resulta apegada al concepto de educación, por lo que se considera como exceptuada de la prohibición constitucional de difundir propaganda gubernamental durante las campañas y hasta el día de la Jornada Electoral.

24. Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. La campaña “Educación Ambiental”, con vigencia del 01 de marzo al 08 de julio, si bien guarda similitud con algunas de las campañas valoradas en los Acuerdos señalados en considerandos anteriores, merece ser analizada en lo particular por la amplitud y novedad del concepto de educación ambiental.

La educación ambiental desarrolla en las personas un sentido de responsabilidad y conciencia sobre las consecuencias de las acciones humanas. En este contexto, la campaña mencionada tiene como objetivos los siguientes:

- Proporcionar una educación ambiental integral con la finalidad de conservar los recursos naturales.
- Generar alternativas viables en la solución a la problemática ambiental.
- Lograr la participación activa de las comunidades para la conservación y uso sostenible de los recursos naturales.
- Educar, concientizar, sensibilizar y formar valores ambientales en la población.
- Aprender a identificar los problemas ambientales de su localidad, del campo y de la ciudad.
- Informar a la población sobre la problemática ambiental para elaborar un nuevo estilo de vida.
- Educar concientizar a la población y realizar los valores de conservar los recursos naturales
- Prevenir los daños perjudiciales que afecten al medio ambiente.
- Difundir las metas y objetivos de la educación ambiental por medio de distintos canales de comunicación para concientizar a la población.
- El público objetivo es la población nacional, urbana y rural.

De lo anterior y del formulario remitido, se colige que la campaña “Educación Ambiental” busca orientar a la sociedad en la falta de conciencia del medio ambiente, con especial énfasis en la responsabilidad sobre las consecuencias de las acciones y promover en la misma una cultura para afrontar las faltas ambientales.

En consecuencia, la campaña de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, al tratarse de temas educativos, debe ser considerada dentro de las excepciones a la prohibición constitucional en materia de propaganda gubernamental, siempre que la misma no se trate de actividades

que corresponden a la ejecución de una política nacional, es decir, de una acción o plan del gobierno de mediano y largo plazo.³

- 25. Secretaría de Cultura. Estudios Churubusco Azteca, S.A.** La entidad paraestatal remite para análisis la propaganda “La fábrica de cine: Estudios Churubusco, 1945-1917”, y, al tratarse de temas educativos, se analiza de la siguiente manera:

Los estudios Churubusco Azteca son una entidad de la administración pública paraestatal que tiene como objetivos impulsar la producción del cine mexicano de calidad mediante modernos mecanismos de cooperación entre diversos sectores sociales, con la finalidad de fomentar la identidad cultural, así como mejorar y ampliar las posibilidades de exhibición del cine mexicano y extranjero de calidad, asumiéndolo como una expresión artística fundamental para la formación social y cultural de la población.

Sobre el particular, resulta conveniente señalar que la propaganda a transmitir no se encuentra relacionada con la actividad de los Estudios Churubusco como empresa productora de cine, sino que se refiere a la difusión de una exposición que pretende hacer un reconocimiento de la industria cinematográfica nacional, exaltando su importancia y valor cultural.

A partir de lo anterior, se considera que esta propaganda debe ser considerada dentro de las excepciones a la prohibición constitucional, al relacionarse con el concepto de educación, entendida ésta en su acepción más amplia, que abarca el acceso a la cultura y disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado, así como a la exaltación de nuestra cultura.

- 26. Secretaría de Cultura. Cineteca Nacional.** De conformidad con el artículo 41, fracción I, inciso e) de la Ley Federal de Cinematografía, la Secretaría de Cultura coordinará las actividades de la Cineteca Nacional, cuyos objetivos son el rescate, conservación, protección y restauración, de las películas y sus negativos, así como la difusión, promoción y salvaguarda del patrimonio cultural cinematográfico de la Nación, así como organizar eventos educativos y culturales que propicien el desarrollo de la cultura cinematográfica en todo el territorio nacional.

³ En condiciones similares mediante Acuerdo INE/CG61/2015, se analizó la propaganda de la referida Secretaría en los considerandos 33 y 36.

A partir de lo anterior, la Cineteca Nacional pretende difundir “Actividades que corresponden a la difusión de los ciclos, exposiciones y cursos”, con una vigencia del 01 de enero al 01 de agosto, en la que se busca como objetivo difundir las actividades entre los usuarios cautivos y capturar público nuevo.

Tomando en consideración que se trata de un tema estrictamente educativo, se estima como procedente para su difusión, aun cuando la misma se realizará en redes sociales y medios impresos, lo anterior, con estricto apego a lo razonado en el presente instrumento.

- 27. Secretaría de Cultura. Instituto Nacional de Estudios Históricos de las Revoluciones de México.** De conformidad con el Decreto por el que se reforman, adiciona y derogan diversas disposiciones del similar por el que el Instituto Nacional de Estudios Históricos de la Revolución Mexicana, amplía sus atribuciones y objetivos, en particular el artículo 1, el referido Instituto es un órgano desconcentrado de la Secretaría de Cultura y tendrá por objeto desarrollar y colaborar en la investigación, estudio y difusión de la historia de las grandes transformaciones políticas, económicas, sociales y culturales generadas por las revoluciones que han definido la historia nacional, así como coadyuvar en la formación de especialistas en estos campos y contribuir al rescate y conservación de materiales documentales, bibliográficos y gráficos sobre dichas transformaciones para difundirlos entre la sociedad.

Con lo anterior, resulta evidente para este Consejo General que la campaña “Actividades Culturales”, con vigencia del 08 de enero al 29 de junio, se vincula al concepto de educación referido en los considerandos previos, por encontrarse estrictamente relacionada con dar a conocer entre los investigadores y estudiosos de la historia de México, así como de la población en general, los procesos históricos que conforman la identidad nacional.

- 28. Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales.** De conformidad con los artículos 6 y 16 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 2, fracción VII de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública; 17 y 21 de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública y 38 de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares, el referido Instituto es el órgano autónomo encargado de

promover y difundir los derechos de Acceso a la Información y de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares.

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

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

Por ello, la “Campaña Institucional 2017”, versiones: “Jingle abierto-cerrado” y “Blanca y Pepe”, con vigencia del 21 de noviembre de 2017 al 20 de noviembre del presente año, debe ser contemplada dentro de las excepciones al prohibición prevista en el artículo 41 de la Carta Magna, pues se estima acorde al concepto de educación al tratar de hacer del conocimiento de las personas, la importancia y necesidad de ejercer el derecho de acceso a la información y de la protección de datos personales, de tal manera lograr el ideal de una democracia participativa.

- 29. Secretaría de la Defensa Nacional.** La Secretaría remite para conocimiento de este Consejo la difusión de “Paseos dominicales en un campo militar” con vigencia del 15 de abril al 24 de junio y “Fuerzas Armadas Pasión... Por servir a México” con vigencia 15 de abril al 10 de junio.

Al respecto, de la documentación remitida se aprecia que tanto los paseos como la exposición se encuentra directamente relacionados con el concepto de educación, pues se señala que las campañas tienen como objetivos: fomentar las actividades deportivas, conocer las instalaciones militares, resaltar los programas sociales, actividades culturales y educativas, fortalecer los lazos de cooperación entre las fuerzas armadas y el resto de autoridades para estrechar las relaciones cívico- militares, así como

fortalecer la confianza y generar mayor acercamiento con las fuerzas armadas.

Además, se señala que la difusión se realizará a través de posters, volantes y las redes sociales oficiales de la Secretaría de la Defensa Nacional y que no serán utilizados tiempos oficiales o comerciales en radio y televisión.

Aunado a lo anterior, también es cierto que los formularios remitidos se señala que algunos medios locales proporcionan apoyo para la difusión de las referidas campañas conforme a su disponibilidad, siendo una modalidad las entrevistas o reportajes.

En conclusión, la propaganda de la Secretaría de la Defensa Nacional se ajusta a los parámetros de constitucionales, pues resulta evidente que se trata de la exaltación de valores, cívicos, deportivos y de identidad, mismos que se estiman insertos en el concepto de educación.

- 30. Instituto Federal de Telecomunicaciones.** De conformidad con los artículos 6°, apartado B, fracción VI de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 256 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, el referido ente autónomo, tiene como facultad vigilar y sancionar las obligaciones en materia de defensa de las audiencias.

Con base en los principios de alfabetización mediática propuestos por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), la autoridad ha establecido una *Unidad Móvil de alfabetización mediática para la promoción de conocimientos sobre medios y contenidos audiovisuales y los derechos de los usuarios* en la que se realizan acciones encaminadas a la educación, promoción y sensibilización como mecanismos para la protección de los derechos de los usuarios, con especial énfasis en la comunidad de 4° a 6° de primaria y de 1° a 3° de secundaria (alumnos, maestros y padres de familia) de cada una de las 32 entidades federativas. Con lo anterior, se procurará que la población cuente con una mirada crítica e informada en torno a los medios masivos de comunicación.

Ahora bien, del formulario remitido por el Instituto Federal de Telecomunicaciones resulta evidente que se relaciona con el concepto de educación, al procurar que la población cuente con mejores elementos para conocer los derechos que tienen como usuarios de telecomunicaciones. Por

lo que deberá ser considera dentro de las excepciones a la prohibición constitucional en materia de propaganda gubernamental.

- 31. Municipio de Ciudad Juárez, Chihuahua.** Por lo que corresponde a la “Feria Juárez 2018” resulta oportuno señalar que, conforme al formulario presentado por el Municipio, la campaña de difusión tiene como objetivo dar a conocer el talento artístico, la gastronomía y las artesanías locales y nacionales, así como promover el comercio local y las exposiciones culturales y turísticas organizadas en el marco de la Feria.

Al tratarse de una invitación para la celebración de un acto de carácter cultural y social, este Consejo General la considera vinculada al concepto de educación que comprende, en su acepción más amplia, el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones, es decir, al conjunto de conocimientos sobre distintos lugares, formas de vida y costumbres.

- 32. Corporación para el Desarrollo Turístico de Nuevo León.** La referida institución remite la campaña gubernamental relacionada con la marca “Nuevo León Extraordinario” cuyo objeto es ejecutar la promoción turística a fin de que la misma contribuya a atraer el desarrollo económico y social.

Al respecto, resulta oportuno señalar que no fue remitido el formulario para la presentación de solicitudes relacionadas con la propaganda gubernamental aprobado mediante el diverso INE/CG03/2017.

Además de lo anterior, no se precisan los medios a través de los cuales se realizará el posicionamiento de la marca destino; no fueron precisados el tema y contenido, y por último, no se motiva sobre la necesidad de la transmisión durante la etapa de campañas y hasta la Jornada Electoral.

En conclusión, la campaña no puede ser considerada dentro de las exceptuadas al no justificarse su vinculación con alguno de los conceptos permitidos por el artículo 41, Base III, Apartado C de la CPEUM.

- 33. Instituto Queretano de las Mujeres.** El referido Instituto remite, para consideración de este Consejo General, tres campañas, “Date Cuenta”, “Cine Móvil” y “Prevención de la violencia contra las mujeres a través de Unidad Móviles y Brigada Naranja”, todas ellas con vigencia del 01 de enero al 31 de diciembre. Al tratarse de temas educativos, se analizan de la forma siguiente:

Conforme al artículo 7, fracciones XII, XVII y XXVII, de la Ley del Instituto Queretano de las Mujeres, el Instituto tiene como atribuciones impulsar programas de difusión e información que promuevan el reconcomiendo social y el desarrollo de capacidades de las mujeres; brindar atención y orientación legal, y desarrollar, implementar y operar estrategias de sensibilización y capacitación en género a la comunidad, que promuevan la prevención y erradicación de la violencia contra las mujeres.

Las campañas tienen como objetivo promover y difundir el derecho de las mujeres en el estado de Querétaro a vivir libres de violencia, a fin de generar un impacto directo en la población y un cambio de actitudes, mediante mensajes breves orientados a proporcionar información sobre los derechos humanos de las mujeres; informar sobre el teléfono de emergencia (Telmujer) para obtener atención personalizada; difundir un cortometraje para generar debate y reflexión, así como impartiendo breves pláticas de sensibilización.

En resumen, las campañas analizadas en este apartado⁴ se vinculan al concepto de educación referido en el cuerpo del presente instrumento, por lo que deberán exceptuarse de la prohibición constitucional en materia de propaganda gubernamental.

- 34. Instituto Jalisciense de las Mujeres.** De conformidad con los artículos 5 y 7 de la Ley del Instituto Jalisciense de las Mujeres, este Instituto tiene como objetivos dar seguimiento a las políticas públicas destinadas a asegurar la igualdad y la no discriminación hacia las mujeres; diseñar e implementar información destinada a mujeres y hombres con la finalidad de sensibilizarlos en el respeto a los derechos de ambos; divulgar y difundir información, y la revalorización del papel que desempeñan las mujeres en las sociedad, así como realizar acciones contra el hostigamiento sexual, y en general, coordinar las acciones encaminadas para prevenir, atender y erradicar la violencia contra las mujeres.

⁴ En condiciones similares mediante Acuerdos INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017 fueron aprobadas las campañas del Instituto Colimense de las Mujeres para promover los derechos de las mujeres y Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres por vincularse con un tema de educación precisamente para su prevención y erradicación.

En ese sentido, la campaña “Expulsemos el Acoso”, con vigencia del 19 de marzo al 19 de junio del presente año, tiene como objetivo desnaturalizar, visibilizar y prevenir en el ámbito comunitario el acoso, al utilizar el servicio de transporte público para trasladarse a sus diversas actividades e incidir en la construcción de relaciones respetuosas e igualitarias entre hombres y mujeres.

En atención a lo anterior, se estima que la campaña⁵ que se analiza en el presente apartado se encuadra en los supuestos de excepción a la prohibición constitucional previstos en el artículo 41, al tratarse de temas educativos.

35. Gobierno del Estado de Coahuila de Zaragoza, Coordinación General de Comunicación e Imagen Institucional. La referida dependencia remite para análisis las campañas siguientes:

- “Cultura es educación para todos”, con vigencia del 01 de abril al 30 de junio. Esta campaña busca promover entre la ciudadanía el conocimiento y participación en las diferentes expresiones artísticas y culturales, dirigida a la población del Estado y a los visitantes para que puedan disfrutar de eventos de música, teatro, poesía, cine y danza.

Sobre el particular, es importante recordar que el concepto de educación abarca, entre otros aspectos, la promoción del arte y la cultura como elementos que enriquecen la formación de las personas.

Dicho lo anterior, la referida campaña⁶ debe exceptuarse de la prohibición de difundir propaganda gubernamental por encontrarse vinculada al concepto de educación.

⁵ Mediante Acuerdos INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017 fueron analizadas las campañas del Instituto Colimense de las Mujeres para promover los derechos de las mujeres y Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres por vincularse con un tema de educación precisamente para su prevención y erradicación.

⁶ En condiciones similares se argumentó, respecto de la Secretaría de Cultura federal, en los acuerdos INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017 que *el fomento a la educación artística y cultural; infraestructura cultural; fortalecimiento de la identidad nacional, a través de la difusión del patrimonio y diversidad cultural; acceso a bienes y servicios culturales para la población; así como el fortalecimiento del acceso a la cultura*” se encuentran vinculadas a la educación.

- “Obesidad... hazlo por ti”, con vigencia 01 de abril al 30 de junio. Esta campaña se encuentra vinculada a los conceptos de educación y salud al dirigirse a la población del estado de Coahuila con el propósito de abatir los altos índices de obesidad, promoviendo hábitos de vida saludable, sensibilizando sobre el tema e invitando a la práctica del ejercicio y buena alimentación.

Como se ha referido en años anteriores⁷, este tipo de campañas deben ser consideradas como exceptuadas de la prohibición constitucional.

- “Teleferilízate”, con vigencia del 26 de febrero al 30 de junio. Esta campaña, al tratar temas relacionados con la promoción turística de la ciudad de Torreón y de sus atractivos, debe considerarse dentro de las excepciones constitucionales al encontrarse vinculada al concepto de educación, en su acepción más amplia.⁸
- Prevención de la violencia de género, “Tú eres parte”, con vigencia del 26 de febrero al 30 de junio. Esta campaña se trata un esfuerzo de concienciación respecto de la violencia contra las mujeres y de promoción del respeto a los derechos fundamentales, mediante el conocimiento y exigencia de los mismos, así como de sensibilización a la población para adoptar comportamientos responsables.

Conforme a lo anterior, este Consejo General, en congruencia con el análisis realizado a campañas de años anteriores,⁹ considera que estas campañas están vinculadas al concepto de educación y, por tanto, se ubican dentro de los supuestos de excepción previstos en la norma constitucional.

- “Turismo”, con vigencia del 01 de abril al 30 de junio. Esta campaña tiene como objetivo promover las diversas opciones turísticas que ofrece la

⁷ En condiciones similares INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017, las campañas del Instituto Mexicano del Seguro Social, “Chécate, mídete, muévete”

⁸ De conformidad con el SUP-RAP-57/2010, “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” Además, el Acuerdo INE/CG65/2017 al analizarse las campañas de la Secretaría de Turismo.

⁹ Instituto Colimense de las Mujeres para promover los derechos de las mujeres y Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres por vincularse con un tema de educación precisamente para su prevención y erradicación (INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017)

entidad para la población, buscando prácticas turísticas que contribuyan al entretenimiento, la educación, la cultura y economía.

Por lo anterior, se considera que esta campaña está directamente relacionada con el concepto de educación, al tratarse del conocimiento del patrimonio natural, histórico y cultural del Estado de Coahuila y se considera como exceptuada de la norma constitucional en materia de propaganda gubernamental.

- 36. Secretaría de Turismo del Estado de Querétaro y Fideicomiso Promotor de Turismo en el Estado de Querétaro.** Al tratarse de campañas turísticas, se consideran vinculadas al concepto de educación por las razones siguientes:

La campaña “Promoción Turística del Estado de Querétaro”, con vigencia del 01 marzo al 31 de diciembre, tiene como objetivo incrementar la llegada de turistas a Querétaro a través de la promoción turística a nivel local y nacional; de una estrategia digital y de participación en eventos a nivel local, nacional e internacional.

Por lo anterior, debe ser considerada como exceptuada de la prohibición del artículo 41 de la CPEUM, al tratarse de acceso a la cultura y disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado¹⁰.

- 37. Instituto Colimense de las Mujeres.** El referido Instituto remite las campañas “Uso seguro y responsable de las redes sociales”, con vigencia del 02 de enero al 31 de enero; “Programa de radio: De una voz por todas”, con vigencia del 02 de febrero al 31 de diciembre, y “Alerta de Violencia de Género contra las mujeres de Colima”, con vigencia del 20 de junio al 31 de diciembre. Estas campañas se analizan de la manera siguiente:

Las campañas “Uso seguro y responsable de las redes sociales” y “Alerta de Violencia de Género contra las mujeres de Colima” tienen como objetivo que la población juvenil del estado de Colima conozca los tipos de violencia que se presentan en las redes sociales y además adquieran conocimientos y herramientas sobre cómo prevenirlas. Asimismo, publicar y divulgar en

¹⁰ En condiciones similares a las aprobadas en los acuerdos INE/CG78/2016 e INE/CG65/2018, relacionadas con la campaña “Viajemos Todos por México” del Consejo de Promoción Turística.

medios de comunicación y lugares estratégicos la naturaleza y los alcances de la alerta de violencia con información accesible para la población.

Sobre lo señalado, este Órgano estima oportuno recordar que en años anteriores y a lo largo del presente instrumento se han exceptuado campañas similares por vincularse con un tema de educación precisamente por la prevención y erradicación de la violencia contra la mujer, por lo que se estima procedente exceptuar las campañas “Uso seguro y responsable de las redes sociales” y “Alerta de Violencia de Género contra las mujeres de Colima”

Por último, el Programa de radio “De una voz por todas” se considera que no es parte de la materia que se analiza en el presente Acuerdo, al referirse a la oferta de programa televisivos.

- 38. Secretaría de Turismo del Municipio de Querétaro.** La campaña de “Promoción turística del Municipio de Querétaro” con vigencia del 01 de marzo al 31 de diciembre, se considera vinculada al concepto de educación y por tanto como exceptuada de la prohibición constitucional en materia de propaganda gubernamental por tener como objetivo la continuidad a las actividades de promoción, generación de empleo y motivar la llegada de turistas a Querétaro, incentivar y promocionar los diferentes atractivos, eventos y servicios.

En ese sentido, este Consejo General se ha pronunciado en el presente instrumento, específicamente en el considerando 36 así como en años anteriores, en considerar como tema educativo la promoción del turismo, al tratarse de información importante a nivel nacional e internacional y como aquella que permite el acceso a la cultura y el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado

- 39. Gobierno del Estado de Tabasco.** La campaña “Preferia y Feria Tabasco 2018” con vigencia del 05 de abril al 05 de mayo, se analiza de la siguiente manera:

El principal objetivo de esta campaña es difundir las costumbres, tradiciones y cultura; promover la convivencia familiar y colectiva, así como exposiciones comerciales, ganaderas, agrícolas, artesanales y culturales que se realizan cada año en la Feria.

A partir de lo anterior, debe recordarse que la campaña que se analiza ha sido vinculada¹¹ como de las exceptuadas a la prohibición constitucional por encontrarse estrictamente vinculada al concepto de educación, bajo el argumento central de que la población tabasqueña y aquellos que visiten el Estado conozcan con oportunidad las actividades culturales, servicios y eventos turísticos que acompañan a la Feria del estado de Tabasco, para incentivar el turismo interno, las tradiciones y cultura del estado, así como la recreación de sus habitantes.

40. **H. Ayuntamiento de Colima.** Con fundamento en los artículos 45, fracción V, incisos g), j) y l); 47, fracción V, inciso f) de la Ley del Municipio Libre del Estado de Colima; 180, fracción V, inciso f); 190, fracciones III y V y 258 bis, incisos d) y g) del Reglamento del Gobierno Municipal de Colima, el referido Ayuntamiento remite para su análisis la campaña “Festival Internacional del Volcán, edición 2018” con vigencia del 06 de marzo al 09 de mayo, cuyo principal objetivo es explorar, celebrar y promover manifestaciones artísticas, culturales y académicas, logrando un intercambio cultural con alguna ciudad del mundo, así como la participación de población que a su vez se verá beneficiada pues se elevará el desarrollo cultural.

En ese sentido, se considera esta campaña dentro de las exceptuadas de la prohibición constitucional en materia de propaganda gubernamental por vincularse al concepto de educación que comprende el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado, atendiendo a la diversidad en todas sus manifestaciones y expresiones, es decir, al conjunto de conocimientos sobre distintos lugares, formas de vida y costumbres.

41. **Gobierno del Estado de Oaxaca.** Con fundamento en el artículo 51 de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Oaxaca, la Coordinación General de Comunicación Social y Vocería del Gobierno del Estado de Oaxaca remite para su análisis las campañas “Guelaguetza” y “Tenencia Cero” ambas con vigencia del 01 de abril al 30 de junio.

Respecto de la campaña “Guelaguetza”, el principal objetivo es difundir en el país y en el ámbito internacional esta fiesta tradicional, que se organiza de manera anual en Oaxaca, y que busca que personas de todas las edades, conozcan las costumbres y tradiciones oaxaqueñas.

¹¹ En condiciones similares se aprobó la misma campaña a través del INE/CG120/2015.

Por ello, se considera que la referida campaña deberá ser considerada como parte del listado de las excepciones a la prohibición constitucional, pues resulta claro que se ajusta al concepto de educación, entendido como el disfrute de los bienes y servicios que presta el Estado y el conjunto de conocimientos sobre distintos lugares, formas de vida y costumbres.

Ahora bien, la campaña “Tenencia Cero” consiste en difundir a la ciudadanía estatal que el costo por el pago de tenencia vehicular es de cero pesos y será válido para las personas que estén al corriente del pago de sus obligaciones vehiculares y tengan placas emitidas por las autoridades del Estado.

En ese sentido, y retomando lo señalado respecto de campañas similares, no se aportan argumentos suficientes para que se puedan vincular a algún concepto constitucional, además de ser información que no se apega al criterio de generalidad. Por tanto, en un ejercicio de congruencia, la campaña “Tenencia Cero” no puede ser considerada como exceptuada de la prohibición constitucional.

42. Dependencias del Gobierno del estado de Colima.

Para facilitar el análisis de la propaganda, ésta se agrupará conforme a la dependencia o entidad del gobierno estatal que la propone:

Secretaría de Desarrollo Social del estado de Colima.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN
Difusión del Programa de Uniformes Gratuitos (05 marzo 2018 al 15 marzo 2019)	Difusión en todas las escuelas oficiales del Estado del programa, mediante carteles, mantas y circulares para que los maestros y padres de familia de los 136,000 alumnos conozcan y generen información correspondiente a cada alumno	Artículos 34, bis 16 y bis 17, 70 y 71 de la Ley de Desarrollo Social para el Estado de Colima	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario, la difusión no implica medios de comunicación, además de dirigirse a un sector de la población colimense. No se estima indispensable su difusión durante las etapas de campaña, reflexión y Jornada Electoral.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN
Comités Ciudadanos de Desarrollo Social (15 febrero 2018 al 30 junio 2018)	Difundir la convocatoria, en todas la colonias donde existan beneficiarios de los Programas de Desarrollo Social, para la conformación de comités ciudadanos	Ley de Desarrollo Social del Estado y las Reglas de operación de todos los Programas y acciones a ejecutar para el ejercicio 2018	Improcedente. En el formulario no se expresan los medios a través de los cuales se realizará la difusión, además de que no cumple con la debida fundamentación y motivación. Adicionalmente, no cumple con el criterio de generalidad, señalado en el considerando 19, pues se dirige a un sector específico de la población (aquellos beneficiarios de las obras o acciones).
Creación de Comités (3 marzo 2018 al 30 junio 2018)	Difundir la creación de los Comités abona a la transparencia y el fomento de la participación ciudadana, es una actividad requerida por cada uno de los programas de donde provienen los recursos que se aplicarán; asimismo depende de la validación de las obras, los procesos de licitación y el arranque.	Artículos 34 bis 16 y 34 bis 17, 70, 71 de la Ley General de Desarrollo Social para el Estado de Colima; 6.3.1 de las Reglas de Operación del Programa de Infraestructura Indígena a cargo de la Dirección General Adjunta de Infraestructura de la Comisión Nacional para el desarrollo de los Pueblos Indígenas para el ejercicio fiscal 2018; 3.1.2 fracción XII de los Lineamientos Generales para la Operación del Fondo de Aportaciones para la Infraestructura Social vigentes.	Improcedente. Para este Consejo General no resulta ajeno el apoyo que se brinda a las comunidades de los pueblos originarios de México, sin embargo, el programa que se remite pertenece a programas de carácter social y obra pública de la administración estatal para un sector específico de la población.
Conmemoración del 17 de mayo, día Nacional y Estatal contra la Homofobia "Mayo, mes contra la homofobia" (01 al 31 de mayo)	A través de distintas actividades culturales, deportivas, artísticas y académicas se fomentará el respeto de los derechos de las personas LGBTTTI; contribuir desde la educación no formal a la modificación de ideas, pensamientos, creencias, valores y conductas hacia las personas por su orientación sexual o identidad de género, con el propósito de erradicar los prejuicios, estereotipos y estigmas	Artículos 34, bis 16 y bis 17, 70 y 71 de la Ley de Desarrollo Social para el Estado de Colima	Procedente. Resulta directamente aplicable el concepto de educación al tratarse de temas que son sensibles y que involucran a la totalidad de la población. Al respecto, es preciso tomar en consideración lo argumentado por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación al resolver el recurso SUP-RAP-57/2010: "...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..."

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN
Nutriéndote Sano (01 abril al 09 julio)	Difusión en los centros de salud de los municipios donde vive la población beneficiada del Programa Nutriéndote Sano, para convocarlos a la entrega de los apoyos alimentarios, con el objetivo de que los padres de los niños con desnutrición conozcan del calendario de entregas.	Artículos 34, bis 16 y bis 17, 70 y 71 de la Ley de Desarrollo Social para el Estado de Colima	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario, la difusión no implica medios de comunicación, además de que no cumple con el criterio de generalidad, pues se dirige a un sector específico de la población colimense.
Mejorando Mi Vivienda (30 marzo al 09 julio)	Difusión del programa en el que familias que se encuentran en situación de vulnerabilidad por carencia de espacios dignos en su hogar o que sufran de hacinamiento o viviendas muy reducidas.	Artículos 34, bis 16 y bis 17, 70 y 71 de la Ley de Desarrollo Social para el Estado de Colima	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario, la difusión no implica medios de comunicación, además de que no cumple con el criterio de generalidad, pues se dirige a un sector específico de la población colimense.
Kits de recién nacidos (01 marzo al 31 junio)	Difusión de la entrega de apoyos del programa entro de los hospitales generales de la Secretaría de Salud.	Artículos 34, bis 16 y bis 17, 70 y 71 de la Ley de Desarrollo Social para el Estado de Colima	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario, la difusión no implica medios de comunicación, además de que no cumple con el criterio de generalidad, pues se dirige a un sector específico de la población colimense.
Ayudas Alimentarias (01 enero al 31 julio)	Difusión de la entrega de ayudas alimentarias.	Artículos 34, bis 16 y bis 17, 70 y 71 de la Ley de Desarrollo Social para el Estado de Colima	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario, la difusión no implica medios de comunicación, además de que no cumple con el criterio de generalidad, pues se dirige a un sector específico de la población colimense.

Instituto para el Registro del Territorio del estado de Colima.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN
Alerta Patrimonial (30 marzo al 31 de julio)	Es un servicio de notificación vía mensaje de texto celular y correo electrónico al titular del derecho registral por cualquier movimiento que se registre en el folio del inmueble de su propiedad.	Ley del Instituto para el Registro del Territorio del Estado de Colima y Reglamento de la Ley del Instituto para el Registro del Territorio del Estado de Colima	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario, la difusión no implica medios de comunicación, además de que no cumple con el criterio de generalidad, pues se dirige a un sector específico de la población colimense. Del formulario presentado, no se desprende la necesidad e importancia de difusión durante las campañas electorales.

Comisión Intermunicipal de agua potable y alcantarillado de Colima y Villa de Álvarez.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN
Comunicado de Prevención en caso de escasez de agua por falla mecánica de algún equipo de bombeo para el suministro de agua en las colonias (29 marzo al 01 de julio)	En caso de falla en algún pozo, se notificará a la población para tomar previsiones y evitar problemas de higiene o de otra índole	2, fracciones I y III del Decreto que Contiene la creación de la Comisión Intermunicipal de Agua Potable y Alcantarillado de los municipios de Colima y Villa de Álvarez y 25, fracción IV y 26 del Reglamento Interior	Procedente. Según lo dispuesto en el formulario y anexo, la campaña busca informar a la población acerca de los mecanismos que tiene a su alcance para garantizar el suministro de agua en caso de una eventualidad. Se vincula al concepto de salud, pues está relacionada con el derecho de acceso a un servicio básico, como es el de agua potable, que tiene una incidencia directa en la prevención de problemas de higiene e insalubridad.

Instituto Colimense del Deporte.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN
Capacitación para entrenadores e instructores de diferentes deportes (01 abril al 04 de junio)	Capacitar a los entrenadores, certificarlos para que los deportistas cuente con mejores entrenadores	Artículos 3, fracciones I, III y IV; 4 fracción XI y 10 fracción IV del Decreto que crea el Instituto Colimense del Deporte.	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario la difusión se encamina a un sector de la población colimense, además no se desprende la necesidad e importancia de difusión durante las campañas electorales.
Programas estatal muévete colima y ligas deportivas INCODE 08 de enero al 20 de enero	Informar a la ciudadanía sobre los horarios y días en que se lleva a cabo la activación física de manera gratuita en cada municipio. Dar a conocer información sobre las ligas deportivas.	Artículos 3 fracciones, I, II y III; 4, fracción V y 10 fracción IV del Decreto que crea el Instituto Colimense del Deporte.	Procedente. Programas que fomentan el desarrollo de la cultura física y la actividad física y el deporte son elementos de la educación para formar en las personas la cultura de ejercitar su cuerpo, además de que el deporte es una herramienta fundamental para el combate de enfermedades.
Olimpiada Nacional y Nacional Juvenil 2018. Abanderamiento de la delegación colimense. (01 mayo al 04 de junio)	Difusión de actividades a nivel nacional. a	Artículo 4 Decreto que crea el Instituto Colimense del Deporte.	Procedente. La actividad física y el deporte son considerados como elementos de la educación para formar en las personas la cultura de ejercitar su cuerpo y su mente integralmente, adicionalmente el deporte debe verse como un reto que tiene como finalidad generalizar la práctica de la actividad física entre la población.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN
Eventos deportivos nacionales (01 abril al 04 junio)	Invitar a las personas a que sean partícipes de los eventos que se desarrollan en Colima y con ello fomentar la cultura del deporte.	Artículo 4 Decreto que crea el Instituto Colimense del Deporte.	Procedente. La actividad física y el deporte son considerados como elementos de la educación para formar en las personas la cultura de ejercitar su cuerpo y su mente integralmente, adicionalmente el deporte debe verse como un reto que tiene como finalidad generalizar la práctica de la actividad física entre la población.

Instituto para la Atención de los Adultos en Plenitud.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN
Comunicación telefónica a los y las beneficiarias del programa pensión alimenticia (01 abril al 04 de junio)	Llamada telefónica personalizada o notificación por escrito del inicio del beneficio al programa.	Decreto No. 104, Ley para la protección de los adultos en plenitud del Estado de Colima, artículos 62, fracción III Decreto No. 159 de Reforma al Artículo 62, fracción III de la misma Ley	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario, la difusión no implica medios de comunicación, además de dirigirse a un sector de la población colimense y tratarse de un servicio Por otro lado, se hace notar que podría configurarse como un programa de la administración actual.

Instituto Estatal de Educación para Adultos.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN
Campaña de Incorporación y Reincorporación 2018 (23 febrero al 16 de diciembre)	Abatir el analfabetismo y reducir sustancialmente el rezago educativo conforme a metas planteadas por el gobierno de la república.	Sin fundamentación	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario, la difusión no implica medios de comunicación. Por otro lado, se hace notar que carece de elementos suficientes que permitan determinar su necesidad, importancia, así como la debida fundamentación.

Coordinación General de Comunicación Social

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN
Talleres formativos de la Fábrica de Innovación Creativa del Tívoli (01 marzo al 01 de mayo)	Mejora de la calidad de vida mediante actividades formativas y educativas que inciden en la recuperación del diálogo de las comunidades ubicadas al sur de la ciudad de Colima, así como en la formación de capacidades creativas de los ciudadanos que habitan en el municipio	Artículo 1 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Colima; 1; 2, numeral 1, apartado A, fracción VI y 25, fracción VIII del Reglamento Interior de la Oficina del Gobernador	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario, la difusión se realizará, además de en los medios de comunicación, a través de volantes, redes sociales, prensa, revistas y páginas web. Se hace notar que, a partir de la información proporcionada, no se advierten elementos suficientes que permitan determinar su generalidad, al estar enfocadas a 5 colonias al sur de la ciudad de Colima.
Programa Alerta Amber (29 de marzo al 01 de julio)	Las instituciones y la población en general coadyuven en la difusión de la información que pueda contribuir a la localización de menores de edad que son reportados como desaparecidos.	Artículo 1 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Colima; 1; 2, numeral 1, apartado A, fracción VI y 25, fracción VIII del Reglamento Interior de la Oficina del Gobernador	Procedente. En el mismo sentido del INE/CG65/2017, relacionado con la campaña "Nos haces falta" del Gobierno del estado de Coahuila de Zaragoza, esta campaña se encuentra vinculada al concepto de educación, pues el objetivo es concientizar a la ciudadanía para encontrar a personas desaparecidas.
Programa de Denuncia Anónima y Emergencias (29 marzo al 01 de julio)	Conocer los números de emergencia en los que se puede dar aviso en caso de presenciar o saber de algún delito, así como reportar la incidencia de una emergencia que ponga en riesgo la salud, seguridad o la protección civil.	Artículo 1 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Colima; 1; 2, numeral 1, apartado A, fracción VI y 25, fracción VIII del Reglamento Interior de la Oficina del Gobernador	Procedente. En el mismo sentido del SUP-RAP-121/2014, y respecto de la "Campaña del 066 y 089 del Consejo Estatal de Seguridad Pública analizada en el diverso INE/CG1081/2015, 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.
Campaña de Medios de Auto Protección en Seguridad y protección Civil (29 de marzo al 01 de julio)	La población conozca las medidas que debe adoptar en casa, trabajo, al caminar o circular por las calles para inhibir la comisión de delitos o ser víctimas de accidentes	Artículo 1 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Colima; 1; 2, numeral 1, apartado A, fracción VI y 25, fracción VIII del Reglamento Interior de la Oficina del Gobernador	Procedente. Relación con los servicios educativos que son indispensables para la población, en cumplimiento al derecho de protección a la salud que tiene como finalidad la prolongación de la vida humana, así como el fomento de programas de educación y orientación a la población. Asimismo, es información necesaria para garantizar la protección civil de la población colimense.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN
Programa de descuento en Licencias de Conducir dirigido a los habitantes de Zonas Rurales (01 al 30 de abril)	Fomentar la cultura de la seguridad vial mediante la expedición o renovación del documento oficial.	Artículo 1 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Colima; 1; 2, numeral 1, apartado A, fracción VI y 25, fracción VIII del Reglamento Interior de la Oficina del Gobernador	Improcedente. No se advierten argumentos suficientes para que se puedan vincular a algún concepto, ni se establece una generalidad que beneficie a los colimenses, así como los medios para su difusión.
Programa Alerta Extel (29 de marzo al 01 de julio)	Que las instituciones gubernamentales, organizaciones civiles, gremios empresariales y la población en general se enteren de la desaparición de víctimas de extorsión y puedan aportar información útil que permita su localización.	Artículo 1 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Colima; 1; 2, numeral 1, apartado A, fracción VI y 25, fracción VIII del Reglamento Interior de la Oficina del Gobernador	Procedente. Siempre que la difusión, independientemente de los medios en los que se realice, se ajuste a los criterios establecidos en el presente instrumento.
Difusión de la Unidad Especializada de Delitos Electorales (29 de marzo al 01 de julio)	Difundir los mecanismos jurídicos en materia penal que tienen los partidos políticos, candidatos y ciudadanos en general, para interponer las denuncias que sean necesarias ante lo que se considere un delito electoral, y que la institución lleve a cabo las investigaciones y resuelva lo que a derecho proceda.	Artículo 1 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Colima; 1; 2, numeral 1, apartado A, fracción VI y 25, fracción VIII del Reglamento Interior de la Oficina del Gobernador	Procedente. Se considera indispensable, pues como autoridad en materia electoral debe proporcionar a la ciudadanía información que permita fortalecer el régimen democrático, lo anterior en plena concordancia con lo señalado en el SUP-RAP-57/2010 <i>"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, (...) aprovechamiento de los recursos, la defensa y aseguramiento de nuestra independencia política y económica"</i>
Campaña de renovación de Gafete de trabajadores del volante (20 de abril al 01 de julio)	Los trabajadores del volante actualicen el documento que les autoriza continuar con la prestación del servicio.	Artículo 1 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Colima; 1; 2, numeral 1, apartado A, fracción VI y 25, fracción VIII del Reglamento Interior de la Oficina del Gobernador	Improcedente. No es información cuya difusión resulta necesaria durante las campañas. Además, en el formulario no se precisan los medios por los que se pretende dar a conocer.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN
Campaña de visión cero (05 de marzo al 01 de julio)	Disminuir exponencialmente el número de muertes ocasionadas por hechos de tránsito, así como los daños materiales y económicos que estos generan.	Artículo 1 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Colima; 1; 2, numeral 1, apartado A, fracción VI y 25, fracción VIII del Reglamento Interior de la Oficina del Gobernador y 40, fracción III, inciso b) y 157 fracción VI de la Ley de Movilidad Sustentable para el Estado de Colima.	Procedente. La acción en materia de prevención de accidentes comprende la adopción de diversas medidas entre las que se encuentra el fomento de programas de educación y orientación a la población. En condiciones similares se analizaron en los Acuerdos CG75/2012, SUP-RAP54/2012, INE/CG61/2015, INE/CG1081/2015, INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017 las campañas de la Secretarías de Salud y de Comunicaciones y Transportes, así como de Ángeles Verdes relacionadas con la prevención de accidentes en periodos vacacionales, carretera y bajo el influjo de sustancias.
Échale Neurona, Sexualidad Adolescente Responsable, Participar para Mejorar y No eres Tú Somos Todos (02 de marzo al 20 de diciembre)	Concientizar a los adolescentes y jóvenes sobre los riesgos sociales y de salud por no ejercer una sexualidad responsable.	Artículo 1 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Colima; 1; 2, numeral 1, apartado A, fracción VI y 25, fracción VIII del Reglamento Interior de la Oficina del Gobernador	Procedente. Educar sobre salud sexual y reproductiva para sensibilizar y contribuir con la disminución de conductas sexuales de riesgo. En condiciones similares se analizaron en los acuerdos INE/CG61/2015, INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017 las campañas del Consejo Nacional de Población sobre prevención del embarazo no planeado, infecciones de transmisión sexual y educación sexual.
Campaña promocional turística de Colima (01 marzo al 31 de diciembre)	Generar mayor derrama de turistas y visitantes, así como incrementar ocupación hotelera, uso eficiente de recursos a través de medios electrónicos que lleven el mensaje de promoción e incentivas una estancia más larga y mayor derrama en actividades y el consumo y servicios locales, aumentando por consiguiente la experiencia turística.	No precisa los fundamentos aplicables.	Procedente. Siempre que la difusión, independientemente de los medios en los que se realice, se ajuste a los criterios establecidos en el presente instrumento.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN
Casas del Emprendedor Poder Joven y Centros Poder Joven, Talleres de Educación Financiera (12 de enero al 20 de diciembre)	Educación financiera como apoyo al mejoramiento de la situación crediticia de jóvenes y adolescentes	Artículo 1 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Colima; 1; 2, numeral 1, apartado A, fracción VI y 25, fracción VIII del Reglamento Interior de la Oficina del Gobernador	Procedente. Siempre que la difusión, independientemente de los medios en los que se realice, se ajuste a los criterios establecidos en el presente instrumento.
Segunda Semana Nacional de Salud 2018 (21 de mayo al 25 de mayo)	Intensificar acciones de vacunación contra las enfermedades prevenibles	Artículo 1 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Colima; 1; 2, numeral 1, apartado A, fracción VI y 25, fracción VIII del Reglamento Interior de la Oficina del Gobernador	Procedente. En el mismo sentido que los diversos INE/CG61/2015, INE/CG78/2016 e INE/CG65/2017, 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.
Convocatoria PECDA 2018 (15 de marzo al 08 de mayo)	Difundir la convocatoria para la comunidad artística en las diferentes disciplinas de artes e investigación	Artículo 1 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Colima; 1; 2, numeral 1, apartado A, fracción VI y 25, fracción VIII del Reglamento Interior de la Oficina del Gobernador	Procedente. Siempre que la difusión, independientemente de los medios en los que se realice, se ajuste a los criterios establecidos en el presente instrumento.
Diplomado en Mediación de Lectura (01 de marzo al 01 de junio)	Programa Nacional de Salas de Lectura para difundir la lectura y facilitar el acceso de los interesados.	Artículo 1 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Colima; 1; 2, numeral 1, apartado A, fracción VI y 25, fracción VIII del Reglamento Interior de la Oficina del Gobernador	Procedente. Siempre que la difusión, independientemente de los medios en los que se realice, se ajuste a los criterios establecidos en el presente instrumento.
Programa de Capacitación del Centro Estatal de las Artes (08 marzo al 30 de junio)	Formar, capacitar a la comunidad artística e investigadores en las áreas de especialización de las artes, así como también implementar la formación desde la iniciación artística. Formar maestros en la educación básica con el Diplomado Interdisciplinario para la enseñanza de las artes.	Artículo 1 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Colima; 1; 2, numeral 1, apartado A, fracción VI y 25, fracción VIII del Reglamento Interior de la Oficina del Gobernador	Procedente. Siempre que la difusión, independientemente de los medios en los que se realice, se ajuste a los criterios establecidos en el presente instrumento.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN
Registro de las Organizaciones de la Sociedad Civil y presentación de proyectos (15 de abril al 31 de diciembre)	Informar a los integrantes y representantes de las organizaciones de la sociedad civil sobre el registro y las formas como pueden presentar sus proyectos, conforme a la convocatoria y la Ley de fomento a las organizaciones de la sociedad civil del Estado de Colima.	Artículo 1 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Colima; 1; 2, numeral 1, apartado A, fracción VI y 25, fracción VIII del Reglamento Interior de la Oficina del Gobernador	Improcedente. Según lo dispuesto en el formulario, la difusión no cumple con los criterios de generalidad y necesidad, pues la campaña está dirigida a un sector específico de la población colimense y no resulta indispensable su difusión durante los periodos de campaña, reflexión y Jornada Electoral.
Subsidio a la tenencia en el pago oportuno del holograma (15 de marzo al 02 de abril)	Fortalecer la recaudación fiscal estatal a través de una campaña de difusión que informe sobre las ventajas de mantenerse al corriente en el pago de sus responsabilidades fiscales estatales.	Artículo 1 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Colima; 1; 2, numeral 1, apartado A, fracción VI y 25, fracción VIII del Reglamento Interior de la Oficina del Gobernador	Improcedente. No se advierten argumentos suficientes para que se puedan vincular a algún concepto, ni se apega al criterio de generalidad. Además, se hace notar que, en todo caso, la difusión de la campaña puede hacerse del 15 al 29 de marzo.
PRODERMAGICO 2018 Cursos de Capacitación vinculados al sector turístico (01 de abril al 15 de diciembre)	Profesionalización del sector turístico y capacitación continua.	No precisa los fundamentos aplicables.	Procedente. Siempre que la difusión, independientemente de los medios en los que se realice, se ajuste a los criterios establecidos en el presente instrumento.
Programa de afiliación y re afiliación permanente al seguro popular (01 de enero al 3 de diciembre)	Brindar protección financiera a los mexicanos que no son derechohabientes al sistema de seguridad social.	Artículo 1 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Colima; 1; 2, numeral 1, apartado A, fracción VI y 25, fracción VIII del Reglamento Interior de la Oficina del Gobernador	Procedente. La propaganda está dirigida a la población del Estado de Colima y, conforme a lo señalado por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación al resolver el recurso SUP-RAP-57/2010, <i>"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"</i>

43. Gobierno del Estado de Hidalgo.

Para facilitar el análisis de la propaganda, se realizará de la manera siguiente:

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN
Pon tu negocio, Yo te apoyo (31 de marzo al 01 de julio)	Programa de financiamiento orientado al fortalecimiento del desarrollo económico, mediante la ejecución de 4 subprogramas que permiten el impulso de políticas y acciones de fomento a las iniciativas emprendedoras.	Sin fundamentación	Improcedente. Según lo dispuesto en el anexo, la difusión se dirige a un sector específico de la población hidalguense, por lo que no cumple con el criterio de generalidad.
Formación de Capital Humano (31 de marzo al 01 de julio)	Programa en donde se desarrollan capacidad y conocimiento práctico, mediante cursos, talleres y consultoría que permitan actualizar e incrementar habilidades de emprendedores y empresarios	Sin fundamentación	Improcedente. Según lo dispuesto en el anexo, la difusión se dirige a un sector específico de la población hidalguense, por lo que no cumple con el criterio de generalidad.
Iniciativa de Refuerzo a la Competitividad del Sector Apícola, Hidalgo Oro Líquido, Iniciativa de Refuerzo a la Competitividad del Sector Turismo, Viaja Hidalgo (31 de marzo al 01 de julio)	Oro Líquido: Fortalecer uno de los sectores agroindustriales, incrementando producción, especializando la extracción e industrialización de los derivados de la colmena. Viaja Hidalgo: Fortalecer los sectores estratégicos, mediante la especialización de los prestadores de servicios.	Sin fundamentación	Improcedente. Según lo dispuesto en el anexo, la difusión se dirige a un sector específico de la población hidalguense, por lo que no cumple con el criterio de generalidad.
Estrategias de comercialización para el sector metalmecánico enfocado al transporte y su cadena de valor (23 al 27 de abril)	Parte de la Iniciativa Moviendo a Hidalgo y se gestionó un espacio en la Feria Hannover Messe 2018 en Alemania, en el cual compradores y proveedores del sector acceden a información estratégica y generación de alianzas.		Improcedente. Según lo dispuesto en el anexo, la difusión no implica medios de comunicación, además de dirigirse a un sector específico de la población hidalguense, por lo que no cumple con el criterio de generalidad.
Difusión y promoción permanente de vacantes de empleos que solicitan continuamente las nuevas empresas así	Sin objetivo	Sin fundamentación y motivación	Improcedente. Según lo dispuesto en el anexo, la difusión no implica medios de comunicación, además de dirigirse a un sector específico de la población hidalguense, por lo que no cumple con el criterio de generalidad.

CAMPAÑAS	OBJETIVO	FUNDAMENTACIÓN Y MOTIVACIÓN	CALIFICACIÓN
como las ya consolidadas (31 de marzo al 01 de julio)			
Entrega de información a los nuevos prospectos de inversión de manera física (<i>vouchers</i>) y vía electrónica como es el caso de la página de promoción: investhidalgo.mx (31 de marzo al 01 de julio)	Conocer información	Sin fundamentación y motivación	Improcedente. Según lo dispuesto en el anexo, la difusión no implica medios de comunicación, además de dirigirse a un sector específico de la población hidalguense, por lo que no cumple con el criterio de generalidad.
Asistencia de funcionarios a eventos de promoción nacional e internacional en materia de inversión y promoción de estos en medios físicos y electrónicos (31 de marzo al 01 de julio)		Sin fundamentación y motivación	Improcedente. Según lo dispuesto en el anexo, la difusión no implica medios de comunicación, además de dirigirse a un sector específico de la población hidalguense, por lo que no cumple con el criterio de generalidad.
Mi primer empleo, Mi primer salario	Facilitar la inserción laboral a través de estancias profesionales pagadas, así como apoyar a las empresas para elevar su productividad y competitividad.	Sin fundamentación	Improcedente. Según lo dispuesto en el anexo, la difusión no implica medios de comunicación, además de dirigirse a un sector específico de la población hidalguense, por lo que no cumple con el criterio de generalidad.
Jornada permanente de conciliación	Invitar a los trabajadores y patrones que tienen en trámite juicios laborales sometidos ante la Junta Local de Conciliación y Arbitraje en el Estado de Hidalgo, para acelerar su resolución de manera amistosa.	Artículo 37, fracciones I, II y XXV de la Ley Orgánica de la Administración Pública para el Estado de Hidalgo.	Procedente. Siempre que la difusión, independientemente de los medios en los que se realice, se ajuste a los criterios establecidos en el presente instrumento.

- 44.** De conformidad con los considerandos en los cuales se prevé analizar las excepciones a las reglas sobre suspensión de propaganda gubernamental, para tales efectos, no podrán 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.

En razón de los Antecedentes y Considerandos expresados, y con fundamento en lo dispuesto por los artículos 41, bases III, Apartados A, B y C, párrafo segundo; V, Apartado A, párrafo primero y 134, párrafos séptimo y octavo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 1, numeral 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 k), n), aa) y jj); 160, numerales 1 y 2; 162; 209, numeral 1 y 242, numeral 5 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales; 23, numeral 1, inciso d); 26, numeral 1, inciso a) y 49 de la Ley General de Partidos Políticos; 4, numeral 2 y 7, numerales 3 y 8 del Reglamento de Radio y Televisión en Materia Electoral, este órgano colegiado emite el siguiente:

ACUERDO

PRIMERO.- Se responde a las consultas formuladas en materia de propaganda gubernamental relacionadas con lo dispuesto en el artículo 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, para el Proceso Electoral Federal y Locales coincidentes, así como extraordinarios que se celebran en dos mil dieciocho, conforme a lo establecido en los puntos subsecuentes de este Acuerdo.

SEGUNDO.- En términos de lo dispuesto en la parte final de la jurisprudencia 18/2011, emitida por la Sala Superior del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, las campañas de información, servicios educativos, de salud y las de protección civil en caso de emergencia, a que se refieren los artículos 41, párrafo segundo, Base III, Apartado C, segundo párrafo, de la Constitución Política de los

Estados Unidos Mexicanos; 209, numeral 1, de la Ley Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales y 7, numeral 8 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 escritos, tanto de los poderes federales y entidades federativas, como de los municipios, de las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México y cualquier otro ente público, en los términos y con las excepciones establecidas en el artículo 41, párrafo segundo, Base III, apartado C, párrafo segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, a partir del treinta de marzo y hasta el primero de julio de dos mil dieciocho, así como de los procesos electorales extraordinarios que se celebren durante el presente año, incluyendo las emisoras de radio y canales de televisión previstos en el Catálogo señalado en el Antecedente II del presente Acuerdo.

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

No.	Ente público	Propaganda
1	Secretaría de Gobernación	Protección Civil 2018, versión "Temporada de Lluvias y Ciclones 2018"
2	Consejo Nacional de Población	Prevención del embarazo no planeado e infecciones de transmisión sexual en adolescentes, versiones: "Embarazo e infecciones", "Prevención del abuso sexual infantil: niñas y director", "Prevención del Embarazo e Infecciones de Transmisión Sexual: Padres" y "Prevención del abuso sexual infantil: Genérico"
3	Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación	"La inclusión nos hace crecer como país"
4	Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra Las Mujeres	"No todos los hombres somos iguales" "#Navega segura" "Espacios públicos libres de violencia"
5	Servicio de Administración Tributaria	"Declaración Anual e Informativa"

No.	Ente público	Propaganda
6	Lotería Nacional	Campaña Lotería Nacional, versión "Institucional"
7	Pronósticos para la Asistencia Pública	Campañas: "Institucional, Melate, Progol, Tris, Protouch, Gana Gato, Chispazo, Raspaditos, Billeto Electrónico"
8	Servicio Nacional de Inocuidad y Calidad Agroalimentaria	"SENASICA nos protege a todos" únicamente las vigencias 12 de marzo al 12 de abril y 01 de junio al 21 de agosto
9	Secretaría de Comunicaciones y Transportes	Seguridad Vial, únicamente Semana santa 19 de marzo al 27 de abril.
10	Caminos y Puentes Federales	Seguridad Vial
11	Secretaría de Educación Pública	Campaña: Opciones de Educación Media Superior y Superior, versión: "Ampliación de la oferta educativa", Campaña: Servicios Educativos, versiones: "Premio Nacional de Ciencias 2018", Campaña: Servicios Educativos, versión: "Becas 2018", Campaña: Servicios Educativos, versión: "Igualdad, Equidad e Inclusión Educativa"
12	Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte	Campaña: "El deporte en México"
13	Comisión Nacional de Fomento Educativo	Campaña: "Acepta el desafío y vive la experiencia"
14	Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica	Campaña: "Orgullosamente CONALEP", versión: "Elige tu futuro"
15	Fondo de Cultura Económica	Campaña: "Letras sin Fronteras"
16	Instituto Politécnico Nacional	Campaña: "Carrera IPN OnceK", Campaña: "Difusión Cultural"
17	Universidad Pedagógica Nacional	Campaña: Difusión de convocatorias Posgrado, Licenciaturas Escolarizadas y Licenciatura en enseñanza del francés. Campaña: Difusión del Cuarenta Aniversario de la fundación de la UPN.
18	Secretaría de Salud	Campaña: "Reducir el riesgo de infarto", Campaña: "Prevención de Adicciones", versiones: uno, dos, tres, cuatro, cinco, seis, siete, ocho, nueve y diez
19	Centro Nacional para la Salud de la Infancia y la Adolescencia	Campaña: "Semanas Nacionales de Salud 2018", versión: Versión: Segunda Semana Nacional de Salud 2018
20	Procuraduría Federal de la Defensa del Trabajo	Campaña: "PROFEDET Vigila el Pago de tus utilidades", versión: Reparto de Utilidades 2018
21	Comisión Nacional del Agua	Campaña: "Cultura del Agua" Versión: "Guardianes del Agua", Campaña: "Protección a Centros de Población", versión: Prevención.
22	Comisión Nacional Forestal	Campaña: "Prevención de Incendios Forestales"

No.	Ente público	Propaganda
23	Secretaría de Energía	Campaña: "Horario de Verano" Versión: Inicio resto de la República, vigencia: 26 de marzo al 01 de abril
24	Secretaría de Turismo	Campaña: "Ángeles Verdes, Semana Santa 2018"
25	Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.	Campaña: "Viajemos Todos Por México"
26	Instituto Nacional de las Mujeres	Campaña: "En busca de la igualdad, versiones: por tus derechos 6 y 7, Campaña: "Por tus derechos", versión: noviazgo sin violencia
27	Procuraduría de la Defensa del Contribuyente	Campaña: "PRODECON por ti estamos aquí"
28	Secretaría de Cultura	Campaña: Promoción Cultural
29	Instituto Nacional de Antropología e Historia	Campaña: Difusión Cultural y del Patrimonio Antropológico e Histórico
30	Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura	Campaña: Difusión de la Cultura y Patrimonio Artístico y Literario
31	Centro Cultural y Turístico de Tijuana, S.A. de C.V.	Campaña: Promoción de Bienes y Servicios Artísticos y Culturales, versión: Promoción Cultural 2
32	EDUCAL, S.A. de C.V.	Campaña: Lee en EDUCAL
33	Instituto Mexicano del Seguro Social	Campaña: "Chécate, Mídete, Muévete", versión Muévete
34	Gobierno del estado de Coahuila de Zaragoza	Campaña: "Nos haces falta"
35	Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores	Campaña: Crédito INFONAVIT
36	Instituto Queretano de las Mujeres	"Date Cuenta", "Cine Móvil" y "Prevención de la violencia contra las mujeres a través de Unidad Móviles y Brigada Naranja",
37	Instituto Jalisciense de las Mujeres	Campaña "Expulsemos el Acoso"
38	Gobierno del Estado de Coahuila de Zaragoza, Coordinación General de Comunicación e Imagen Institucional	Campañas Cultura es educación para todos, Obesidad... hazlo por ti, Telefertilízate, Prevención de la violencia de género, "tú eres parte" y Turismo,
39	Secretaría de Turismo del Estado de Querétaro y Fideicomiso Promotor de Turismo en el Estado de Querétaro	Campaña Promoción Turística del Estado de Querétaro
40	Instituto Colimense de las Mujeres	Campañas Uso Seguro y Responsable de las Redes Sociales, y Alerta de Violencia de Género contra las Mujeres de Colima
41	Secretaría de Turismo del Municipio de Querétaro	Campaña de promoción turística del Municipio de Querétaro
42	Gobierno del Estado de Tabasco,	Campaña "Prefería y Feria Tabasco 2018"
43	H. Ayuntamiento de Colima	Festival Internacional del Volcán
44	Secretaría de Gobernación	"Soy México 2018", versión "Registro de la Población México- Americana 2018"
45	Instituto Nacional de Migración	"Protección a Migrantes, Somos Mexicanos"

No.	Ente público	Propaganda
46	Secretaría de Economía, Servicio Geológico Mexicano	"Prevenidos somos más fuertes"
47	Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales	"Educación Ambiental"
48	Secretaría de Cultura, Estudios Churubusco Azteca, S.A.	"La fábrica de cine: Estudios Churubusco, 1945-1917"
49	Secretaría de Cultura. Instituto Nacional de Estudios Históricos de las Revoluciones de México.	"Actividades Culturales"
50	Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales.	Campaña Institucional 2017, versiones: Jingle abierto-cerrado y Blanca y Pepe"
51	Secretaría de Desarrollo Social del estado de Colima	Conmemoración del 17 de mayo, día Nacional y Estatal contra la Homofobia "Mayo, mes contra la homo-lesbo.transfobia"
52	Comisión Intermunicipal de agua potable y alcantarillado de Colima y Villa de Álvarez.	Comunicado de Prevención en caso de escasez de agua por falla mecánica de algún equipo de bombeo para el suministro de agua en las colonias
53	Instituto Colimense del Deporte	Programas estatal muévete colima y ligas deportivas INCODE, Olimpiada Nacional y Nacional Juvenil 2018. Abanderamiento de la delegación colimense y Eventos deportivos nacionales
54	Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno del estado de Colima	Programa Alerta Amber, Programa de Denuncia Anónima y Emergencias, Campaña de Medios de Auto Protección en Seguridad y protección Civil, Difusión de la Unidad Especializada de Delitos Electorales, Campaña de visión cero, Échale Neurona, Sexualidad Adolescente Responsable, Participar para Mejorar y No eres Tú Somos Todos, Segunda Semana Nacional de Salud 2018 y Programa de afiliación y re afiliación permanente al seguro popular; Programa Alerta Extel; Campaña promocional turística de Colima; Casas del Emprendedor Poder Joven y Centros Poder Joven, Talleres de Educación Financiera; Convocatoria PECDA 2018; Diplomado en Mediación de Lectura; Programa de Capacitación del Centro Estatal de las Artes; PRODERMÁGICO 2018 Cursos de Capacitación vinculados al sector turístico
55	Municipio de Ciudad Juárez, Chihuahua	"Feria Juárez 2018"
56	Gobierno del Estado de Oaxaca	"Guelaguetza"
57	Cineteca Nacional	"Actividades que corresponden a la difusión de los ciclos, exposiciones y cursos"
58	Secretaría de la Defensa Nacional	"Paseos dominicales en un campo militar" y "Fuerzas Armadas Pasión... Por servir a México"

No.	Ente público	Propaganda
59	Instituto Federal de Telecomunicaciones	Unidad Móvil de alfabetización mediática para la promoción de conocimientos sobre medios y contenidos audiovisuales y los derechos de los usuarios
60	Gobierno del Estado de Hidalgo	Jornada permanente de conciliación

QUINTO.- La propaganda referida en los puntos Segundo y Cuarto deberán observar las reglas siguientes:

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

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

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

OCTAVO.- El presente Acuerdo entrará en vigor a partir del treinta de marzo y concluirá su vigencia al día siguiente de la Jornada Electoral. Por lo que hace a los procesos electorales extraordinarios a celebrarse en dos mil dieciocho, el presente Acuerdo entrará en vigor con el inicio de la campaña electoral extraordinaria correspondiente y concluirá su vigencia al día siguiente de la Jornada Electoral; para lo cual se tomará en consideración la vigencia de la propaganda gubernamental.

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

DÉCIMO.- Se instruye al Secretario Ejecutivo a que notifique, por conducto de la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, el presente Acuerdo a la Subsecretaría de Normatividad de Medios de la Secretaría de Gobernación; así como a los gobiernos estatales y, por su conducto, a los gobiernos municipales.

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

El presente Acuerdo fue aprobado en lo general en sesión extraordinaria del Consejo General celebrada el 23 de marzo de 2018, por votación unánime de los Consejeros Electorales, Licenciado Enrique Andrade González, Maestro Marco Antonio Baños Martínez, Doctora Adriana Margarita Favela Herrera, Doctor Ciro Murayama Rendón, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas, Maestro Jaime Rivera Velázquez, Doctor José Roberto Ruiz Saldaña, Licenciada Alejandra Pamela San Martín Ríos y Valles, Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez y del Consejero Presidente, Doctor Lorenzo Córdova Vianello, no estando presente durante la votación el Consejero Electoral, Doctor Benito Nacif Hernández.

Se aprobó en lo particular que la prohibición de la difusión de propaganda sea en todos los medios de comunicación social, por ocho votos a favor de los Consejeros Electorales, Maestro Marco Antonio Baños Martínez, Doctor Ciro Murayama Rendón, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas, Maestro Jaime Rivera Velázquez, Doctor José Roberto Ruiz Saldaña, Licenciada Alejandra Pamela San Martín Ríos y Valles, Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez y del Consejero Presidente, Doctor Lorenzo Córdova Vianello, y dos votos en contra de los Consejeros Electorales, Licenciado Enrique Andrade González y Doctora Adriana Margarita Favela Herrera; no estando presente durante la votación el Consejero Electoral, Doctor Benito Nacif Hernández.

Se aprobó en lo particular la campaña numeral 5 del Sistema de Administración Tributaria, en los términos del Proyecto de Acuerdo originalmente circulado, por votación unánime de los Consejeros Electorales, Licenciado Enrique Andrade González, Maestro Marco Antonio Baños Martínez, Doctora Adriana Margarita Favela Herrera, Doctor Ciro Murayama Rendón, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas, Maestro Jaime Rivera Velázquez, Doctor José Roberto Ruiz Saldaña, Licenciada Alejandra Pamela San Martín Ríos y Valles, Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez y del Consejero Presidente, Doctor Lorenzo Córdova Vianello, no estando presente durante la votación el Consejero Electoral, Doctor Benito Nacif Hernández.

Se aprobó en lo particular la campaña numeral 6 de la Lotería Nacional, en los términos del Proyecto de Acuerdo originalmente circulado, por votación unánime de los Consejeros Electorales, Licenciado Enrique Andrade González, Maestro Marco Antonio Baños Martínez, Doctora Adriana Margarita Favela Herrera, Doctor Ciro Murayama Rendón, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas, Maestro Jaime Rivera Velázquez, Doctor José Roberto Ruiz Saldaña, Licenciada Alejandra Pamela San Martín Ríos y Valles, Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez y del Consejero Presidente, Doctor Lorenzo Córdova Vianello, no estando presente durante la votación el Consejero Electoral, Doctor Benito Nacif Hernández.

Se aprobó en lo particular la campaña numeral 7 de Pronósticos para la Asistencia Pública, en los términos del Proyecto de Acuerdo originalmente circulado, por votación unánime de los Consejeros Electorales, Licenciado Enrique Andrade González, Maestro Marco Antonio Baños Martínez, Doctora Adriana Margarita Favela Herrera, Doctor Ciro Murayama Rendón, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas, Maestro Jaime Rivera Velázquez, Doctor José Roberto Ruiz Saldaña, Licenciada Alejandra Pamela San Martín Ríos y Valles, Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez y del Consejero Presidente, Doctor Lorenzo Córdova Vianello, no estando presente durante la votación el Consejero Electoral, Doctor Benito Nacif Hernández.

Se aprobó en lo particular la campaña numeral 8 del Servicio Nacional de Inocuidad y Calidad Agroalimentaria, en los términos del Proyecto de Acuerdo originalmente circulado, por ocho votos a favor de los Consejeros Electorales, Licenciado Enrique Andrade González, Maestro Marco Antonio Baños Martínez, Doctora Adriana Margarita Favela Herrera, Doctor Ciro Murayama Rendón, Maestro Jaime Rivera Velázquez, Licenciada Alejandra Pamela San Martín Ríos y Valles, Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez y del Consejero Presidente, Doctor Lorenzo Córdova Vianello, y dos votos en contra de los Consejeros Electorales, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas y Doctor José Roberto Ruiz Saldaña; no estando presente durante la votación el Consejero Electoral, Doctor Benito Nacif Hernández.

Se aprobó en lo particular la campaña numeral 12 de la Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte denominada "El Deporte en México", en los términos del Proyecto de Acuerdo originalmente circulado, por siete votos a favor de los Consejeros Electorales, Licenciado Enrique Andrade González, Maestro Marco Antonio Baños Martínez, Doctora Adriana Margarita Favela Herrera, Doctor Ciro Murayama Rendón, Maestro Jaime Rivera Velázquez, Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez y del Consejero Presidente, Doctor Lorenzo Córdova Vianello, y tres votos en contra de los Consejeros Electorales, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas, Doctor José Roberto Ruiz Saldaña y Licenciada Alejandra Pamela San Martín Ríos y Valles; no estando presente durante la votación el Consejero Electoral, Doctor Benito Nacif Hernández.

Se aprobó en lo particular la campaña numeral 13 de la Comisión Nacional de Fomento Educativo, en los términos del Proyecto de Acuerdo originalmente circulado, por siete votos a favor de los Consejeros Electorales, Licenciado Enrique Andrade González, Maestro Marco Antonio Baños Martínez, Doctora Adriana Margarita Favela Herrera, Doctor Ciro Murayama Rendón, Maestro Jaime Rivera Velázquez, Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez y del Consejero Presidente, Doctor Lorenzo Córdova Vianello, y tres votos en contra de los Consejeros Electorales, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas, Doctor José Roberto Ruiz Saldaña y Licenciada Alejandra Pamela San Martín Ríos y Valles; no estando presente durante la votación el Consejero Electoral, Doctor Benito Nacif Hernández.

Se aprobó en lo particular la campaña numeral 20 de la Procuraduría Federal de la Defensa del Trabajo, en los términos del Proyecto de Acuerdo originalmente circulado, por votación unánime de los Consejeros Electorales, Licenciado Enrique Andrade González, Maestro Marco Antonio Baños Martínez, Doctora Adriana Margarita Favela Herrera, Doctor Ciro Murayama Rendón, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas, Maestro Jaime Rivera Velázquez, Doctor José Roberto Ruiz Saldaña, Licenciada Alejandra Pamela San Martín Ríos y Valles, Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez y del Consejero Presidente, Doctor Lorenzo Córdova Vianello, no estando presente durante la votación el Consejero Electoral, Doctor Benito Nacif Hernández.

Se aprobó en lo particular la campaña numeral 35 del Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores, en los términos del Proyecto de Acuerdo originalmente circulado, por siete votos a favor de los Consejeros Electorales, Licenciado Enrique Andrade González, Maestro Marco Antonio Baños Martínez, Doctora Adriana Margarita Favela Herrera, Doctor Ciro Murayama Rendón, Maestro Jaime Rivera Velázquez, Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez y del Consejero Presidente, Doctor Lorenzo Córdova Vianello, y tres votos en contra de los Consejeros Electorales, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas, Doctor José Roberto Ruiz Saldaña y Licenciada Alejandra Pamela San Martín Ríos y Valles; no estando presente durante la votación el Consejero Electoral, Doctor Benito Nacif Hernández.

Se aprobó en lo particular la campaña numeral 38 de “Teleferilízate”, en los términos del Proyecto de Acuerdo originalmente circulado, por seis a favor de los Consejeros Electorales, Licenciado Enrique Andrade González, Maestro Marco Antonio Baños Martínez, Doctora Adriana Margarita Favela Herrera, Doctor Ciro Murayama Rendón, Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez y del Consejero Presidente, Doctor Lorenzo Córdova Vianello, y cuatro votos en contra de los Consejeros Electorales, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas, Maestro Jaime Rivera Velázquez, Doctor José Roberto Ruiz Saldaña y Licenciada Alejandra Pamela San Martín Ríos y Valles; no estando presente durante la votación el Consejero Electoral, Doctor Benito Nacif Hernández.

Se aprobó en lo particular la campaña numeral 39 de la “Campaña de Promoción Turística del estado de Querétaro”, en los términos del Proyecto de Acuerdo originalmente circulado, por seis a favor de los Consejeros Electorales, Licenciado Enrique Andrade González, Maestro Marco Antonio Baños Martínez, Doctora Adriana Margarita Favela Herrera, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas, Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez y del Consejero Presidente, Doctor Lorenzo Córdova Vianello, y cuatro votos en contra de los Consejeros Electorales, Doctor Ciro Murayama Rendón, Maestro Jaime Rivera Velázquez, Doctor José Roberto Ruiz Saldaña y Licenciada Alejandra Pamela San Martín Ríos y Valles; no estando presente durante la votación el Consejero Electoral, Doctor Benito Nacif Hernández.

Se aprobó en lo particular la campaña numeral 40 del Instituto Colimense de las Mujeres, en los términos del Proyecto de Acuerdo originalmente circulado, por nueve votos a favor de los Consejeros Electorales, Licenciado Enrique Andrade González, Maestro Marco Antonio Baños Martínez, Doctora Adriana Margarita Favela Herrera, Doctor Ciro Murayama Rendón, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas, Maestro Jaime Rivera Velázquez, Licenciada Alejandra Pamela San Martín Ríos y Valles, 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; no estando presente durante la votación el Consejero Electoral, Doctor Benito Nacif Hernández.

Se aprobó en lo particular la campaña numeral 44 de la Secretaría de Gobernación, "Soy México 2018", en los términos del Proyecto de Acuerdo originalmente circulado, por nueve votos a favor de los Consejeros Electorales, Licenciado Enrique Andrade González, Maestro Marco Antonio Baños Martínez, Doctora Adriana Margarita Favela Herrera, Doctor Ciro Murayama Rendón, Doctor Benito Nacif Hernández, Maestro Jaime Rivera Velázquez, Licenciada Alejandra Pamela San Martín Ríos y Valles, Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez y del Consejero Presidente, Doctor Lorenzo Córdova Vianello, y dos votos en contra de los Consejeros Electorales, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas y Doctor José Roberto Ruiz Saldaña.

Se aprobó en lo particular la campaña numeral 46 de la Secretaría de Economía, Servicio Geológico Mexicano, "Prevenimos, somos más fuertes", en los términos del Proyecto de Acuerdo originalmente circulado, por votación unánime de los Consejeros Electorales, Licenciado Enrique Andrade González, Maestro Marco Antonio Baños Martínez, Doctora Adriana Margarita Favela Herrera, Doctor Ciro Murayama Rendón, Doctor Benito Nacif Hernández, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas, Maestro Jaime Rivera Velázquez, Doctor José Roberto Ruiz Saldaña, Licenciada Alejandra Pamela San Martín Ríos y Valles, Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez y del Consejero Presidente, Doctor Lorenzo Córdova Vianello.

Se aprobó en lo particular la campaña numeral 48 de la Secretaría de la Cultura, Estudios Churubusco, en los términos del Proyecto de Acuerdo originalmente circulado, por votación unánime de los Consejeros Electorales, Licenciado Enrique Andrade González, Maestro Marco Antonio Baños Martínez, Doctora Adriana Margarita Favela Herrera, Doctor Ciro Murayama Rendón, Doctor Benito Nacif Hernández, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas, Maestro Jaime Rivera Velázquez, Doctor José Roberto Ruiz Saldaña, Licenciada Alejandra Pamela San Martín Ríos y Valles, Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez y del Consejero Presidente, Doctor Lorenzo Córdova Vianello.

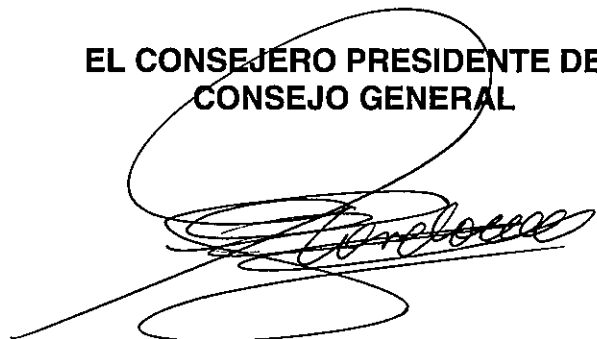
Se aprobó en lo particular la campaña numeral 50 del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales, en los términos del Proyecto de Acuerdo originalmente circulado, por votación unánime de los Consejeros Electorales, Licenciado Enrique Andrade González, Maestro Marco Antonio Baños Martínez, Doctora Adriana Margarita Favela Herrera, Doctor Ciro Murayama Rendón, Doctor Benito Nacif Hernández, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas, Maestro Jaime Rivera Velázquez, Doctor José Roberto Ruiz Saldaña, Licenciada Alejandra Pamela San Martín Ríos y Valles, Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez y del Consejero Presidente, Doctor Lorenzo Córdova Vianello.

Se aprobó en lo particular la campaña numeral 52 de la Comisión Intermunicipal de Agua Potable y Alcantarillado de Colima y Villa de Álvarez, en los términos del Proyecto de Acuerdo originalmente circulado, por nueve votos a favor de los Consejeros Electorales, Licenciado Enrique Andrade González, Maestro Marco Antonio Baños Martínez, Doctora Adriana Margarita Favela Herrera, Doctor Ciro Murayama Rendón, Doctor Benito Nacif Hernández, Maestro Jaime Rivera Velázquez, Licenciada Alejandra Pamela San Martín Ríos y Valles, Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez y del Consejero Presidente, Doctor Lorenzo Córdova Vianello, y dos votos en contra de los Consejeros Electorales, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas y Doctor José Roberto Ruiz Saldaña.

Se aprobó en lo particular la campaña numeral 53 del Instituto Colimense del Deporte, en los términos del Proyecto de Acuerdo originalmente circulado, por ocho votos a favor de los Consejeros Electorales, Licenciado Enrique Andrade González, Maestro Marco Antonio Baños Martínez, Doctora Adriana Margarita Favela Herrera, Doctor Ciro Murayama Rendón, Doctor Benito Nacif Hernández, Maestro Jaime Rivera Velázquez, Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez y del Consejero Presidente, Doctor Lorenzo Córdova Vianello, y tres votos en contra de los Consejeros Electorales, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas, Doctor José Roberto Ruiz Saldaña y Licenciada Alejandra Pamela San Martín Ríos y Valles.

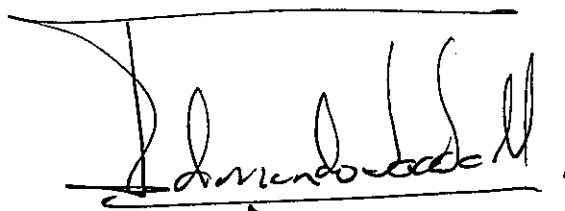
Se aprobó en lo particular la campaña numeral 54 de la Coordinación Nacional de Comunicación Social del Gobierno del estado de Colima, en los términos del Proyecto de Acuerdo originalmente circulado, por nueve votos a favor de los Consejeros Electorales, Licenciado Enrique Andrade González, Maestro Marco Antonio Baños Martínez, Doctora Adriana Margarita Favela Herrera, Doctor Ciro Murayama Rendón, Doctor Benito Nacif Hernández, Maestro Jaime Rivera Velázquez, Licenciada Alejandra Pamela San Martín Ríos y Valles, Maestra Beatriz Claudia Zavala Pérez y del Consejero Presidente, Doctor Lorenzo Córdova Vianello, y dos votos en contra de los Consejeros Electorales, Maestra Dania Paola Ravel Cuevas y Doctor José Roberto Ruiz Saldaña.

**EL CONSEJERO PRESIDENTE DEL
CONSEJO GENERAL**



**DR. LORENZO CÓRDOVA
VIANELLO**

**EL SECRETARIO DEL
CONSEJO GENERAL**



**LIC. EDMUNDO JACOBO
MOLINA**

SIN TEXTO

SIN TEXTO