

FUNCIONES

Puesto: Coordinación de Comunicación Social

- Elaborar un Programa Anual de Comunicación Social con base en lo establecido en la Ley General de Comunicación Social y demás ordenamientos aplicables;
- Establecer estrategias de comunicación social para la difusión planificada de las actividades, programas y servicios institucionales en medios de comunicación masiva y redes sociales;
- Promover periódicamente campañas integrales de difusión e información sobre retos y desafíos, acuerdos y compromisos, acciones y programas, eventos y servicios, logros y resultados del Gobierno de la Alcaldía;
- Verificar y aprobar el uso adecuado de la imagen institucional por parte de todas las áreas de la Alcaldía, al difundir sus propias actividades, así como en sus eventos;
- Organizar los contenidos audiovisuales referentes a actividades, acciones, firma de acuerdos y convenios con otras instituciones, audiencias públicas y giras de trabajo de los servidores públicos en la demarcación territorial que se encuentran integrados en las redes sociales de la Alcaldía con textos y fotografías de los hechos más relevantes;
- Establecer una relación adecuada con sus habitantes y los medios de comunicación para mantener informada a la ciudadanía sobre las actividades de la Alcaldía
- Observar en el ejercicio del gasto público en materia de Comunicación Social los siguientes principios rectores:
 - a. La eficacia, en uso de los recursos públicos;
 - b. La eficiencia, de los recursos públicos destinados a la contratación o gasto de Comunicación Social;
 - c. La economía y racionalidad presupuestaria, que comprende la administración prudente de los recursos destinados a la Comunicación Social;
 - d. La transparencia y máxima publicidad, garantizándose el acceso a toda información relacionada con la contratación y manejo de recursos públicos 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 y otras disposiciones jurídicas aplicables;
 - e. La honradez, que comprende el manejo de recursos públicos conforme a las leyes y otras disposiciones jurídicas aplicables, que justifique la contratación, sujetándose a criterios de calidad cumpliendo los propósitos de la Comunicación Social;
 - f. La 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, precandidatos y candidatos;
 - g. La institucionalidad, en virtud de sus fines informativos, educativos o de orientación social;

[Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large 'g' and 'mi', and a large 'X' at the bottom.]



- h. La necesidad, de comunicar los asuntos públicos a la sociedad para su información y/o atención;
- i. La congruencia, entre el contenido del mensaje, el objetivo de comunicación y la población objetivo, y
- j. La veracidad de la información que se difunde.

Adicionalmente, deberá atender al respeto a la libertad de expresión y al fomento del acceso ciudadano a la información; y debe contribuir a fomentar la igualdad entre hombres y mujeres, respetará la diversidad social y cultural de la Nación; y

- Colaborar en el cumplimiento a las obligaciones que la Ley General de Comunicación Social le imponen a la Alcaldía.

 S