



PERIÓDICO OFICIAL

DEL GOBIERNO CONSTITUCIONAL DEL ESTADO DE MICHOACÁN DE OCAMPO

Fundado en 1867

Las leyes y demás disposiciones son de observancia obligatoria por el solo hecho de publicarse en este periódico. Registrado como artículo de 2a. clase el 28 de noviembre de 1921.

Directora: Lic. Jocelyne Sheccid Galinzoga Elvira

Juan José de Lejarza # 49, Col. Centro, C.P. 58000

OCTAVA SECCIÓN

Tels. y Fax: 3-12-32-28, 3-17-06-84

TOMO CLXXXII

Morelia, Mich., Martes 11 de Abril de 2023

NÚM. 69

CONTENIDO

PODEREJECUTIVO DEL ESTADO

ACUERDO POR EL QUE SE EXPIDEN LOS LINEAMIENTOS GENERALES EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DEL ESTADO DE MICHOACÁN DE OCAMPO

ALFREDO RAMÍREZ BEDOLLA, Gobernador Constitucional del Estado de Michoacán de Ocampo, en ejercicio de las facultades que al Ejecutivo a mi cargo confieren los artículos 47, 60 fracción XXIII, 62, 65 y 66 de la Constitución Política del Estado Libre de Michoacán de Ocampo; 3, 5 y 6 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Michoacán de Ocampo; y,

CONSIDERANDO

Que 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, 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*».

Que con fecha 1 de enero de 2019, entró en vigor la Ley General de Comunicación Social, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 11 de mayo de 2018, la cual es de orden público e interés social, de observancia general en toda la República, y que tiene por objeto establecer las normas a que deberán sujetarse los entes públicos a fin de garantizar que el gasto en comunicación social cumpla con los criterios de eficiencia, eficacia, economía, transparencia, honradez, respeto a los topes presupuestales, límites y condiciones de ejercicio que establezcan los presupuestos de egresos respectivos.

Que con fecha 24 de septiembre del año 2019, se publicó en el Periódico Oficial del Gobierno Constitucional del Estado de Michoacán de Ocampo, el Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para el Registro en el Padrón de Medios de Comunicación Impresos, Electrónicos, Digitales y Alternativos, de la Coordinación General de Comunicación Social del Estado de Michoacán de Ocampo, los cuales de conformidad con su artículo 1 tienen por objeto: *I. Difundir las obras y acciones de gobierno; II. Prohibir la promoción personal del Titular del Ejecutivo del Estado y de cualquier otro servidor público; III. Delimitar los contenidos susceptibles de publicidad a aquellos de claro interés público; IV. Promover la pluralidad y diversidad de medios, en especial aquellos en poblaciones vulnerables y en lenguas de pueblos originarios para preservar*

Responsable de la Publicación
Secretaría de Gobierno

DIRECTORIO

Gobernador Constitucional del Estado de Michoacán de Ocampo
Mtro. Alfredo Ramírez Bedolla

Secretario de Gobierno
Lic. Carlos Torres Piña

Directora del Periódico Oficial
Lic. Jocelyne Sheccid Galinzoga Elvira

Aparece ordinariamente de lunes a viernes.

Tiraje: 40 ejemplares

Esta sección consta de 8 páginas

Precio por ejemplar:

\$ 33.00 del día

\$ 43.00 atrasado

Para consulta en Internet:

www.periodicooficial.michoacan.gob.mx
www.congresomich.gob.mx

Correo electrónico

periodicooficial@michoacan.gob.mx

sus culturas y costumbres; V. Establecer la comunicación y la publicidad oficial como derecho de la sociedad a saber y como obligación del Estado.

Que en fecha 30 de agosto de 2021, fue publicado en el Periódico Oficial del Gobierno Constitucional del Estado de Michoacán de Ocampo, el Acuerdo por el que se expiden los Lineamientos Generales en Materia de Comunicación Social para la Administración Pública del Estado de Michoacán de Ocampo, por medio de los cuales se establecen los criterios estatales para el ejercicio óptimo de los recursos destinados a las tareas de comunicación social, así como los lineamientos generales para la orientación, planeación, autorización, coordinación, supervisión y evaluación de las estrategias, programas, acciones y campañas de comunicación social de las dependencias y entidades del Estado.

Que el Plan de Desarrollo Integral del Estado de Michoacán 2021-2027, en sus cuatro ejes rectores, establece las bases para mejorar la efectividad de las acciones y el actuar del gobierno, que, con honradez, transparencia y austeridad, durante sus seis años de gestión transformará al Estado, a fin de garantizar a la población un entorno de paz, armonía y reconciliación, así como el respeto pleno a sus derechos humanos, sociales, políticos, económicos y culturales.

Que las herramientas tecnológicas serán empleadas como posibilitadoras del cambio, ya que permiten una comunicación e interacción más fluida entre el gobierno y sus ciudadanos, sin embargo, las campañas y mensajes se seguirán difundiendo por medios tradicionales, manteniendo dichas audiencias y atrayendo nuevos usuarios a los que la comunicación gubernamental debe llegar.

Que es prioridad de la presente Administración, ser un gobierno digital, honesto, eficaz y transparente, que desarrolle las herramientas necesarias para poder avanzar hacia una sociedad de la información y el conocimiento, inclusiva y sostenible que permita alinear objetivos, políticas y acciones de manera transversal en todos los niveles de gobierno; es por ello, que la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Michoacán de Ocampo, publicada el 8 de octubre de 2021 en el Periódico Oficial del Gobierno Constitucional del Estado de Michoacán de Ocampo, exalta el derecho a la buena administración, sustentada en los principios de accesibilidad, asequibilidad, calidad, continuidad, generalidad, progresividad y regularidad; y, garantiza que se tramiten los asuntos con diligencia, equidad, imparcialidad y oportunidad.

Que con base en la Ley antes referida, la Coordinación General de Comunicación Social se adscribe al Despacho del Gobernador y establece en su artículo 16 apartado B sus atribuciones, las cuales son entre otras, la de proporcionar el apoyo técnico que sea requerido por las dependencias y entidades de la Administración Pública Estatal, cuando así lo señale la legislación aplicable; establecer los lineamientos en materia de comunicación social para la operación de los flujos informativos; la producción de los materiales escritos y audiovisuales al alcance para mejorar la comunicación del Gobierno, así como para la suscripción de los convenios y contratos que celebren los titulares de las dependencias y entidades de la Administración Pública Estatal, en materia de comunicación social.

Que, en virtud de lo anterior, es necesario actualizar los Lineamientos Generales en Materia de Comunicación Social para la Administración Pública del Estado de Michoacán de Ocampo.

Por lo antes expuesto, he tenido a bien expedir el siguiente:

ACUERDO POR EL QUE SE EXPIDEN LOS LINEAMIENTOS GENERALES EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DEL ESTADO DE MICHOACÁN DE OCAMPO

CAPÍTULO PRIMERO DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. El presente Acuerdo es de observancia obligatoria para las dependencias y entidades de la Administración Pública Estatal y tiene por objeto:

- I. Establecer los lineamientos generales para la operación, planeación, autorización, coordinación, supervisión y evaluación de las estrategias, programas, acciones y campañas de comunicación social de las dependencias y entidades; y,
- II. Fomentar el ejercicio eficaz, eficiente, imparcial y transparente de los recursos destinados a las tareas de comunicación social, estableciendo criterios que faciliten las acciones estatales en la materia.

Artículo 2. La Coordinación General de Comunicación Social será la instancia rectora para informar y difundir el quehacer gubernamental, determinará el apoyo técnico necesario para la aplicación del presente Acuerdo. Los titulares de las dependencias y entidades serán responsables de ejecutar las acciones correspondientes para el debido cumplimiento del mismo.

Artículo 3. Para efectos del presente Acuerdo se entenderá por:

- I. **Acuerdo:** Al Acuerdo por el que se expiden los Lineamientos Generales en Materia de Comunicación Social para la Administración Pública del Estado de Michoacán de Ocampo;
- II. **Campañas:** A aquellas que difunden el quehacer gubernamental, acciones o logros de Gobierno o estimulan acciones de la ciudadanía para acceder a algún beneficio o servicio público;
- III. **Coordinación:** A la Coordinación General de Comunicación Social del Despacho del Gobernador;
- IV. **Coordinador:** A la persona que ejerce el cargo de titular de la Coordinación General de Comunicación Social del Despacho del Gobernador;
- V. **Dependencias:** A las dependencias de la Administración Pública Centralizada del Estado de Michoacán de Ocampo, establecidas en el artículo 17 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Michoacán de Ocampo;

- VI. **Enlace de comunicación social:** Al servidor público, designado a propuesta del Coordinador General de Comunicación Social del Despacho del Gobernador, para apoyar a los titulares de las dependencias y entidades en la responsabilidad que tienen en materia de comunicación social en cada una de éstas;
- VII. **Entidades:** A las entidades de la Administración Pública Paraestatal del Estado de Michoacán de Ocampo, establecidas en el artículo 37 de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Michoacán de Ocampo;
- VIII. **Estado:** Al Estado Libre y Soberano de Michoacán de Ocampo;
- IX. **Manual de Identidad Gráfica:** Al documento que contiene las directrices a seguir para mantener un orden en la identidad visual del Gobierno del Estado;
- X. **Manual de Desarrollo e Identidad Web:** Al documento que contiene las directrices a seguir para mantener un orden en la identidad visual web del Gobierno del Estado;
- XI. **Medios:** A las empresas, de cualquier naturaleza jurídica, que tengan como principal objeto ejercer las libertades de expresión e información;
- XII. **Medios alternativos:** A los mensajes emitidos a través de medios complementarios como impresos, lonas, anuncios espectaculares, material para exposiciones, encartes, balizamiento de vehículos e instalaciones, artículos utilitarios y/o promocionales, entre otros productos publicitarios de utilidad para el Gobierno del Estado;
- XIII. **Medios digitales:** A los medios en donde el contenido (texto, voz, música, imágenes, transmisiones, animaciones o videos) puede consultarse desde un dispositivo electrónico que cuente con la tecnología necesaria, dicho contenido puede ser o no creado por las propias personas usuarias;
- XIV. **Medios electrónicos:** A los Medios de comunicación masivos tales como radio y televisión que difunden los mensajes a través de impulsos radioeléctricos;
- XV. **Medios impresos:** Al tipo de publicaciones masivas, escritas o ilustradas que contienen texto o imágenes fijas y que están impresas bajo el mismo nombre, con una periodicidad de edición determinada y una numeración secuenciada; y,
- XVI. **Padrón de Medios de Comunicación:** Al Padrón de medios de Comunicación Impresos, Electrónicos, Digitales y Alternativos de la Coordinación General de Comunicación Social del Despacho del Gobernador.

CAPÍTULO SEGUNDO

DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Artículo 4. La estrategia de comunicación social tiene como objetivo

general, pugnar por la comunicación directa y el mayor diálogo con las y los ciudadanos, mediante el uso intensivo de los medios de comunicación y las redes sociales institucionales de los servidores públicos, para lo cual plantea un trabajo permanente, dirigido a generar canales propios de comunicación digital y consolidarlos con contenidos de interés general, para promover programas, acciones y servicios gubernamentales.

Artículo 5. Es prioritario seguir usando los medios tradicionales como periódicos, radio y televisión, para llegar a los sectores que aún no tienen acceso a internet o que no están familiarizados con las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, y formar en ellos una opinión publica favorable al Gobierno del Estado.

Artículo 6. El uso de medios complementarios o alternativos, tales como la publicidad exterior y todas las modalidades de difusión publicitaria, constituyen también herramientas fundamentales para hacer llegar los mensajes gubernamentales de forma masiva, con la mayor austeridad y racionalidad del gasto en comunicación, por lo que se privilegiará el máximo aprovechamiento y ampliación de los espacios propios, destinados a este propósito.

Artículo 7. Los titulares de las dependencias y entidades deben contribuir al fortalecimiento de las capacidades del personal dedicado a la comunicación gubernamental, y en general de todos los servidores públicos, para que participen en el cumplimiento del objetivo general de la estrategia, en particular, en desarrollar comunidades digitales, cada vez más extendidas, para ampliar el alcance y la cobertura de los mensajes gubernamentales.

Artículo 8. El presupuesto asignado a la difusión de programas, obras y acciones del Gobierno del Estado será ejercido con austeridad, honestidad, transparencia, inclusión y respeto a las libertades.

Artículo 9. Los contenidos difundidos promoverán la perspectiva de género, así como fomentarán el uso de un lenguaje incluyente y no sexista, eliminando todo tipo de violencia contra las mujeres y niñas, haciendo hincapié en el respeto de los derechos humanos.

CAPÍTULO TERCERO

DEL PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LAS DEPENDENCIAS Y ENTIDADES

Artículo 10. La Coordinación sistematizará anualmente la elaboración de los Programas de Comunicación Social de las dependencias y entidades, donde se incluyan los objetivos, metas, acciones y campañas, así como el seguimiento y evaluación de las actividades a desarrollar.

Artículo 11. Las dependencias y entidades, conjuntamente con la Coordinación, elaborarán anualmente su Programa de Comunicación Social, que señale las acciones derivadas de la estrategia de comunicación, encaminadas hacia los objetivos de dicha dependencia o entidad, determinando la secuencia óptima de eventos en el tiempo, con relación a sus recursos presupuestales disponibles, de acuerdo con el Plan de Desarrollo Integral del Estado de Michoacán.

Artículo 12. El Programa de Comunicación Social de las

dependencias o entidades deberá contener al menos, lo siguiente:

- I. Los objetivos generales y específicos del Programa de Comunicación Social, en concordancia con el Programa Anual de Inversión de cada dependencia o entidad;
- II. Los temas a comunicar durante el año, especificando las acciones u obras que se pretendan ejecutar;
- III. Las campañas programadas para el ejercicio fiscal que corresponda;
- IV. Las metas de las actividades; y,
- V. La cantidad mínima de posteos en redes sociales, elaboración o adaptación de campañas, reportes mensuales, y construcción de parrillas de contenidos semanales, de acuerdo con las acciones y logros de las mismas.

La Coordinación proporcionará el formato correspondiente a fin de homologar la presentación del Programa Anual de Comunicación Social.

Artículo 13. Para la elaboración del Programa de Comunicación Social de cada dependencia o entidad se deberá observar el procedimiento siguiente:

- I. El titular de cada dependencia o entidad será el responsable del Programa de Comunicación Social del ejercicio fiscal que corresponda y el enlace de comunicación social será el encargado de su elaboración y desarrollo, para tales fines contará con la asesoría de la Coordinación;
- II. Se deberá verificar que los contenidos de las campañas sean acordes a lo dispuesto en el párrafo octavo del artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y con el artículo 8 de la Ley General de Comunicación Social;
- III. El Programa de Comunicación Social de cada dependencia o entidad a desarrollar, se enviará a la Coordinación mediante oficio, durante el mes de noviembre del ejercicio fiscal en curso;
- IV. La Coordinación emitirá el oficio de autorización u observaciones correspondientes a cada uno de los Programas de Comunicación Social de cada dependencia o entidad, durante el mes de enero de cada año; y,
- V. Las dependencias o entidades podrán realizar modificaciones a los Programas de Comunicación Social, en los casos que exista justificación, ello de común acuerdo entre el titular de la unidad administrativa correspondiente y la Coordinación.

Artículo 14. Los programas y materiales sujetos a servicios de comunicación social, generados por cualquier dependencia o entidad, deberán promover la identidad de las y los michoacanos, la concientización social sobre los asuntos de interés general y global, tales como el desarrollo sustentable, así como los valores democráticos, de conformidad a lo establecido en el Plan de

Desarrollo Integral del Estado de Michoacán.

Artículo 15. Corresponde a la Coordinación la asignación de espacios en los diferentes medios de comunicación para efectos de difundir las prioridades en materia de comunicación social de las dependencias y entidades, según los requerimientos propios de cada programa, acción o campaña, así como de la disponibilidad de estos.

Artículo 16. La información a enviar a los medios de comunicación y las campañas de comunicación social ordinarias y extraordinarias deberá ser revisada y autorizada por la Coordinación, con por lo menos una semana de anticipación a su inicio, salvo en los casos de emergencia o crisis que haga necesario comunicarlo de inmediato.

CAPÍTULO CUARTO

DE LOS SERVICIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Artículo 17. El Manual de Identidad Gráfica y el Manual de Desarrollo e Identidad Web serán elaborados por la Coordinación, los cuales deberán ser distribuidos de manera oportuna y de aplicación obligatoria para todas las dependencias y entidades.

Artículo 18. Los servicios de comunicación social son los relativos a información, difusión, investigación y estrategia de comunicación social y sólo podrán solicitarse por escrito, a través de la oficina del Coordinador, para lo cual se establece una ventanilla única de recepción de solicitudes, en la que se revisará que cada requerimiento, sea presentado en el formato correspondiente; se acompañe de las especificaciones técnicas que la propia Coordinación establezca para cada tipo de servicio, y la garantía de veracidad de la información y de las cifras que se pretendan difundir, con la firma del titular de la dependencia o entidad que las proponga, sin lo cual serán rechazadas hasta que cumpla con las especificaciones que establezca la Coordinación para tal fin.

Artículo 19. Los titulares de las dependencias y entidades deberán validar la información que proporcionen a la Coordinación en cada solicitud de servicios de comunicación social y hacerla con una anticipación mínima de una semana, en todos los casos previsible, y solamente se recibirán solicitudes fuera de este plazo, cuando cumplan con las especificaciones técnicas especializadas, y en casos que ameriten la resolución inmediata.

Las especificaciones técnicas, además de las previstas en el Manual de Identidad Gráfica y el Manual de Desarrollo e Identidad Web, con las que deberán cumplirse, de acuerdo con el tipo de servicio que se realiza, son las siguientes:

- I. Solicitud de campañas de difusión, las cuales pueden incluir: inserciones, convocatorias, póster, cartel, trípticos, dípticos, programas de eventos, invitaciones y otros materiales de mano, videos, animaciones, spots de radio, spots de televisión, giras de medios, cápsulas informativas, menciones, documentales, publicación de informes, publicación de libros, cortometrajes y los demás, de carácter alternativo o complementario, según las características de los proveedores, tales como anuncios espectaculares, vallas, pasacalles, productos utilitarios entre otros, que propongan los enlaces de comunicación, éstas se sujetaran a las especificaciones de diseño y

estrategia que de ese artículo en particular, y que sean necesarias para cumplir con su objetivo;

- II. Solicitudes de validación y elaboración de materiales, que deberán contar con la información y/o datos a difundir, los cuales deberán estar revisados exhaustivamente y validados con rubrica, por los titulares de las áreas responsables de cada dependencia o entidad, con tales solicitudes, se deberá adjuntar tarjeta informativa o resumen ejecutivo de la acción o el programa a difundir, con objetivos, descripción, participantes, beneficiarios, público objetivo, periodos de ejecución y toda la información que se considere necesaria.

En caso de que la dependencia o entidad cuente con una propuesta de material, fotografías y/o videos deberán anexarse a la solicitud;

- III. Formatos de diseño gráfico, que deberán proporcionarse en archivo de origen o pdf editable, las fotografías con una resolución mínima de 300 dpis, y en formato jpg, los logotipos en archivo pdf editable (sin excepción se deberán incrustar las fotografías y logotipos al archivo enviado);

- IV. Solicitud de cambios de logos institucionales, estos deberán ser solicitados mediante oficio, el cual deberá contener la propuesta y la justificación de la modificación, para su análisis y solo en caso de que sea una prioridad, dicho cambio será autorizado;

- V. Validación de imagen institucional en uniformes, esta deberá enviarse la descripción de la prenda, incluyendo su uso o destino, además de fotografía y montaje de los logotipos propuestos;

- VI. Producciones de audio y video, que deberán enviarse con una propuesta de guion y/o información resumida, imágenes en formato de preferencia Full HD (1090x1080) - mov. H264, especificando los medios donde se desea transmitir el material.

Para la producción de videos, en caso de que la Coordinación lo considere necesario, se deberá realizar un levantamiento de imágenes, para lo cual la dependencia o entidad proporcionará el personal, así como el equipo a utilizar y, será su responsabilidad coordinar a los figurantes, locaciones y permiso;

- VII. Giras de medios, la solicitud deberá enunciar el tema, así como la justificación y/o trascendencia para difundirlo, se deberá incluir el nombre completo y cargo del funcionario que cubrirá los espacios informativos, así como, un número telefónico de contacto. Si después de agendada y confirmada la gira de medios, no se cubre por parte de la dependencia o entidad, la Coordinación se reserva el derecho de atender una nueva solicitud;

- VIII. Comunicados para medios impresos, radio, televisión y digitales, que deberán realizarse sin faltas de ortografía, con estilo sencillo y no mayores a cinco párrafos, con propuesta de cabeza simple en negritas, puede llevar uno o dos sumarios, que de preferencia no excedan una línea,

incluir la fecha actualizada en negritas, evitando la personalidad del servidor público, debiendo enviarse en un lapso no mayor a dos horas después del evento, acompañados con fotografías y/o video;

- IX. Boletines informativos, deberá proponerse mínimo un boletín diario y cumplir con los mismos requisitos, señalados en el numeral anterior; y,

- X. Transmisiones en directo (vivo), estas deberán ser solicitadas con una anticipación mínima de dos semanas, el oficio de solicitud deberá contar con un anexo que contenga la información general y nombre de la actividad, montaje, protocolo, orden del día, proponiendo una fecha para revisión del área donde se realizará la transmisión, así como los nombres y teléfonos del personal de la dependencia o entidad que sea asignado para apoyar durante la actividad.

La Coordinación evaluará la viabilidad de la transmisión y en caso de ser autorizada, la dependencia o entidad se encargará de contar con el equipo de audio y video necesarios para realizar la transmisión con alta calidad.

La dependencia o entidad, enviará, en un máximo de tres días hábiles posteriores al evento un informe por oficio, de la estadística, con el alcance e impacto de la transmisión.

La leyenda a utilizar en el encabezado de las hojas membretadas oficiales del Ejecutivo del Estado, de manera anual, será determinada por decreto del Poder Legislativo del Estado y se comenzará a utilizar hasta que dicho decreto sea publicado en el Periódico Oficial del Estado de Michoacán de Ocampo. La Coordinación realizará la modificación de formatos y posteriormente la enviará a las dependencias y entidades para su uso.

Artículo 20. Los materiales impresos, publicaciones, rótulos en muebles e inmuebles, vehículos y cualquier material que, con fines de identificación, se pretendan imprimir, publicar, rotular y en general difundir bajo la responsabilidad presupuestal de las dependencias y entidades, se deberán ajustar invariablemente al Manual de Identidad Gráfica, cuya autorización, elaboración, modificación y difusión estará a cargo de la Coordinación, y se actualizará de acuerdo a la estrategia.

Artículo 21. La Coordinación será responsable de la asignación y montaje de letreros y carteleras en la vía pública, propiedad de Gobierno del Estado o de particulares para fines de información y difusión, previa autorización de los materiales respectivos, conforme a lo señalado en el artículo anterior.

Artículo 22. La Coordinación será responsable de la actualización, imagen, contenido y estilo del Portal de Internet: www.michoacan.gob.mx. Las páginas electrónicas oficiales de cada dependencia o entidad se sujetarán estrictamente al Manual de Desarrollo e Identidad Web del Gobierno del Estado.

Para el caso de la administración de las redes sociales de las dependencias y entidades, se deberá firmar una carta responsiva, la cual deberá enviarse de manera inmediata a la designación del enlace o personal encargado de su manejo, para salvaguardar su

custodia, quedando estrictamente prohibido que cualquier persona ajena a la dependencia o entidad tenga acceso a la administración de dichas redes sociales.

CAPÍTULO QUINTO DE LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Artículo 23. La Coordinación, en conjunto con las dependencias y entidades, tomando en cuenta las necesidades de estas, llevará a cabo la celebración de contratos o convenios relativos a servicios de publicidad y propaganda a través de los medios de comunicación, siempre y cuando se cuente con la suficiencia presupuestal, así mismo se deberá observar lo estipulado en el Acuerdo de Austeridad, Ordenamiento y Transparencia del Gasto Público de la Administración Pública del Estado de Michoacán de Ocampo, Periodo 2021-2027 y demás disposiciones normativas aplicables.

Artículo 24. Las dependencias y entidades que requieran de la difusión de información de temas particulares a través de los medios de comunicación masiva, tales como prensa, radio, televisión y medios electrónicos y digitales, entre otros, deberán realizar su solicitud con un mínimo de 20 días de anticipación mediante oficio a la Coordinación, su autorización y contratación se llevará a cabo exclusivamente por la Coordinación, ya que es la facultada para realizar dichos actos, conforme a las disposiciones normativas aplicables.

Al inicio de cada ejercicio fiscal se firmará un convenio de colaboración administrativa para la concertación de acciones en materia de comunicación social, el cual se celebrará con las dependencias que tengan presupuesto en la partida correspondiente a la difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales, para los efectos del párrafo anterior.

Artículo 25. Las dependencias y entidades, tratándose de impresiones oficiales tales como trípticos, folletos, posters, por mencionar algunos, deberán apegarse al Manual de Identidad Gráfica y obtener la aprobación en cuanto al contenido y diseño que emite la Coordinación, previo a su difusión.

CAPÍTULO SEXTO DEL PADRÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Artículo 26. Los medios de comunicación que deseen participar en la contratación de comunicación social a que se refiere el presente Acuerdo, previamente deberán formar parte del Padrón de Medios de Comunicación, a cargo de la Coordinación, conforme a los lineamientos emitidos para tal efecto y deberán registrarse en la plataforma digital <https://michoacan.gob.mx/padrondemedios/ingreso.php>.

Artículo 27. El solo hecho de que los medios de comunicación formen parte del Padrón de Medios de Comunicación, no implicará la obligación de su contratación por parte de la Coordinación, dependencias o entidades.

CAPÍTULO SÉPTIMO DE LOS RECURSOS PRESUPUESTARIOS

Artículo 28. Los recursos presupuestarios a ejercer en servicios

de comunicación social por cada una de las dependencias y entidades, deberán contar con el visto bueno del Coordinador y programarse en las partidas presupuestales 21501 (Material de apoyo informativo), 33603 (Impresiones de documentos oficiales para la prestación de servicios públicos, identificación y formatos oficiales), 36101 (Difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales), 36201 (Difusión de mensajes comerciales para promover la venta de productos o servicios), y 36601 (Servicios de creación y difusión de contenidos, exclusivamente a través de internet), así mismo, deberán sujetarse a las disposiciones normativas aplicables.

Artículo 29. Las acciones de publicidad, y en general, las actividades relacionadas con comunicación social de las dependencias y entidades serán aplicadas y rubricadas por la Coordinación, con cargo al presupuesto aprobado para estas, debiendo utilizar, preferentemente, los medios de difusión del sector público y se autorizarán única y exclusivamente para la difusión de los programas institucionales de la Administración Pública Estatal.

CAPÍTULO OCTAVO DE LAS RESPONSABILIDADES

Artículo 30. Los servidores públicos, en el desempeño de su función en materia de comunicación social, deberán abstenerse de incurrir en los supuestos siguientes:

- I. Difundir campañas de comunicación social violatorias de los principios establecidos en la Ley General de Comunicación Social, la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, el Código Electoral del Estado de Michoacán de Ocampo y demás disposiciones normativas aplicables;
- II. No cumplir con los objetivos y metas establecidos en el Programa Anual de Comunicación Social;
- III. Obtener más de dos evaluaciones insuficientes seguidas; y,
- IV. El incumplimiento de cualquiera de las disposiciones contenidas en el presente Acuerdo.

Artículo 31. Cuando los enlaces y servidores públicos que correspondan de las dependencias o entidades no cumplan con las disposiciones establecidas en el presente Acuerdo, se dará aviso al superior jerárquico y, en su caso, se presentará la denuncia ante la autoridad competente por hechos que pudieran constituir alguna responsabilidad administrativa a fin de que se proceda en los términos legales aplicables.

ARTÍCULOS TRANSITORIOS

Primero. El presente Acuerdo entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Periódico Oficial del Gobierno Constitucional del Estado de Michoacán de Ocampo.

Segundo. Se abroga el Acuerdo por el que se expiden los Lineamientos Generales en Materia de Comunicación Social para

la Administración Pública del Estado de Michoacán de Ocampo, publicado en el Periódico Oficial del Gobierno Constitucional del Estado de Michoacán de Ocampo, de fecha 30 de agosto de 2021, Tomo CLXXVIII, Sexta Sección, número 48, y se dejan sin efectos

las demás disposiciones de carácter administrativo en lo que se opongan al presente Acuerdo.

Morelia, Michoacán de Ocampo, a 13 de marzo de 2023.

A T E N T A M E N T E

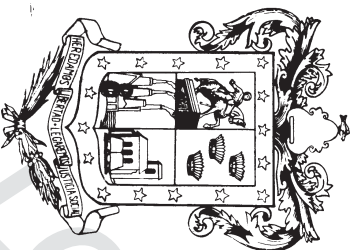
ALFREDO RAMÍREZ BEDOLLA
GOBERNADOR CONSTITUCIONAL DEL ESTADO
(Firmado)

CARLOS TORRES PIÑA
SECRETARIO DE GOBIERNO
(Firmado)

CARLOS FRANCISCO GUTIÉRREZ MÁRQUEZ
COORDINADOR GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL
(Firmado)

=====

COPIA SIN VALOR LEGAL



COPIA SIN VALOR LEGAL