

*REGLAMENTO EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL ORGANISMO
PÚBLICO LOCAL ELECTORAL*

**REGLAMENTO EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL
ORGANISMO PÚBLICO LOCAL ELECTORAL**

**ÍNDICE
TÍTULO PRIMERO
Disposiciones Generales**

| | Página |
|-------------------------|---------------|
| CAPÍTULO ÚNICO | |
| Disposiciones Generales | 3 |

**TÍTULO SEGUNDO
De las atribuciones y obligaciones**

| | |
|---|----------|
| CAPÍTULO I | |
| Del Consejo General | 6 |
| CAPÍTULO II | |
| De la Junta General Ejecutiva | 7 |
| CAPÍTULO III | |
| De la Secretaría Ejecutiva | 8 |
| CAPÍTULO IV | |
| De la Unidad Técnica de Comunicación Social | 8 |
| CAPÍTULO V | |
| Del Órgano Interno de Control | 9 |

**TÍTULO TERCERO
De las campañas de
Comunicación social**

| | |
|-------------------------------|----------|
| CAPÍTULO ÚNICO | |
| De las reglas de las campañas | 9 |

*REGLAMENTO EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL ORGANISMO
PÚBLICO LOCAL ELECTORAL*

TÍTULO CUARTO
De la Estrategia y Programa Anual
de Comunicación Social

CAPÍTULO ÚNICO

De su integración y aprobación

12

TÍTULO QUINTO
De la Vigilancia y Control de la Contratación
de la Comunicación Social

CAPÍTULO I

Del padrón de medios de comunicación

13

CAPÍTULO II

De la vigilancia y control

16

CAPÍTULO III

De los informes

16

CAPÍTULO IV

De la revisión y fiscalización

17

TÍTULO SEXTO
De lo no previsto

CAPÍTULO ÚNICO

Lo no previsto

17

**REGLAMENTO EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL ORGANISMO
PÚBLICO LOCAL ELECTORAL**

**TÍTULO PRIMERO
Disposiciones Generales**

**CAPÍTULO ÚNICO
Disposiciones Generales**

ARTÍCULO 1

1. El presente Reglamento es de observancia general y tiene por objeto dar cumplimiento a lo ordenado en la Ley General de Comunicación Social y a la Ley de Comunicación Social para el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave, que establecen las normas a las que deberá sujetarse el gasto en materia de Comunicación Social que realice el Organismo Público Local Electoral del Estado de Veracruz, en observancia de los artículos 134 párrafo octavo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 79 segundo párrafo de la Constitución Política del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.

2. La aplicación de las disposiciones del presente Reglamento se harán de conformidad con las normas constitucionales y legales correspondientes así como, las emitidas por el propio Consejo General, aplicando criterios de legalidad, honestidad, eficiencia, eficacia, economía, racionalidad, austeridad, transparencia, control, rendición de cuentas, honradez y en concordancia con el Programa Operativo Anual y Decreto de Presupuesto de Egresos, que para tal efecto se apruebe en el año correspondiente a su ejercicio.

3. La inobservancia e incumplimiento del presente Reglamento será materia de responsabilidad, en los términos de las leyes aplicables.

ARTÍCULO 2

1. La interpretación de este Reglamento se hará de conformidad con los criterios gramatical, sistemático y funcional, así como a la jurisprudencia y a los principios generales del derecho.

ARTÍCULO 3

1. Para efectos del presente Reglamento, se entenderá por:

- a) **Campañas de Comunicación Social:** Aquellas que difunden el quehacer, acciones o logros del Organismo Público Local Electoral del Estado de Veracruz que estimulan a la ciudadanía y dan difusión a los principios, valores y derechos de la cultura democrática, a través de la planeación, producción y

*REGLAMENTO EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL ORGANISMO
PÚBLICO LOCAL ELECTORAL*

- difusión de un conjunto de mensajes derivados de la Estrategia Anual de Comunicación Social y/o de promoción y publicidad dirigida a una población objetivo, a través de medios de comunicación, con una vigencia determinada;
- b) **Congreso del Estado:** El Honorable Congreso del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave;
 - c) **Código Electoral:** El Código número 577 Electoral para el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave;
 - d) **Consejo General:** El Consejo General del Organismo Público Local Electoral del Estado de Veracruz;
 - e) **DEA:** Dirección Ejecutiva de Administración del Organismo Público Local Electoral del Estado de Veracruz;
 - f) **Debates:** Aquellos actos públicos que únicamente se pueden realizar en el período de campaña, en los que participan las y los candidatos a un mismo cargo de elección popular con el objeto de exponer y confrontar entre sí sus propuestas, planteamientos y plataformas electorales, a fin de difundirlos como parte de un ejercicio democrático, bajo un formato previamente establecido y con observancia de los principios de equidad y trato igualitario;
 - g) **Estrategia Anual de Comunicación Social:** Instrumento de planeación que expresa los temas prioritarios a ser difundidos durante el año en curso;
 - h) **INE:** Instituto Nacional Electoral;
 - i) **Informe Anual de Actividades en Materia de Comunicación Social:** Aquél que incluye todas las actividades de la Estrategia, Programas y Campañas de Comunicación Social;
 - j) **Junta General:** La Junta General Ejecutiva del Organismo Público Local Electoral del Estado de Veracruz;
 - k) **Ley:** Ley General de Comunicación Social;
 - l) **Ley estatal:** Ley número 248 de Comunicación Social para el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave;
 - m) **Manual:** Manual en Materia de Comunicación Social;
 - n) **Medios de Comunicación:** La prensa escrita, medios digitales, radio y televisión;
 - o) **Medios electrónicos:** Medios de comunicación masivos tales como radio y televisión que difunden los mensajes a través de impulsos radioeléctricos;
 - p) **Medios impresos:** Tipo de publicación masiva, escrita o ilustrada que contiene texto o imágenes fijas y que está impresa bajo el mismo nombre, con una periodicidad de edición determinada y una numeración con secuencia;
 - q) **Medios públicos:** Estaciones oficiales de radio y canales de televisión que forman parte de la Administración Pública Federal, Estatal o Municipal e instituciones educativas;
 - r) **OPLE:** El Organismo Público Local Electoral del Estado de Veracruz;
 - s) **Padrón Estatal:** El Padrón Estatal de Medios de Comunicación;
 - t) **Padrón Nacional:** El Padrón Nacional de Medios de Comunicación;
 - u) **Padrón de proveedores:** Registro en el que se encuentran inscritas las personas físicas y morales, para proporcionar bienes y servicios al OPLE, incluidos los referentes a los medios de comunicación;
 - v) **Programa Anual de Comunicación Social:** Conjunto de campañas de Comunicación Social derivadas de la Estrategia Anual de Comunicación

**REGLAMENTO EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL ORGANISMO
PÚBLICO LOCAL ELECTORAL**

Social, encaminadas al cumplimiento de las acciones establecidas por la Unidad;

- w) **POA:** Programa Operativo Anual del OPLE;
- x) **Recursos presupuestarios:** Presupuesto autorizado para gastos en materia de Comunicación Social de conformidad con lo previsto en el presupuesto de egresos para el ejercicio fiscal que corresponda;
- y) **Redes Sociales:** Servicio que prevé herramientas para construir vínculos entre personas, la cual implica un servicio en el que cada usuario puede tener su propio perfil y generar vínculos con otros usuarios;
- z) **Reglamento:** El Reglamento en Materia de Comunicación Social del OPLE;
- aa) **Secretaría Ejecutiva:** La o el Secretario Ejecutivo del OPLE;
- bb) **Servidora o servidor público:** Persona que desempeña un empleo, cargo o comisión en los entes públicos, conforme a lo dispuesto en el artículo 108 de la Constitución Federal;
- cc) **Unidad administradora:** La Unidad Técnica de Comunicación Social del OPLE;
- dd) **Unidades administrativas:** La Presidencia del Consejo, Consejerías Electorales, Secretaría Ejecutiva, Dirección Ejecutiva de Organización Electoral, Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica, Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, Dirección Ejecutiva de Asuntos Jurídicos, Dirección Ejecutiva de Administración, Unidad de Fiscalización, Órgano Interno de Control, Unidad Técnica de Comunicación Social, Unidad Técnica del Centro de Formación y Desarrollo, Unidad Técnica de Servicios Informáticos, Unidad Técnica de Planeación, Unidad Técnica de Oficialía Electoral, Unidad Técnica del Secretariado, Unidad Técnica de Igualdad de Género e Inclusión, Unidad Técnica de Transparencia y Unidad Técnica de Vinculación con ODES y Organizaciones de la Sociedad Civil; del OPLE;
- ee) **Violencia Política:** Es toda acción u omisión, incluida la tolerancia, basada en categorías sospechosas, lo cual tiene un impacto diferenciado ante las demás personas, busca como resultado limitar, anular o menoscabar el ejercicio efectivo de los derechos políticos y electorales, el acceso al pleno ejercicio de las atribuciones inherentes a su cargo, labor o actividad, el libre desarrollo de la función pública, la toma de decisiones, la libertad de organización, así como el acceso y ejercicio a las prerrogativas, tratándose de precandidaturas, candidaturas, funciones o cargos públicos del mismo tipo; y
- ff) **Violencia Política contra las mujeres en razón de género:** Es toda acción u omisión, incluida la tolerancia, basada en elementos de género por el hecho de ser mujer y ejercida dentro de la esfera pública o privada, tiene un impacto diferenciado ante las demás personas, busca como resultado limitar, anular o menoscabar el ejercicio efectivo de los derechos políticos y electorales, el acceso al pleno ejercicio de las atribuciones inherentes a su cargo, labor o actividad; el libre desarrollo de la función pública, la toma de decisiones, la libertad de organización, así como el acceso y ejercicio a las prerrogativas, tratándose de precandidaturas, candidaturas, funciones o cargos públicos del mismo tipo.

ARTÍCULO 4

1. En el ejercicio del gasto de recursos en materia de Comunicación Social, el OPLE deberá observar los siguientes principios rectores:

- a) Eficacia en el uso de los recursos;
- b) Eficiencia de los recursos destinados a la contratación o gasto de Comunicación Social;
- c) Economía y racionalidad presupuestaria, que comprende la administración prudente de los recursos destinados a la Comunicación Social;
- d) Transparencia y máxima publicidad, garantizándose el acceso a toda información relacionada con la contratación y manejo de recursos destinados a la Comunicación Social de los entes públicos, conforme a lo dispuesto en la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, la Ley de Transparencia y otras disposiciones aplicables;
- e) Honradez en el manejo de recursos conforme a las leyes y otras disposiciones aplicables, sujetándose a criterios de calidad y cumpliendo los propósitos de la Comunicación Social;
- f) Objetividad e imparcialidad, que implica que la Comunicación Social en los procesos electorales no debe estar dirigida a influir en la equidad de la competencia entre los partidos políticos, precandidaturas y candidaturas;
- g) Institucionalidad en los fines informativos, educativos o de orientación social;
- h) Necesidad de comunicar los asuntos públicos a la sociedad para su información o atención;
- i) Congruencia entre el contenido del mensaje, el objetivo de comunicación y la población objetivo; y
- j) Veracidad de la información que se difunde.

2. Adicionalmente, el ejercicio del gasto presupuestal en materia de Comunicación Social deberá atender al respeto a la libertad de expresión, al fomento del acceso a la información y contribuir a la igualdad entre hombres y mujeres, así como respetar la diversidad social y cultural del Estado de Veracruz.

3. La Unidad Administradora deberá incluir en el Manual en Materia de Comunicación Social que se agrega como anexo al presente Reglamento, los criterios de selección del medio de comunicación correspondiente, a fin de garantizar el cumplimiento de los principios previstos en el presente artículo.

TÍTULO SEGUNDO

De las atribuciones y obligaciones

CAPÍTULO I Del Consejo General

ARTÍCULO 5

1. El Consejo General tendrá las atribuciones siguientes en materia de Comunicación Social:

- a) Promover el fortalecimiento de la educación cívica y participación ciudadana;
- b) Aprobar el Proyecto de presupuesto del OPLE, de conformidad con las disposiciones constitucionales legales, así como las emitidas por el propio Consejo General;
- c) Aprobar las políticas y programas generales del OPLE, así como el POA, en el marco de un modelo integral de planeación institucional, a propuesta de la Junta General Ejecutiva;
- d) Conocer y aprobar la Estrategia, el Programa Anual y las campañas en materia de Comunicación Social, así como los tipos de medios de comunicación que de manera equitativa e igualitaria difundirán dichas campañas y los montos que se asignarán a cada una de ellas a recomendación de la Junta General;
- e) Aprobar la redistribución del presupuesto del OPLE, de conformidad con el presupuesto autorizado por el Congreso del Estado;
- f) Conocer y aprobar los informes a los que se refiere el Capítulo III del Título Quinto de este Reglamento, previo a su remisión a las autoridades competentes;
- g) Aprobar los Lineamientos generales o estatutos que considere necesarios para el ejercicio de la función electoral;
- h) Aprobar las medidas de austeridad, racionalidad y disciplina presupuestal del OPLE; y
- i) Las demás que le confieran otras disposiciones aplicables.

CAPÍTULO II De la Junta General Ejecutiva

ARTÍCULO 6

1. La Junta General tendrá las atribuciones siguientes en materia de Comunicación Social:

- a) Coordinar y supervisar la ejecución de las políticas y programas generales del OPLE en materia de Comunicación Social;
- b) Someter a la aprobación del Consejo General las políticas y programas generales, el POA del OPLE, así como los tipos de medios de comunicación que difundirán las campañas de Comunicación Social, conforme a los criterios establecidos por las disposiciones constitucionales y legales correspondientes;
- c) Fijar los procedimientos administrativos y Lineamientos para el ejercicio

**REGLAMENTO EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL ORGANISMO
PÚBLICO LOCAL ELECTORAL**

- presupuestal, conforme a las políticas y programas generales del OPLE;
- d)** Elaborar y proponer el proyecto de Lineamientos de austeridad, disciplina y ahorro del gasto de cada ejercicio fiscal y someterlo a consideración del Consejo General;
 - e)** Conocer y determinar la aplicación de medidas para mejorar la operatividad del OPLE en materia de Comunicación Social, o en aquellos casos no previstos en el presente Reglamento; y
 - f)** Las demás que le confieran otras disposiciones aplicables.

**CAPÍTULO III
De la Secretaría Ejecutiva**

ARTÍCULO 7

1. La Secretaría Ejecutiva tendrá las atribuciones siguientes en materia de Comunicación Social:

- a)** Ejecutar y supervisar el adecuado cumplimiento de los acuerdos del Consejo General y de la Junta General;
- b)** Elaborar el anteproyecto de presupuesto del OPLE, cuidando que sea acorde al POA, para someterlo por conducto de la Presidencia a la consideración del pleno del Consejo General;
- c)** Ejercer el presupuesto del OPLE, y presentar los informes de avance de la gestión financiera, así como la correspondiente cuenta pública, en términos de las leyes aplicables, para su posterior aprobación por el Consejo General;
- d)** Con base en el presupuesto autorizado por el Congreso del Estado, propondrá las adecuaciones que correspondan a los programas presupuestarios y actividades establecidas de manera anual, poniéndolas a consideración del Consejo General para su aprobación; y
- e)** Las demás que le confieran otras disposiciones aplicables.

**CAPÍTULO IV
De la Unidad Técnica de Comunicación Social**

ARTÍCULO 8

1. La Unidad Técnica de Comunicación Social tendrá las atribuciones siguientes en materia de Comunicación Social:

- a)** Fungir como Unidad Administradora;
- b)** Desarrollar y promover la política de Comunicación Social del OPLE;
- c)** Elaborar la Estrategia de Comunicación Social y el Programa Anual correspondiente;

**REGLAMENTO EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL ORGANISMO
PÚBLICO LOCAL ELECTORAL**

- d)** La Unidad Administradora brindará asistencia a las unidades administrativas en la elaboración de las Campañas de Comunicación Social;
- e)** Coordinar las relaciones y actividades con los medios de comunicación, fortaleciendo los vínculos institucionales para un eficaz manejo de las líneas informativas;
- f)** Proponer, coordinar y dar seguimiento a campañas de Comunicación Social para la difusión del voto y promoción de la participación ciudadana en la organización de los procesos electorales, plebiscitos, referéndum y consulta popular;
- g)** Elaborar el Informe Anual de Actividades en Materia de Comunicación Social;
- h)** Elaborar el Manual en Materia de Comunicación Social y los programas que se deriven del mismo;
- i)** Elaborar en coordinación con la DEA, el informe semestral sobre gastos de Comunicación Social para ser publicado en el portal de transparencia del organismo;
- j)** Elaborar en coordinación con la DEA, el informe trimestral sobre gastos de Comunicación Social para su inclusión en el avance de la Gestión Financiera que se entrega al Congreso del Estado;
- k)** Enviar a las unidades administrativas, a más tardar la primera semana de noviembre, los formatos para la integración de las campañas de Comunicación Social, los cuales deberán remitir en 15 días hábiles posteriores;
- l)** Coadyuvar con la Comisión Temporal de Debates del OPLE, en la organización y ejecución de los mismos;
- m)** Elaborar la campaña correspondiente a los debates que sean organizados por el OPLE;
- n)** Las demás que le confieran otras disposiciones aplicables de este organismo; y
- o)** Las unidades administrativas propondrán sus campañas y programas a la Unidad Técnica de Comunicación Social para que esta elabore el Programa Anual de Comunicación Social.

**CAPÍTULO V
Del Órgano Interno de Control**

ARTÍCULO 9

1. El Órgano Interno de Control tendrá las atribuciones siguientes en materia de Comunicación Social:

- a)** Inspeccionar el correcto ejercicio del gasto y la aplicación estricta de las partidas presupuestales que integran el presupuesto, la administración del patrimonio del OPLE; así como analizar, evaluar y opinar sobre el ejercicio y los métodos de control utilizados en el mismo, en apego a la normatividad aplicable;
- b)** Revisar permanentemente que se observen las políticas y procedimientos al

**REGLAMENTO EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL ORGANISMO
PÚBLICO LOCAL ELECTORAL**

que se refiere el presente Reglamento y proponer, cuando se requiera con oportunidad y utilidad acciones preventivas y correctivas, así como el mejoramiento de los mismos;

- c) Registrar en su Sistema de Auditoría y dar seguimiento a las erogaciones que realice el OPLE en materia de Comunicación Social; y
- d) Las demás que le confieran otras disposiciones aplicables.

TÍTULO TERCERO

**De las campañas de
Comunicación Social**

**CAPÍTULO ÚNICO
De las reglas de las campañas**

ARTÍCULO 10

1. Las campañas de Comunicación Social del OPLE deberán:

- a) Promover la difusión y conocimiento de valores, principios y derechos;
- b) Informar a la ciudadanía de sus derechos y obligaciones;
- c) Promover la cultura democrática, mecanismos de democracia directa y la paridad de género, la inclusión y toda aquella información relacionada con la prevención, atención y erradicación de la violencia política contra las mujeres en razón de género;
- d) Realizar acciones tendentes a combatir la desinformación;
- e) Cumplir con las obligaciones establecidas en la legislación electoral;
- f) Otras establecidas en las leyes, acuerdos, convenios u otros instrumentos; y
- g) Asegurar y dar máxima difusión a la información relevante para la toma de decisiones y ejercicio pleno de los derechos político electorales de la ciudadanía, respetando los principios de gobierno abierto.

ARTÍCULO 11

1. Las campañas de Comunicación Social del OPLE evitarán difundir contenidos que:

- a) Tengan por única finalidad destacar, de manera personalizada, nombres, imágenes, voces o símbolos de cualquier servidora o servidor público, partido político, coalición, candidatura independiente y/o aspirante a candidatura independiente;
- b) Incluyan mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a valores, principios y derechos constitucionales;
- c) Inciten a la violencia o a comportamientos contrarios al orden jurídico; e
- d) Induzcan a la confusión mediante símbolos, ideas, expresiones, diseños o

**REGLAMENTO EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL ORGANISMO
PÚBLICO LOCAL ELECTORAL**

imágenes utilizados por cualquier organización política o social.

ARTÍCULO 12

1. Las campañas de Comunicación Social del OPLE se sujetarán a los principios de inclusión, no discriminación y equidad de género, procurando:

- a) Realizar transmisiones en versiones y formatos accesibles para personas con discapacidad;
- b) Utilizar y verificar el correcto uso de lenguaje incluyente;
- c) Procurar incluir el uso de la Lengua de Señas Mexicana por medio de un intérprete o subtítulo, así como textos o tecnologías que permitan el acceso a los contenidos de Comunicación Social en televisión o video a las personas con discapacidad auditiva;
- d) Procurar difundir los mensajes en la lengua o las lenguas originarias correspondientes cuando se transmitan en comunidades indígenas.

ARTÍCULO 13

1. Las unidades administrativas deberán considerar, dentro de su POA las campañas de Comunicación Social y remitirlas a la Unidad Administradora para que sean consideradas dentro del Proyecto de Presupuesto de Egresos del OPLE durante el mes de agosto de cada año observando el presente Reglamento y previa autorización de la Junta General, para publicarse en la primera quincena de enero de cada año en términos de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública para el Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.

ARTÍCULO 14

1. El OPLE se registrará conforme a lo dispuesto por el INE, en lo que respecta al acceso a tiempos oficiales y éstos deberán ser utilizados para la difusión de contenidos de carácter institucional, con fines informativos y educativos.

ARTÍCULO 15

1. Se exceptúan de la aplicación de este Reglamento aquellos casos o disposiciones, resoluciones y actos administrativos o judiciales que deban publicarse o difundirse por mandato legal.

ARTÍCULO 16

1. La Unidad Administradora llevará el registro de las campañas de Comunicación

**REGLAMENTO EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL ORGANISMO
PÚBLICO LOCAL ELECTORAL**

Social que cada Unidad Administrativa prevé realizar, las vigencias generales, los montos del techo presupuestal y la inversión que representarán en el marco de su programación.

2. Salvo los mensajes extraordinarios, la Unidad Administradora no autorizará solicitudes de campañas que hayan iniciado su difusión, por lo que las unidades administrativas deben considerar los tiempos del procedimiento de autorización para llevar a cabo la planeación de sus campañas, mismos que se establecerán en el Manual en Materia de Comunicación Social.

3. Cada solicitud de campaña registrada deberá contener, por lo menos:

- a) Los tipos de medios de comunicación a utilizar;
- b) Los recursos a erogar; y
- c) Los requisitos adicionales que establezca la Unidad Administradora de conformidad con las disposiciones que para tal efecto emitan en el marco de sus respectivas competencias.

ARTÍCULO 17

1. El Consejo General aprobará la estrategia de Comunicación Social, el Programa Anual de Comunicación Social, las campañas de Comunicación Social, así como los tipos de medios de comunicación que, de manera equitativa e igualitaria, realizarán dichas campañas y los montos destinados a cada una de ellas, a recomendación de la Junta General.

TÍTULO CUARTO

De la Estrategia y Programa Anual de Comunicación Social

CAPÍTULO ÚNICO

De su elaboración y aprobación

ARTÍCULO 18

1. La Unidad Administradora elaborará el Programa Anual de Comunicación Social, con la integración de las campañas a fin de que se lleven a cabo bajo los principios a los que se hace referencia el artículo 4 del presente Reglamento, las leyes, la Constitución Federal y la Constitución Local, para ser remitido para su aprobación por la Junta General, siempre y cuando se cuente con suficiencia presupuestal.

**REGLAMENTO EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL ORGANISMO
PÚBLICO LOCAL ELECTORAL**

2. Para la elaboración del Programa Anual de Comunicación Social, la Unidad Administradora considerará las temáticas de las campañas propuestas por las unidades administrativas, a efecto de dar cumplimiento a la estrategia.

ARTÍCULO 19

1. El Programa Anual de Comunicación Social, comprenderá el conjunto de campañas de Comunicación Social a difundirse en el ejercicio fiscal respectivo, mismas que estarán encaminadas al cumplimiento del objetivo institucional y de los principios rectores, y que deberá incluir:

- a) Mensajes sobre programas y actividades;
- b) Acciones; y
- c) Mensajes tendentes a estimular acciones de la ciudadanía para promover la cultura democrática, los mecanismos de democracia directa, paridad de género y la inclusión.

ARTÍCULO 20

1. En la ejecución de los programas anuales de Comunicación Social, las unidades administradoras deberán vigilar que:

- a) Las campañas de Comunicación Social tengan relación directa con las atribuciones y facultades del OPLE;
- b) Los recursos a utilizar sean proporcionales a los objetivos de la campaña;
- c) Las herramientas y medios utilizados para la difusión de la campaña sean seleccionados de manera efectiva a fin de que la hagan llegar al público al que vaya dirigida;
- d) Haya objetivos claros y precisos para comunicar;
- e) Se establezcan metas de resultados y procedimientos de evaluación de las campañas de Comunicación Social; y
- f) Tengan un carácter institucional con fines informativos y educativos.

ARTÍCULO 21

1. La Estrategia Anual de Comunicación Social, para efecto de la difusión de mensajes sobre la promoción de la cultura democrática y temas electorales de relevancia, deberá contener:

- a) Misión y visión oficiales del OPLE;
- b) Objetivos institucionales y objetivo de la estrategia;
- c) Metas estatales o estrategias transversales relacionadas con los objetivos

**REGLAMENTO EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL ORGANISMO
PÚBLICO LOCAL ELECTORAL**

- señalados en la fracción anterior, establecidas en el POA del OPLE; y
- d)** Temas específicos derivados de los objetivos estratégicos o transversales que abordarán en las campañas del Programa Anual de Comunicación Social.

TÍTULO QUINTO

**De la vigilancia y control de
la contratación de
Comunicación Social**

CAPÍTULO I

Del padrón de medios de comunicación

ARTÍCULO 22

1. Los medios de comunicación que pretendan participar en la difusión de campañas de Comunicación Social a la que se refiere el presente Reglamento, deberán estar inscritos previamente en el padrón de proveedores del OPLE; en los padrones nacional y estatal, para el caso de medios impresos; y padrón estatal en el caso de medios digitales.
2. De lo anterior, se exceptúan la radio y televisión, dado que los tiempos en esos medios, son administrados directamente por el INE.

ARTÍCULO 23

1. Para obtener el registro en el padrón de proveedores del OPLE, se requiere, para las personas físicas:
 - a) Copia certificada del acta de nacimiento;
 - b) Copia fotostática cotejada de identificación oficial vigente;
 - c) Copia fotostática cotejada de la cédula de identificación fiscal como contribuyente ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público;
 - d) Copias fotostáticas cotejadas de las últimas declaraciones de impuestos, la anual del último ejercicio fiscal inmediato anterior y mensual de los últimos dos meses anteriores al mes en que se solicita el registro;
 - e) Copia fotostática cotejada del comprobante de domicilio con antigüedad máxima de dos meses;
 - f) Datos bancarios: nombre del banco, clabe bancaria y número de cuenta;
 - g) Currículum del negocio o empresa;
 - h) Copia de la acreditación del dominio de la página Web, vigente;
 - i) Carta responsiva para proveedores de bienes y prestadores de servicios;
 - j) Dos fotografías tamaño infantil;
 - k) Fotografías de las oficinas, matriz o fábrica; y
 - l) Opinión de cumplimiento de las obligaciones fiscales, emitida por el Servicio

**REGLAMENTO EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL ORGANISMO
PÚBLICO LOCAL ELECTORAL**

de Administración Tributaria, con antigüedad no mayor a 30 días.

2. Para obtener el registro en el padrón de proveedores del OPLE, se requiere, para las personas morales:

- a) Copia fotostática cotejada del acta constitutiva de la sociedad debidamente inscrita en el Registro Público de la Propiedad;
- b) Copia fotostática cotejada de la cédula de identificación fiscal como contribuyente ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público;
- c) Copia fotostática cotejada del poder general o especial a favor del representante Legal, otorgado ante la fe de notario público, debidamente inscrito en el Registro Público de la Propiedad para intervenir en los procedimientos a que estos lineamientos se refieren, en nombre y representación del poderdante;
- d) Copias fotostáticas cotejadas de las últimas declaraciones de impuestos, la anual del último ejercicio fiscal inmediato anterior y mensual de los últimos dos meses anteriores al mes en que se solicita el registro;
- e) Copia fotostática cotejada del comprobante de domicilio, con antigüedad máxima de dos meses;
- f) Datos bancarios: nombre del banco, clabe bancaria y número de cuenta;
- g) Currículum del negocio o empresa;
- h) Copia de acreditación del dominio de la página Web, vigente;
- i) Carta responsiva para proveedores de bienes y prestadores de servicios;
- j) Dos fotografías tamaño infantil del representante legal;
- k) Fotografías de las oficinas, matriz o fábrica; y
- l) Opinión de cumplimiento de las obligaciones fiscales, emitida por el Servicio de Administración Tributaria, con antigüedad no mayor a 30 días.

3. Para el caso de medios impresos, ya sean personas físicas o personas morales, se requiere de la presentación del registro vigente ante el Padrón Nacional ante la Secretaría de Gobernación, así como del Padrón Estatal, vigentes.

4. Cumplidos los requisitos anteriormente citados, se otorgará el registro respectivo, asignándole el número correspondiente.

5. El registro, actualización y renovación anual serán gratuitos. Para efectos de aquellas personas físicas y/o morales, que ya se encuentren registradas en el Padrón de Proveedores del OPLE, deberán sólo proporcionar la documentación faltante de acuerdo con los requisitos establecidos en el presente capítulo.

ARTÍCULO 24

1. Los medios de comunicación que pretendan su ingreso al padrón de proveedores, no deben encontrarse inhabilitados por la Secretaría de la Función Pública, la Contraloría General del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave o cualquier otro ente con facultades para ello.

ARTÍCULO 25

1. El empadronamiento de los medios de comunicación en ningún caso, por ese sólo hecho, implicará la obligación de contratación por parte del Organismo.

ARTÍCULO 26

1. La DEA es la unidad administrativa responsable del registro y control del padrón de proveedores, de conformidad con el Reglamento General de Administración del OPLE.

CAPÍTULO II De la vigilancia y control de la contratación de Comunicación Social

ARTÍCULO 27

1. La DEA remitirá al Órgano Interno de Control del OPLE y al Órgano de Fiscalización Superior del Estado de Veracruz, dentro de los primeros diez días hábiles siguientes a la terminación de cada mes, la información de las erogaciones referidas a gasto en Comunicación Social.

2. Cada informe deberá contener lo siguiente:

- a) Partida de gasto afectada;
- b) Fecha de la erogación;
- c) Descripción del servicio contratado;
- d) Unidad de medida;
- e) Cantidad (número de unidades de medida contratadas);
- f) Costo, tarifa o cuota unitaria contratada;
- g) Monto total erogado (incluido el Impuesto al Valor Agregado); y
- h) Nombre de la persona física o moral contratada y su Registro Federal de Contribuyentes.

CAPÍTULO III De los informes

ARTÍCULO 28

1. El OPLE deberá poner a disposición del público y mantener actualizada, la

**REGLAMENTO EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL ORGANISMO
PÚBLICO LOCAL ELECTORAL**

información, sobre el monto destinado a gastos relativos a campañas de Comunicación Social desglosada por tipo de medio, proveedores, número de contrato y concepto o campaña y montos, de conformidad con la legislación aplicable.

ARTÍCULO 29

1. El Consejo General deberá aprobar e incorporar un informe semestral sobre el gasto en publicidad oficial en su portal de transparencia, que por lo menos contenga:

- a) Recursos presupuestarios para campañas de Comunicación Social;
- b) Proveedores catalogados por tipos de medios;
- c) Contratación concertada hasta el momento, con número de contrato; y
- d) Pago realizado a los medios de comunicación.

ARTÍCULO 30

1. El OPLE informará trimestralmente al Congreso del Estado, respectivamente, sobre la ejecución de los programas y actividades en materia de Comunicación Social.

2. Dichos informes serán elaborados por la Unidad Administradora y deberán contener, al menos, lo siguiente:

- a) Monto total erogado por el OPLE en materia de Comunicación Social;
- b) Empresas prestadoras de los servicios; y
- c) Descripción e imagen de propaganda contratada.

**CAPÍTULO IV
De la revisión y fiscalización**

ARTÍCULO 31

1. De conformidad con el artículo 66 APARTADO A, inciso d) de la Constitución Local, el Órgano Interno de Control llevará a cabo la fiscalización de todos los ingresos y egresos del organismo.

ARTÍCULO 32

1. La revisión y fiscalización de los recursos públicos en materia de Comunicación Social se realizará a través del Órgano de Fiscalización Superior del Estado, en términos de lo dispuesto por la Ley de Fiscalización Superior y Rendición de cuentas del Estado de Veracruz de Ignacio de la Llave.

**REGLAMENTO EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL ORGANISMO
PÚBLICO LOCAL ELECTORAL**

**TÍTULO SEXTO
De lo no previsto**

**CAPÍTULO ÚNICO
Lo no previsto**

ARTÍCULO 33

1. Lo no previsto en el presente Reglamento, será determinado por la Junta General o en su caso, por el Consejo General.

TRANSITORIOS

ARTÍCULO PRIMERO. El presente Reglamento en Materia de Comunicación Social del Organismo Público Local Electoral entrará en vigor y surtirá sus efectos, al día siguiente de su aprobación por el Consejo General del Organismo Público Local Electoral del Estado de Veracruz.

ARTÍCULO SEGUNDO. A partir de la entrada en vigor del presente Reglamento se abrogan los Lineamientos en Materia de Comunicación Social del Organismo Público Local Electoral Del Estado De Veracruz, aprobados mediante Acuerdo OPLEV/CG074/2019, así como su Manual en Materia de Comunicación Social, que es el anexo 1 del citado acuerdo; por el Consejo General del Organismo Público Local Electoral del Estado de Veracruz, el 30 de agosto de 2019.

ARTÍCULO TERCERO. Se expide el Manual en Materia de Comunicación Social, como anexo al Reglamento en Materia de Comunicación Social del Organismo Público Local Electoral.

ARTÍCULO CUARTO. Publíquese en la Gaceta Oficial del Estado de Veracruz y en la página oficial del Organismo Público Local Electoral del Estado de Veracruz.

Este Reglamento fue aprobado por el Consejo General el dieciséis de octubre del año dos mil veinte, mediante Acuerdo **OPLEV/CG162/2020**.