

ACUERDO por el que se establecen los Lineamientos para la Asignación de Contratos en Materia de Comunicación Social de la Administración Pública Centralizada del Municipio de Guanajuato, Gto. para el Ejercicio Fiscal 2021.

C.P. JUAN ANTONIO VALDÉS FONSECA, Tesorero Municipal, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 115, fracción V, y 1, 6, 7, 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 2, 106, 121, 122 tercer párrafo, de la Constitución Política del Estado de Guanajuato; 1, 2, 3, 4, 5, 6, y 7, de la Ley General de Comunicación Social; 5, 130, fracciones I, IV, IX y XX de la Ley Orgánica Municipal para el Estado de Guanajuato: 1, 2, 4, 6, 7, 10, 11, 13, 58, Ley para el Ejercicio y Control de los Recursos Públicos para el Estado y los municipios de Guanajuato; 18 del Reglamento Interior del H. Ayuntamiento de Guanajuato, Gto.; 8, fracción VI del Reglamento de Adquisiciones, Enajenaciones, Arrendamientos y Contratación de Servicios, relacionados con Bienes Muebles e Inmuebles del Municipio de Guanajuato; 1, 2, 3, 4, 6, 7, 12, inciso d), 28, 29, 30 y 31 de los Lineamientos Generales de Racionalidad, Austeridad y Disciplina Presupuestal vigentes; y;

CONSIDERANDO:

PRIMERO: De conformidad con los “Principios sobre regulación de Publicidad Oficial en el sistema interamericano de protección de los derechos humanos”, aprobado por la Asamblea General de la Organización de los Estados Americanos (OEA) el 7 de marzo de 2011, con el carácter de mandato para el Estado Mexicano, toda vez que reconoció y suscribió la Convención Americana sobre Derechos Humanos, en consecuencia, existe el deber de adoptar lineamientos legales claros y concretos como parte integral de su deber de garantizar el ejercicio de la libertad de expresión en concordancia con lo establecido por los artículos 1, 6, y 7 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, lo que constituye una exigencia para la armonización de los marcos regulatorios en acatamiento de tales estándares internacionales, y a su vez, crear los mecanismos que permitan el ejercicio del gasto público de una manera transparente, racional y austera.

Los citados principios establecen que los Estados deben utilizar la pauta o publicidad oficial para comunicarse con la población e informar a través de los medios de comunicación social sobre los servicios que prestan y las políticas públicas que impulsan, con la finalidad de cumplir sus cometidos y garantizar el derecho a la información y el ejercicio de los derechos de los beneficiarios de las mismas o de la comunidad, por ello se debe tratar de información de interés público que tenga por objeto satisfacer los fines legítimos del Estado y no debe utilizarse con fines diversos a ello o incluso, con fines electorales o partidarios.

En concordancia con lo anterior, el artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en su párrafo octavo, establece que la propaganda, bajo cualquier

modalidad de comunicación social, que difundan como tales, los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, debe 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.

SEGUNDO: El otorgamiento y distribución de publicidad oficial debe realizarse bajo criterios objetivos, imparciales y transparentes que garanticen la igualdad de oportunidades a favor de los distintos medios de comunicación con cobertura principalmente en el municipio de Guanajuato, Guanajuato; pues la normativa municipal vigente, debe proporcionar seguridad y certeza sobre las estrategias y programas de comunicación social, así como registrar los gastos derivados de las partidas relativas a la difusión de mensajes, campañas, programas y actividades gubernamentales; información en medios masivos derivada de la operación y administración de la administración municipal bajo los principios de austeridad, transparencia y racionalidad presupuestal.

TERCERO: Conforme a lo dispuesto por el artículos 130 fracciones I, IV, IX y XX de la Ley Orgánica Municipal para el Estado de Guanajuato; la Tesorería Municipal es la responsable de garantizar que el ejercicio del gasto público se realice en armonía con las leyes federales, estatales y reglamentación municipal, y el presupuesto aprobado por el Ayuntamiento, resultando conforme a las consideraciones anteriores la necesidad de garantizar las condiciones de competencia y asignación de los contratos en materia de comunicación social, bajo parámetros objetivos, transparentes y verificables.

Por su parte, conforme al artículo 55 de la Ley para Ejercicio y Control de los Recursos Públicos para el Estado y los Municipios de Guanajuato, los sujetos de la Ley serán responsables de la estricta observancia de los criterios de racionalidad, austeridad y disciplina presupuestal, para optimizar la aplicación de recursos en conceptos de gasto corriente, por lo que deberán emitir los lineamientos generales de racionalidad, austeridad y disciplina presupuestal.

Señala además que deberán establecer en las disposiciones administrativas respectivas, medidas permanentes para la reducción y racionalización del gasto corriente, previendo un uso eficaz y transparente de los recursos públicos.

Es por ello que se deben definir los alcances y modalidades de la contratación en materia de comunicación social, los alcances, difusión, los medios o proveedores que se utilizarán de acuerdo a las necesidades y públicos a los que se desea hacer llegar cada campaña, publicidad o producto informativo antes de iniciarse, quedando bajo responsabilidad de la Unidad de Comunicación Social y las áreas de la administración, el contar con los recursos presupuestales suficientes, así como la supervisión, control y recepción de los servicios

contratados o solicitados, siguiendo los Lineamientos Generales de Racionalidad, Austeridad y Disciplina Presupuestal vigentes.

En virtud de lo anteriormente expuesto, se expide el presente:

Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos para la Contratación de servicios de Comunicación Social para la administración pública centralizada del Municipio de Guanajuato, Guanajuato, para el ejercicio fiscal 2021.

Capítulo I
Disposiciones Generales

Artículo 1.- Los presentes lineamientos tienen por objeto establecer las bases para ejercer el gasto público derivado de la planeación, autorización, coordinación, de los programas, campañas y necesidades de difusión de mensajes o actividades en materia de comunicación social y publicidad de la Administración Pública Municipal Centralizada, bajo los esquemas de racionalidad, austeridad y disciplina en el gasto, dentro de la administración municipal de Guanajuato.

Artículo 2.- El gasto en Comunicación Social deberá cumplir con los criterios de eficiencia, eficacia, economía, transparencia y honradez, respeto a los topes presupuestales, límites y condiciones de ejercicio que se establezcan en el presupuesto de egresos respectivos.

Artículo 3.- Para efecto de los presentes lineamientos debe entenderse por:

- I. Cobertura:** Localidades específicas o regiones en las cuales la Unidad de Comunicación Social o las Dependencias pretendan difundir una Campaña;
- II. Dictámenes de pertinencia:** Entendiéndose como tales los que emita la Unidad de Comunicación Social, con el fin de garantizar la necesidad de la contratación y que el presupuesto cuente con recursos suficientes, así como los criterios de calidad que aseguren congruencia con el contenido del mensaje, la población objetivo, considerando preferentemente a las personas domiciliadas en el municipio de Guanajuato.
- III. Erogación:** Todo recurso presupuestario, ejercido, comprometido o contratado por el municipio de Guanajuato, incluido el Impuesto al Valor Agregado, con cualquier prestador de bienes y servicios, que sea susceptible de ser aplicado en las partidas correspondientes al Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Municipal;
- IV. Medios de Comunicación:** Son los que pueden ser captados simultáneamente por una diversidad de individuos. Se entenderán como tales a los medios electrónicos, medios impresos, medios complementarios, medios digitales y medios públicos;
- V. Medios digitales:** Tipo de medio donde el contenido (texto, voz, música, imágenes,

animaciones o videos) puede consultarse desde un dispositivo electrónico por las propias personas usuarias;

VI. Medios electrónicos: Aquellos que difunden los mensajes a través de impulsos como la radio o televisión;

VII. Medios impresos: Todo tipo de publicación escrita o ilustrada masiva que contenga texto o imágenes fijas y que esté impreso, con periodicidad de edición determinada.

Artículo 4.- Corresponde a la Tesorería Municipal, autorizar el ejercicio del gasto público en materia de comunicación social, al ser la encargada de la Hacienda Municipal, de conformidad con las facultades conferidas por la Ley Orgánica Municipal para el Estado de Guanajuato y la Ley para el Ejercicio y Control de los Recursos Públicos para el Estado y los municipios de Guanajuato.

Artículo 5.- Corresponde a la Unidad de Comunicación social, lo siguiente:

- I. Realizar las campañas y estrategias de comunicación social en las mejores condiciones y alcance.
- II. Seleccionar a los medios de comunicación más adecuados a los fines necesarios para la difusión de las actividades municipales, tomando en cuenta la necesidad de lograr la mayor cobertura e información de interés social, bajo criterios objetivos, imparciales y transparentes.
- III. Dar seguimiento al cumplimiento de los contratos o convenios que se celebren, así como de la entrega de los testigos, o materiales comprobatorios del cumplimiento a las metas establecidas.

Artículo 6.- En la formulación de programas, campañas y estrategias que realice la Unidad de Comunicación Social para el cumplimiento de los objetivos de comunicación y difusión de las actividades municipales, y las contrataciones con medios de comunicación, se deberá considerar lo siguiente:

- I. Las acciones de comunicación social deberán realizarse con el objeto de difundir los mensajes de la actividad pública municipal en los medios de comunicación cuyo contenido sea sobre acontecimientos de carácter local y destinada a personas domiciliadas en el municipio de Guanajuato.
- II. Utilizar los medios seleccionados conforme a criterios objetivos, por lo que deben tomar en consideración las características, tarifas, destinatarios, cobertura, localidad y especialidades que cada uno presenta;
- III. Verificar que los contenidos de las asignaciones o contrataciones sean acordes a lo dispuesto en el párrafo octavo del artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, a efecto de que no incluyan nombres, imágenes, voces

- o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público;
- IV. Los dictámenes de pertinencia y/o efectividad que emita la Unidad de Comunicación Social.
 - V. Los recursos presupuestarios deben estar previamente autorizados y asignados a las partidas de gasto autorizadas y correspondientes dentro del Clasificador por Objeto del Gasto.
 - VI. Las erogaciones de dichos recursos y las contrataciones respectivas deberán sujetarse, en lo aplicable, a los criterios de austeridad y racionalidad del gasto contenidas en el Presupuesto de Egresos autorizado, así como los Lineamientos Generales de Racionalidad, Austeridad y Disciplina Presupuestal para el ejercicio presupuestal 2021.
 - VII. La Unidad de Comunicación Social, así como las Dependencias que realicen erogaciones de recursos a través de radio, televisión, prensa, medios digitales y/o cualquier otro medio complementario, deben verificar que los recursos estén administrados con eficiencia, legalidad, eficacia, economía, transparencia, honestidad e imparcialidad para satisfacer los objetivos a los que estén destinados;
 - VIII. Las publicaciones que realicen con cargo a recursos públicos deben estar directamente vinculadas con las funciones derivadas del ejercicio o función pública con el objeto de informar a la sociedad sobre la actividad municipal;
 - IX. La Unidad de Comunicación Social y las Dependencias deben garantizar la transparencia en el proceso de contratación y de erogación de recursos destinados a la implementación de una campaña de comunicación social, de conformidad con la normatividad aplicable en la materia;
 - X. Las erogaciones realizadas en materia de comunicación social deben acreditarse con los testigos, entregables o evidencias correspondientes a satisfacción de la Unidad de Comunicación Social, que deberán incluir:
 - a) Comprobantes de transmisión para medios electrónicos, y
 - b) Comprobantes de inserción para medios impresos.

Capítulo II.

De la contratación de servicios en materia de comunicación social

Artículo 7.- Toda contratación de servicios en materia de comunicación social deberá estar debidamente sustentada, con un dictamen de pertinencia que emita la Unidad de Comunicación Social, con el fin de garantizar la necesidad de la contratación y que el presupuesto cuente con recursos suficientes.

Artículo 8.- Las erogaciones de gastos de difusión, deberán limitarse al desarrollo de las actividades de difusión, información o promoción comprendidas en los objetivos, estrategias y prioridades, o bien, conforme a las campañas que establezca la Unidad de Comunicación Social.

Para el caso de que solo se cuente con un proveedor o prestador de los servicios requeridos con cobertura de los acontecimientos del municipio de Guanajuato y/o que tenga como población objetivo primordial las personas ubicadas en el municipio, conforme a las necesidades que señale la Unidad de Comunicación Social, ésta deberá plasmarlo en su dictamen.

Artículo 9.- La Unidad de Comunicación Social, podrá solicitar la ampliación en las erogaciones en gastos de difusión previa justificación del incremento en las actividades públicas o la necesidad de ampliar el alcance del mensaje social.

Artículo 10.- El dictamen de pertinencia emitido por la Unidad de Comunicación Social, deberá contener por lo menos:

- I. Los medios seleccionados tomando en consideración las características, tarifas, destinatarios, cobertura, capacidad y especialidades que cada medio presenta;
- II. Los criterios de calidad que aseguren congruencia con el contenido del mensaje, la población objetivo, considerando preferentemente a las personas domiciliadas en el municipio de Guanajuato.
- III. Señalar la partida presupuestal a utilizar, la cual deberá contar con suficiencia presupuestal.
- IV. Señalar los testigos o materiales comprobatorios que acrediten el cumplimiento de las metas que correspondan al contrato, campaña o mensaje.

Artículo 11.- En toda contratación de servicios en materia de comunicación social, deberá otorgarse una garantía de cumplimiento del contrato, salvo que la entrega de los bienes o la prestación de los servicios se realicen a la firma del instrumento que corresponda.

La garantía podrá ser mediante fianza o título de crédito a favor de la Tesorería Municipal de Guanajuato, con el fin de que se garantice el cumplimiento de los servicios, las metas establecidas, y la entrega de las evidencias de cumplimiento correspondiente.

Capítulo III **Medios Impresos**

Artículo 12.- Respecto de los medios impresos, se deberá contratar espacios publicitarios sólo en aquellos que estén registrados previamente en el padrón del municipio de Guanajuato, que incluya los datos básicos del medio, tales como nombre comercial, razón social, domicilio fiscal y comercial, directorio, teléfono, correo electrónico y, en su caso, página electrónica.

Artículo 13.- Respecto a la publicación de esquelos y felicitaciones, la Unidad de Comunicación

Social y las Dependencias o áreas de la administración procurarán que haya una sola publicación institucional emitida por la Unidad de Comunicación Social.

Tratándose de publicaciones de convocatorias o licitaciones que lleve a cabo el Municipio de Guanajuato, se deberá privilegiar la programación de convocatorias múltiples, es decir, incluir en publicación por lo menos dos convocatorias o licitaciones.

Capítulo IV Medios Digitales

Artículo 14.- En la contratación de medios digitales se deberá verificar que estos cuenten con:

- a) Esquemas de compra fijos o variables, justificados por frecuencia y/o alcance;
- b) Tarifas acordes con su alcance o ventaja competitiva, y
- c) Que tengan cobertura preferentemente en el municipio de Guanajuato, Gto.

La Unidad de Comunicación Social será la responsable de dar el seguimiento adecuado sobre el cumplimiento del objetivo de comunicación y de las metas a alcanzar de las campañas de comunicación social y publicidad.

Capítulo V Suspensión de Propaganda Gubernamental

Artículo 15.- A partir del inicio de las campañas electorales federales y locales y hasta la conclusión de la jornada comicial, la Unidad de Comunicación Social, las áreas de la administración municipal centralizada o dependencias, deben suspender la difusión de toda propaganda gubernamental cuyos contenidos no sean de conformidad con lo señalado por los artículos 41, base III, Apartado C, párrafo segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y 209, numeral 1 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, así como aquellas que eventualmente sean autorizadas por el Instituto Nacional Electoral.

Cuando existan procesos electorales, la Unidad de Comunicación Social, las áreas de la administración municipal centralizada o dependencias, deben acatar la normatividad aplicable que ordene la suspensión de las campañas gubernamentales.

Capítulo VI Competencia

Artículo 16.- Corresponderá a la Tesorería Municipal, en el ámbito de su competencia, interpretar los presentes Lineamientos, así como resolver los casos no previstos en los mismos. En lo no previsto en los presentes lineamientos se aplicarán de manera supletoria los Lineamientos Generales de Racionalidad, Austeridad y Disciplina Presupuestal para el ejercicio



Guanajuato
Somos Capital

Ayuntamiento 2018 - 2021

presupuestal 2021.

Capítulo VII
Otras Disposiciones.

Artículo 17.- No podrá convenirse el pago de créditos fiscales, ni de cualquier otra obligación de pago a favor de persona alguna mediante la prestación de servicios de publicidad, impresiones, inserciones y demás relativos a las actividades de comunicación social.

Transitorios

Primero.- Los presentes Lineamientos entrarán en vigor el 1 de enero de 2021.

Segundo.- La Unidad de Comunicación Social deberá realizar la adecuación a sus procesos internos de conformidad con lo preceptuado en el presente acuerdo.

Dado en sede de la Tesorería Municipal sita en la Ciudad de Guanajuato, Gto, el 31 de diciembre de 2020.


El Tesorero Municipal de Guanajuato
C.P. Juan Antonio Valdés Fonseca