

SEGOB

SECRETARÍA DE
GOBERNACIÓN



SUBSECRETARÍA DE
NORMATIVIDAD DE MEDIOS
DIRECCIÓN GENERAL DE NORMATIVIDAD DE
COMUNICACIÓN

"2015, Año del Generalísimo José María Morelos y Pavón"

Oficio No. SNM/DGNCI/ 0484/15

México, D. F., a 24 de febrero de 2015

ASUNTO: Autorización de la Estrategia y el Programa anual
de Promoción y Publicidad 2015 del FIFOMI.

LIC. OSCAR IGNOROSA MIJANGOS
DIRECTOR GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL
SECRETARÍA DE ECONOMÍA

LIC. ERNESTO LEE GÓMEZ
GERENTE DE DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN
FIDEICOMISO DE FOMENTO MINERO

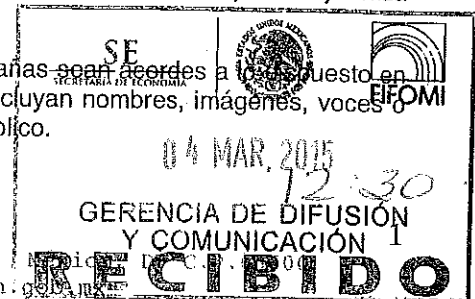
Me refiero a su oficio 111.2015.DGCS.035 de fecha 19 de febrero de 2015, mediante el cual se remite la solventación de observaciones a la Estrategia y Programa anual de Promoción y Publicidad del **Fideicomiso de Fomento Minero (FIFOMI)**, correspondiente al Ejercicio Fiscal 2015.

Sobre el particular y con fundamento en el artículo 27, fracción XXXIX de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 32 del Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación; 17 del Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2015, así como por lo dispuesto en el *Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2015*, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 31 de diciembre de 2014 (*en lo sucesivo el "Acuerdo"*), **esta Dirección General autoriza, en el ámbito de su competencia, la Estrategia y el Programa anual de Promoción y Publicidad del Fideicomiso de Fomento Minero correspondiente al Ejercicio Fiscal 2015.**

Los recursos presupuestarios deberán estar previamente autorizados y asignados a la **partida de gasto 36201** del Clasificador por Objeto del Gasto para la Administración Pública Federal. Las erogaciones de dichos recursos deberán sujetarse a las disposiciones de austeridad y racionalidad del gasto contenidas en la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria y el Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2015. El ejercicio de los recursos presupuestarios se llevará a cabo bajo la estricta responsabilidad de la dependencia o entidad contratante.

Asimismo, deberán atender lo dispuesto por el artículo 41, Base III, Apartado C, párrafo segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM) en lo que se refiere a la suspensión de la difusión en los medios de comunicación social de toda propaganda gubernamental durante el tiempo que comprendan las campañas electorales federales y locales y hasta la conclusión de la respectiva jornada comicial.

Aunado a lo anterior, se deberá verificar que los contenidos de sus campañas sean acordes a lo dispuesto en el párrafo octavo del artículo 134 de la CPEUM a efecto de que no se incluyan nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público.



Dinamarca No. 84, 3er Piso, Col. Juárez, Del. Cuauhtémoc, México, D.F.
Teléfono (55) 5209 8800 www.gob.mx

SEGOB

SECRETARÍA DE
GOBERNACIÓN



SUBSECRETARÍA DE
NORMATIVIDAD DE MEDIOS
DIRECCIÓN GENERAL DE NORMATIVIDAD DE
COMUNICACIÓN

"2015, Año del Generalísimo José María Morelos y Pavón"

Oficio No. SNM/DGNC/ 0484 /15

Las dependencias y entidades utilizarán los medios seleccionados conforme a criterios objetivos, debiendo tomar en consideración las características, tarifas, destinatarios, cobertura y especialidades que cada uno presenta. La distribución en el plan de medios debe basarse en los criterios señalados en el artículo 3º fracción III del *Acuerdo* y deberán verificar que los recursos se administren con eficiencia, legalidad, eficacia, economía, transparencia, honestidad e imparcialidad.

Igualmente, deberán observar lo dispuesto en el **artículo 89, fracción VII de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión**, en el que se establece que los entes públicos federales destinarán "el uno por ciento del monto para servicios de comunicación social y publicidad autorizado en sus respectivos presupuestos al conjunto de concesiones de uso social comunitarias e indígenas del país, el cual se distribuirá de forma equitativa entre las concesiones existentes".

Las campañas que integran el Programa deberán incluir contenidos que promuevan la igualdad entre mujeres y hombres, así como erradicar roles y estereotipos que fomenten cualquier forma de discriminación, violencia de género o familiar. Asimismo, en el alcance de sus facultades y objetivos comunicacionales, las dependencias y entidades promoverán mensajes y campañas que enaltezcan los valores y el reconocimiento a la cultura de los pueblos indígenas, así como la difusión de los derechos de las mujeres indígenas. Adicionalmente, deberán hacer uso de la Lengua de Señas Mexicanas por medio de un intérprete, subtítulos o en su caso, tecnologías que permitan el acceso a los contenidos de sus mensajes a las personas con discapacidad auditiva cuando se trate de campañas en televisión.

La aplicación de estudios de pertinencia y efectividad de campañas debe realizarse en términos del artículo 40 y demás disposiciones en la materia, así como atender a los Criterios Metodológicos de Evaluación de Campañas.

Finalmente, **la difusión de las campañas deberá someterse a la autorización de esta Dirección General**, de acuerdo a las vigencias programadas, **observando el procedimiento y los plazos señalados en los artículos 16, 17, 18, 19 y demás relativos y aplicables del Acuerdo.**

Sin otro particular, le envío un cordial saludo.

ATENTAMENTE


NORMA ANGÉLICA MORALES LEDESMA
DIRECTORA GENERAL

C.c.p.- Lic. Andrés Chao Ebergenyi, Subsecretario de Normatividad de Medios, SEGOB.- Presente.
Archivo de DGNC, SEGOB.

SZM/ LLGT/ EPGR

Dinamarca No. 84, 3er Piso, Col. Juárez, Del. Cuauhtémoc, México, DF C.P.06600
Teléfono (55)5209 8800 www.gobernacion.gob.mx