

**PODER EJECUTIVO
SECRETARIA DE GOBERNACION**

ACUERDO por el que se establecen las normas y lineamientos generales para la aplicación de recursos presupuestales en materia de comunicación social, para el ejercicio fiscal del año 2002, de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.-
Secretaría de
Gobernación.

SANTIAGO CREEL MIRANDA, Secretario de Gobernación, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 1, 3, 9, 18, 26, 27, fracciones XXVII y XXVIII de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 10 y 47 de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales; 22 del Reglamento de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales; 4 de la Ley Federal del Procedimiento Administrativo; 5, fracciones I, XXVII, XXVIII y XXXIII, 6, fracciones II, IV y XV, 23 y 25 del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación, y 29 del Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2002, y

CONSIDERANDO

Que el Plan Nacional de Desarrollo prevé la obligación de la Administración Pública Federal de informar sobre las principales acciones realizadas, explicando las razones a las que responden y los valores que las inspiran. Que la política de comunicación social contribuirá a que la ciudadanía esté mejor informada, de manera que pueda evaluar el desempeño de su gobierno, participar en la solución de los problemas nacionales y exigir la rendición de cuentas a las autoridades que conforman la Administración Pública Federal.

Que el Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2002 determina, en su artículo 29, que la Secretaría de Gobernación expedirá las disposiciones generales a que se sujetarán las erogaciones destinadas para actividades relacionadas con la comunicación social, a través de los diversos medios de difusión; por lo anterior he tenido a bien expedir el siguiente:

ACUERDO

Artículo 1o.- Este ordenamiento tiene por objeto establecer las normas y lineamientos generales para el ejercicio de los recursos presupuestales destinados a las actividades de comunicación social, correspondientes al Ejercicio Fiscal del año 2002, de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal.

Artículo 2o.- Para efectos de este Acuerdo, se entenderá por:

Campaña ordinaria: conjunto de mensajes elaborados por las dependencias y entidades para difundir, a través de diversos medios, temas específicos contenidos en el programa anual de comunicación social, destinados a una población-objetivo.

Campaña extraordinaria: conjunto de mensajes elaborados por las dependencias y entidades para difundir, a través de diversos medios, información relativa a contingencias

no previstas en el programa anual de comunicación social, destinada a una población-objetivo específica.

Campaña emergente: mensajes elaborados por las dependencias y entidades para su difusión inmediata en diversos medios, ante una coyuntura determinada en virtud de la cual peligre el orden social o la seguridad nacional.

Coordinadoras sectoriales: las secretarías de Gobernación (SEGOB), Relaciones Exteriores (SRE), Defensa Nacional (SEDENA), Marina (SM), Seguridad Pública (SSP), Hacienda y Crédito Público (SHCP), Desarrollo Social (SEDESOL), Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), Energía (SENER), Economía (SE), Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), Comunicaciones y Transportes (SCT), Contraloría y Desarrollo Administrativo (SECODAM), Educación Pública (SEP), Salud (SS), Trabajo y Previsión Social (STPS), Reforma Agraria (SRA) y Turismo (SECTUR).

Dependencias: las Secretarías de Estado, incluyendo sus respectivos órganos administrativos desconcentrados, y la Consejería Jurídica del Ejecutivo Federal. Quedan también comprendidas en esta definición para los efectos del presente Acuerdo, la Presidencia de la República, al igual que la Procuraduría General de la República y los tribunales administrativos, en lo que no se contraponga a sus leyes específicas.

DGCSG: la Dirección General de Comunicación Social Gubernamental de la Secretaría, adscrita a la Subsecretaría.

DGRTC: la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría, adscrita a la Subsecretaría.

Entidades: los organismos descentralizados; las empresas de participación estatal mayoritaria, incluyendo a las sociedades nacionales de crédito, instituciones nacionales de seguro, instituciones nacionales de fianzas y las organizaciones auxiliares de crédito; así como los fideicomisos públicos en los que el fideicomitente sea la Secretaría de Hacienda y Crédito Público o alguna entidad de las señaladas en este párrafo, que de conformidad con las disposiciones aplicables, sean considerados entidades paraestatales.

Erogación: todo recurso presupuestal gastado, ejercido, comprometido o contratado por las dependencias y entidades, con cualquier prestador de bienes y servicios, que sea susceptible de ser registrado en las partidas del concepto 3700 "Servicios de Comunicación Social", estipuladas en el Clasificador por Objeto del Gasto.

Estrategia: conjunto de técnicas y líneas de acción con su respectiva justificación, para alcanzar los objetivos del programa anual de comunicación social.

Información-objeto de las campañas: la que se requiere dar a conocer públicamente para alcanzar las metas sectoriales y las del Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006 y las especificadas en el programa anual de comunicación social.

Población-objetivo: conjunto de individuos con características semejantes a quienes van dirigidos los mensajes específicos diseñados por las dependencias y entidades de acuerdo con sus programas sectoriales.

Programa anual de comunicación social: instrumento mediante el cual se detalla y justifica la política de comunicación de las dependencias y entidades, mismo que comprende la estrategia de comunicación social y la planeación de erogaciones necesarias para llevarla a cabo.

PND: Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006.

Programas sectoriales: los emanados del PND y publicados en el **Diario Oficial de la Federación**, de conformidad con el artículo 30 de la Ley de Planeación.

Recursos presupuestales: los que tienen asignados las dependencias y entidades y cuya forma de gasto está incluida en el concepto 3700 "Servicios de Comunicación Social", de conformidad con el Acuerdo por el que se expide el Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal.

Secretaría: la Secretaría de Gobernación.

Subsecretaría: la Subsecretaría de Comunicación Social, adscrita a la Secretaría.

Tiempos comerciales: espacios de transmisión contratados en radio y televisión, con cargo al presupuesto de comunicación social de las dependencias y entidades.

Tiempos oficiales: espacios de transmisión asignados, tanto en los medios de difusión del sector público, como en aquellos que por ley otorgan al Estado las empresas de comunicación que operan mediante concesión federal.

Artículo 3o.- El ejercicio de las erogaciones cuya programación está contenida en los programas anuales de comunicación social, requerirá la autorización previa de la Secretaría, a través de la Subsecretaría por medio de la DGCSG. Esta autorización se dará mediante la aprobación de dichos programas y de las campañas que deriven de los mismos, en los términos de este Acuerdo. La erogación, además, deberá estar debidamente autorizada por el órgano de gobierno o la instancia facultada para esos efectos. Asimismo, deberá sujetarse a las disposiciones que, en materia de austeridad y racionalidad del gasto, emitan al efecto las autoridades competentes, así como a las establecidas en la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público y su Reglamento. Las actividades de comunicación social deberán ser congruentes con los objetivos del PND, de los programas sectoriales y de los Acuerdos que emita el Ejecutivo Federal relacionados con esta materia. La clasificación de recursos presupuestales, deberá sujetarse al Acuerdo por el que se expide el Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal, emitido por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Artículo 4o.- La coordinadora sectorial será la responsable de entregar a la DGCSG su programa anual de comunicación social, así como los correspondientes a sus órganos administrativos desconcentrados y entidades coordinadas. Adicionalmente, la coordinadora sectorial entregará a la DGCSG, en el formato correspondiente, la relación de campañas ordinarias previstas por su sector para el Ejercicio Fiscal del año 2002, con la finalidad de atender las prioridades establecidas en el PND y los programas sectoriales. Se exceptúan de esta disposición la Procuraduría General de la República, la Presidencia de la República, tribunales administrativos no sectorizados y los organismos descentralizados no sectorizados, los cuales entregarán directamente a la DGCSG sus programas anuales de comunicación social.

Artículo 5o.- La autorización de programas anuales de comunicación social deberá solicitarse a la DGCSG dentro de los 30 días naturales siguientes a la publicación del presente Acuerdo. Los programas anuales de comunicación social deberán contener los siguientes elementos:

1.- Estrategia de comunicación social:

a) Planeación sectorial:

- Metas 2001-2006 que fundamentan el programa anual de comunicación social.
- Programas sectoriales, institucionales, regionales y especiales que dan base a las campañas ordinarias y extraordinarias.
- Dependencias, entidades y organismos nacionales o internacionales con los que se establecerá vínculo para el desarrollo y difusión de las campañas.

b) Población objetivo: explicitación de los públicos a los cuales se van a dirigir las campañas.

c) Campañas y publicaciones oficiales: descripción de las campañas ordinarias que se realizarán en el año 2002 y mención del tipo de eventualidades que podrían dar lugar a campañas extraordinarias. En cuanto a las publicaciones oficiales de carácter externo, indicar tipo de publicación, tiraje, periodicidad, cobertura, canales de distribución y población-objetivo.

d) Selección de medios de difusión: deberá realizarse de acuerdo con la estrategia prevista, la población-objetivo definida, la cobertura geográfica adecuada y el necesario equilibrio informativo.

2.- Planeación de erogaciones para llevar a cabo las acciones comprendidas en la estrategia de comunicación social.

La información a que se refieren los puntos 1 y 2 anteriores, se entregará de conformidad con los formatos

que al efecto establezca la DGCSG.

Artículo 6o.- La Secretaría, a través de la DGCSG emitirá la resolución correspondiente sobre la solicitud de autorización del programa de comunicación social, en un plazo de quince días hábiles, contados a partir de que el expediente haya quedado debidamente integrado.

Artículo 7o.- Durante el Ejercicio Fiscal del año 2002, no se podrán ampliar las erogaciones autorizadas por la DGCSG. Sólo se podrán realizar modificaciones a los programas anuales de comunicación social aprobados por la Secretaría, cuando:

a) Existan reducciones presupuestales.

b) Surjan acontecimientos extraordinarios que afecten el sentido de las campañas originalmente autorizadas.

c) Exista la necesidad de difundir acciones específicas o campañas emergentes no contempladas

originalmente en los programas autorizados.

Las dependencias o entidades en las que se presente alguno de los casos antes mencionados, deberán someter a la DGCSG la solicitud de autorización correspondiente, acompañada de la documentación comprobatoria.

Artículo 8o.- En ningún caso y bajo ninguna circunstancia podrán usarse recursos presupuestales con fines distintos a los del objeto mismo del programa anual de comunicación social. Las dependencias y entidades se abstendrán de realizar erogaciones de recursos presupuestales cuya finalidad consista en la promoción de su imagen institucional. El gasto deberá principalmente destinarse a la información-objeto de las campañas. Las dependencias y entidades no podrán erogar recursos presupuestales en beneficio de candidato a puesto de elección popular o partido político alguno, de conformidad con lo establecido en la legislación electoral aplicable. Las dependencias y entidades no podrán convenir el pago de créditos fiscales, ni de cualquier otra obligación de pago a favor de la dependencia o entidad, a través de la prestación de servicios de publicidad, impresiones, inserciones y demás relativos con las actividades de comunicación social. No podrán realizarse traspasos de recursos de otros capítulos de gasto al concepto correspondiente a comunicación social de los presupuestos de las dependencias y entidades. Asimismo, no podrán incrementarse dichos conceptos de gasto.

Artículo 9o.- La difusión de campañas ordinarias y extraordinarias requerirá previa autorización de la

Secretaría, a través de la DGCSG. La solicitud de autorización a que se refiere el párrafo anterior, deberá incluir los siguientes elementos:

- a) Nombre y versión de la campaña.
- b) Tipo de campaña (ordinaria o extraordinaria).
- c) Objetivo general de la campaña.
- d) Población-objetivo a la que va dirigida.
- e) Vigencia de la campaña.
- f) Plan de medios con su respectiva pauta (número de impactos, inserciones, volúmenes, horarios, coberturas y demás características de los medios seleccionados).
- g) En el caso de medios electrónicos, tipo de tiempo que se pretende utilizar (comercial u oficial).
- h) Precampaña o descripción de los contenidos a difundir. Una vez autorizada la campaña, deberán remitir a la DGCSG una muestra de los materiales definitivos.
- i) Dirección electrónica en todos los materiales impresos, así como en los que se difundan a través de medios audiovisuales.
- j) Monto de los recursos presupuestales, estimados o definitivos, destinados al desarrollo y difusión de la campaña, indicando en su oportunidad el nombre del o de los prestadores de bienes y servicios a los que se les hayan asignado los contratos respectivos. Dentro de dichos recursos deberán considerarse los costos de distribución de los materiales a difundir.
- k) Resultados obtenidos en estudios de mercado, encuestas de opinión, grupos de enfoque o cualquier otro análisis similar practicado por las dependencias o entidades o por un tercero. Esto último siempre y cuando esté previsto en el presupuesto de la dependencia o entidad, para efectos de la campaña. La solicitud de autorización para la difusión de campañas ordinarias o extraordinarias, deberá presentarse a la DGCSG por lo menos con quince días hábiles de anticipación a su difusión, en los formatos que para el efecto establezca la DGCSG.

La DGCSG emitirá la resolución correspondiente dentro de los cinco días hábiles siguientes, siempre y cuando se cumpla con los requisitos a los que se refiere este artículo.

Artículo 10.- Las campañas emergentes quedan exceptuadas de la autorización a la que se refiere el artículo noveno del presente Acuerdo. Su contenido deberá ser notificado a la DGCSG dentro de los dos días hábiles siguientes a la fecha de inicio de su difusión.

Artículo 11.- Las dependencias y entidades únicamente podrán destinar recursos presupuestales para actividades relacionadas con la comunicación social a través de la radio y la televisión, una vez que se hayan agotado los tiempos oficiales disponibles. Serán exceptuadas de esta disposición las dependencias y entidades que por la naturaleza de sus programas anuales de comunicación social, justifiquen ampliamente la necesidad de tiempos y audiencias específicas.

Artículo 12.- Para la transmisión de campañas ordinarias o extraordinarias u otros materiales de las dependencias o entidades mediante el uso de tiempos oficiales, deberá existir la autorización correspondiente de la Secretaría a que se refieren los artículos 6o. y 9o. del presente Acuerdo. Para el uso de tiempos oficiales, las dependencias y entidades deberán formular la solicitud correspondiente a la DGRTC, indicando población-objetivo, cobertura, vigencia y número de impactos (esta última información no aplica en el caso de material a difundirse al amparo del artículo 59 de la Ley Federal de Radio y Televisión). Deberá igualmente enviarse una muestra del material a difundir. La DGRTC determinará el formato y los requisitos de calidad que deberán cumplir los materiales remitidos por las

dependencias y entidades solicitantes. El uso de tiempos oficiales estará sujeto a la disponibilidad de espacios, de conformidad con las normas aplicables. Será responsabilidad y correrá por cuenta de las dependencias y entidades, el copiado y la distribución de los materiales que se difundan mediante el uso de los tiempos oficiales.

La DGRTC llevará el seguimiento del tiempo de transmisión, distribución, el valor monetario estimado y el uso que se le vaya dando al tiempo, que por ley, otorgan al Estado las empresas de comunicación que operan mediante concesión federal.

Artículo 13.- Las dependencias y entidades deberán informar, mensualmente, a la Secretaría sobre las erogaciones de recursos presupuestarios, dentro de los diez días naturales del mes siguiente.

Artículo 14.- La Subsecretaría, a través de la DGCSG, podrá solicitar a las dependencias y entidades información adicional para verificar el cumplimiento de lo establecido en el presente Acuerdo y demás disposiciones aplicables. La información solicitada, deberá ser entregada dentro de los cinco días hábiles posteriores a su solicitud.

Artículo 15.- Las dependencias y entidades deberán establecer y mantener actualizada una dirección electrónica en Internet, incorporando la siguiente información:

a) Atribuciones conferidas por la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, reglamento interior, decreto de creación o estatuto orgánico, según sea el caso.

b) Marco jurídico aplicable a las actividades u objeto de la dependencia o entidad y disposiciones administrativas de carácter general emitidas por la misma. Dicha información será enviada a la

Secretaría a fin de coadyuvar en el cumplimiento de lo dispuesto en la fracción XXXI del artículo 27 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal.

c) Manual de organización y organigrama.

d) Directorio y currículum de los servidores públicos de mandos medios y superiores.

e) Ubicación del área donde podrán recibirse las solicitudes para obtener información sobre la dependencia o entidad.

f) Fragmentos aplicables del Plan Nacional de Desarrollo y programas sectoriales.

g) Programa anual de trabajo y una breve descripción de las principales actividades que lo integran.

h) Sección relativa a informes sobre el cumplimiento de actividades contenidas en el programa anual de

trabajo de la dependencia o entidad, de acuerdo con su respectivo programa sectorial.

i) Principales indicadores de gestión, así como las series estadísticas históricas más representativas del sector y subsectores correspondientes.

j) Servicios públicos que se ofrecen a la comunidad y unidades administrativas responsables de prestarlos, así como formatos y requisitos para los trámites requeridos para la prestación de servicios, siempre que éstos se encuentren inscritos en el Registro Federal de Trámites y Servicios o en el Registro que, para la materia fiscal, establezca la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, así como horarios, domicilios y números telefónicos de atención.

k) Boletines y comunicados de prensa, así como informes que por disposición legal, generen las dependencias y entidades.

l) Información relativa a las campañas ordinarias y extraordinarias, difundidas en cualquier medio de comunicación masivo, que incluya un formato de encuesta de opinión sobre la percepción de cada campaña. Los resultados que se obtengan deberán ser remitidos a la DGCSG para su conocimiento y registro.

- m) Aquella información que la dependencia o entidad considere que responda a las preguntas más frecuentes del público o cualquier otro dato que le sea útil.
- n) Fecha de la última actualización de la página electrónica.

Las entidades podrán cumplir con los requisitos a los que se refiere este artículo, mediante la incorporación de una sección relativa a sus actividades dentro de la dirección electrónica de la coordinadora sectorial correspondiente, la cual deberá incluir los vínculos con las páginas de sus órganos desconcentrados y entidades coordinadas.

Artículo 16.- La Subsecretaría, a través de la DGCSG y la DGRTC en el ámbito de sus respectivas competencias, será la instancia facultada para interpretar las disposiciones del presente Acuerdo.

ARTICULOS TRANSITORIOS

PRIMERO.- Este Acuerdo entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el **Diario Oficial de la Federación**.

SEGUNDO.- Se derogan todas aquellas disposiciones que se opongan al presente Acuerdo.

Dado en la Ciudad de México, Distrito Federal, a los veinticuatro días del mes de enero de dos mil dos.- El
Secretario de Gobernación, **Santiago Creel Miranda**.- Rúbrica.