

ACUERDO que modifica el similar por el que se establecen los Lineamientos de Comunicación Social del Poder Ejecutivo del Estado de Querétaro para el Ejercicio Fiscal 2023, publicado en el Periódico Oficial "La Sombra de Arteaga" el 27 de diciembre del 2022.

Lic. Ginette Amieva Lavigne, Titular de la Unidad de Comunicación Social Poder Ejecutivo del Estado de Querétaro, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 134 párrafo octavo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 5 último párrafo, 25, 28, 30 y Tercero Transitorio de la Ley General de Comunicación Social y 4 párrafo cuarto de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Querétaro, y

CONSIDERANDO:

Que el 27 de diciembre de 2022 fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el DECRETO por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley General de Comunicación Social y de la Ley General de Responsabilidades Administrativas.

Que en dicho Decreto se contemplan reformas que requieren de una armonización por parte de los Entes Públicos Obligados por la Ley General de Comunicación Social y que, para ello, contarán con un plazo máximo de 120 días hábiles siguientes a su entrada en vigor.

Que el acceso a la información es un derecho humano protegido por nuestra carta magna y por tanto cualquier ente gubernamental está obligado a informar a la ciudadanía sobre sus actuaciones, programas y logros.

Que la rendición de cuentas de los entes gubernamentales es parte del derecho humano al acceso a la información y que la difusión del quehacer gubernamental se puede difundir a través de medios de comunicación.

Que la presente administración está comprometida en el cumplimiento normativo y se apega al estado de derecho, respetando en todo momento el principio de la legalidad.

Que es importante establecer claridad en las normas locales en materia de comunicación social y armonizar todas las leyes que impliquen que la sociedad queretana este oportuna y eficazmente informada.

Que esta claridad permitirá a los funcionarios públicos de los entes que integran el Ejecutivo Estatal difundir información apegados al principio de la legalidad.

Que es por ello que se requiere realizar la siguiente actualización los lineamientos de Comunicación Social del Poder Ejecutivo del Estado de Querétaro para el Ejercicio Fiscal 2023 publicado en el Periódico Oficial "La Sombra de Arteaga" el pasado 27 de diciembre del 2023.

Por lo anterior se hace necesaria la presente reforma a fin de dar cumplimiento a lo mandado por la Ley General de Comunicación Social, y es así que se emite el presente:

ACUERDO que modifica diversas disposiciones del similar por el que se establecen los Lineamientos de Comunicación Social del Poder Ejecutivo del Estado de Querétaro para el Ejercicio Fiscal 2023, publicado en el Periódico Oficial "La Sombra de Arteaga" el 27 de diciembre del 2022.

ARTÍCULO PRIMERO. Se reforman, adicionan y derogan diversos artículos del Acuerdo para quedar como sigue:

ARTÍCULO 1.- Los presentes Lineamientos tienen por objeto establecer bases para la planeación, autorización, coordinación y evaluación de la estrategia, programas anuales y emitir las reglas de difusión, seguimiento y acceso a la información de las campañas de Comunicación Social que impliquen propaganda gubernamental, así como de los Mensajes Informativos o de atracción

turística de las dependencias y entidades que conforman el Poder Ejecutivo del Estado de Querétaro para el Ejercicio Fiscal 2023

Es por ello que, a lo largo...

De la I a la VI ...

ARTÍCULO 2.- Son sujetos obligados ...

Los titulares de las unidades administrativas de comunicación social en las dependencias y entidades deberán tener conocimiento transversal de todo el organismo al que represente, asegurarse que la información que se comunique en las campañas y mensajes informativos o de atracción turística, sea veraz, oportuna y de calidad; además, será el responsable del contenido que se emitan en favor de la dependencia o entidad y del correcto ejercicio de los recursos y la ejecución de los servicios de comunicación social.

Dichos titulares reportarán a los responsables de control y seguimiento de la Unidad de Comunicación Social las campañas o mensajes informativos o de atracción turística que se difundirán a lo largo del ejercicio fiscal.

ARTÍCULO 3.- La interpretación de estos Lineamientos para efectos administrativos, corresponde a la Unidad de Comunicación Social en su carácter de Unidad Administradora en el ámbito de sus respectivas atribuciones, según lo establecido en el cuarto párrafo del artículo 4 de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Querétaro.

ARTÍCULO 4.- Para efectos de los presentes Lineamientos, debe entenderse por:

I a II ...

III. Campaña de Comunicación Social: Las campañas que difunden el quehacer gubernamental, acciones o logros de Gobierno o estimulan acciones de la ciudadanía para acceder a algún beneficio o servicio público; así como aquellas que promueven la participación de la ciudadanía para el beneficio social y que son difundidas a través de medios masivos y/o alternativos de comunicación que tienen una finalidad propagandística;

IV AL XXV ...

XXV Bis. Mensaje Informativo o de atracción turística: Difusión de mensajes institucionales e información de interés público que garantiza el acceso al derecho humano a la información plural y oportuna consagrado en el artículo 6 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y en los artículos 2 primer y quinto párrafo de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Querétaro, sin fines propagandísticos o bien aquellos mensajes que tienen como fin cumplir lo establecido por el artículo 9 de la Ley General de Turismo y el artículo 2 de la Ley de Turismo del Estado de Querétaro.

XXVI al XLII...

XLIII. Unidad Administradora: La Secretaría Administradora establecida en términos del Artículo 4, cuarto párrafo de la Ley Orgánica de Poder Ejecutivo del Estado de Querétaro.

XLIV. Sistema: El Sistema de Planeación, Autorización y Seguimiento de Comunicación Social, plataforma informática, homóloga del Sistema de Información de Normatividad de Comunicación al que refiere la Ley, mismo que se encuentra a cargo de la Unidad Administradora mediante el cual se registran la Estrategia Anual y los Programas Anuales de Comunicación Social, a través de formatos preestablecidos, contraseñas de acceso y que tiene como objeto principal dar seguimiento al presupuesto.

XLV al LII ...

ARTÍCULO 6.- La Estrategia Anual de Comunicación Social elaborada por cada una de las dependencias y entidades será el insumo para que la Unidad Administradora realice la Estrategia del Poder Ejecutivo del Estado de Querétaro.

Cada dependencia ...

Las dependencias y entidades ...

Las estrategias deberán justificar ...

ARTÍCULO 7.- Las dependencias y ...

I. En la planeación de sus Programas Anuales de Comunicación Social, las dependencias y entidades deberán atender los siguientes criterios:

Del a) al e) ...

f) Que los contenidos impliquen propaganda gubernamental en los términos de la Ley.

II. El Programa debe ...

ARTÍCULO 8.- La Unidad Administradora, llevará a cabo reuniones con las diferentes dependencias y entidades a efecto de conocer los temas prioritarios y específicos que serán abordados tanto en las estrategias como en las campañas de comunicación social, y consolidará la información que servirá para la implementación de la difusión gubernamental.

Las dependencias y entidades deben presentar la Estrategia Anual y el Programa Anual correspondiente y enviarlas a la Unidad Administradora de manera electrónica en el Sistema a más tardar el 17 de febrero de 2023.

Una vez presentada la Estrategia Anual y el Programa Anual de manera electrónica, la Unidad Administradora emitirá las observaciones pertinentes el 24 de febrero del 2023 y en su caso, las autorizará. En caso de existir observaciones, las dependencias y entidades deberán solventarlas antes del día 27 de febrero del 2023.

Una vez autorizada la Estrategia Anual y el Programa Anual, las dependencias y entidades remitirán a la Unidad Administradora dichos documentos de forma impresa mediante oficio, firmados por su titular y por el titular de la unidad administrativa de comunicación social, a más tardar el 28 de febrero del 2023

Las dependencias o entidades cabezas de sector serán responsables de la elaboración de la Estrategia y Programa Anual de Comunicación Social de sus organismos sectorizados.

La Unidad Administradora no recibirá Estrategias Anuales y Programas Anuales fuera de los plazos aquí definidos, ya que el Programa Anual de Comunicación Social deberá entregarse al Congreso Local a más tardar el 31 de marzo de 2023.

ARTÍCULO 14.- Las entidades del Poder Ejecutivo, al momento de presentar de manera electrónica en el Sistema la Estrategia y el Programa Anual de Comunicación Social, deberán adjuntar su presupuesto total aprobado por la Junta de Gobierno respectiva, para verificar el límite presupuestal señalado por el tercer párrafo del artículo 26 de la Ley.

En caso de no encontrarse aprobado dicho presupuesto por la Junta de Gobierno respectiva, se tomará como tal las transferencias publicadas en el Presupuesto de Egresos del Estado de Querétaro.

ARTÍCULO 15.- Las dependencias y entidades que no cuenten con la autorización de la Estrategia Anual y Programa Anual emitida por la Unidad Administradora no pueden llevar a cabo difusión de campañas, siendo la única excepción el registro de Toma de Nota.

La solicitud de la Toma de Nota deberá ser enviada por el titular de la unidad administrativa de comunicación social en las dependencias y entidades, mediante oficio a la Unidad Administradora; quién podrá autorizarla o rechazarla.

ARTÍCULO 16.- Cuando las entidades o el Fideicomiso Promotor del Turismo en el Estado de Querétaro (FIPROTUR), requieran hacer una modificación al Programa o campañas, deberán solicitarlo a la Unidad Administradora, de manera impresa y electrónica en el Sistema en el cual se realizará la autorización correspondiente.

ARTÍCULO 17.- La Unidad Administradora autorizará únicamente aquellas solicitudes de cancelación que estén acompañadas de una justificación amplia y detallada con las razones que la motivan.

En caso de cancelación de campaña, las dependencias y entidades deben enviar la solicitud correspondiente a la Unidad de Comunicación Social con una anticipación de 20 días hábiles, acompañada de una justificación amplia y detallada con las razones que la motivan. Si en el Sistema Público existe recurso ejercido para la Campaña, el trámite de cancelación no podrá efectuarse; sin embargo, la Unidad Administradora podrá decidir suspender la campaña

ARTÍCULO 18.- En caso de incremento ...

La Unidad Administradora debe valorar que la justificación esté dentro de los supuestos establecidos en el Presupuesto de Egresos para el Ejercicio Fiscal 2023. Para el caso de las entidades, éstas deben realizar el trámite de incremento presupuestal ante su área administrativa y deben verificar que la asignación de recursos la realice dicha entidad en la partida de gasto que corresponda.

ARTÍCULO 20.- Cada dependencia o entidad con presupuesto de difusión en comunicación social, deberá integrar en el brief legal las etapas con las vigencias de inicio de las campañas que serán los temas específicos.

Por cada campaña autorizada, la Unidad Administradora deberá emitir el oficio correspondiente previo al inicio de la campaña, haciéndolo del conocimiento a la dependencia o entidad que corresponda.

El brief operativo será el documento mediante el cual las dependencias y entidades deberán solicitar, a la Unidad Administradora, la difusión de los temas específicos que se convertirán en campañas que difundan el quehacer gubernamental, logros, obras o medios por los cuales la población puede acceder a los bienes o servicios que previamente fueron registrados en el Programa, conforme a lo dispuesto por el artículo 29 de la Ley.

Previo al inicio de las campañas, la Unidad Administradora determinará aquellas en las que requiera más información o materiales, para lo cual emitirá los formatos de información y los enviará a las dependencias y entidades para su requisición.

ARTÍCULO 21.- Las dependencias y entidades...

El Plan de Medios de Comunicación no debe sufrir variaciones sin la autorización previa de la Unidad Administradora, toda vez que obedece a una planeación estratégica derivada del Programa Anual de la dependencia o entidad.

ARTÍCULO 22.- La Unidad Administradora podrá solicitar a las dependencias o entidades incorporar, suspender o cancelar campañas conforme a las prioridades gubernamentales, o bien por la inexistencia de la necesidad planteada originalmente en la campaña. En estos casos, el presupuesto de dichas campañas podrá ser redistribuido a otras, o en su caso, otras campañas podrán disminuir su presupuesto para incluirlo en las nuevas campañas planteadas por la Unidad Administradora.

ARTÍCULO 23.- La Unidad Administradora no autorizará solicitudes de campañas que hayan iniciado su difusión, por lo que las dependencias y entidades deben realizar la solicitud de incorporación de una nueva campaña, cuyo tiempo de autorización será de 20 días hábiles.

En caso de incumplir con la presente disposición, las dependencias y entidades estarán sujetas a las responsabilidades que establecen las disposiciones jurídicas que resulten aplicables y la Unidad Administradora podrá llevar a cabo la suspensión de la campaña iniciada o bien solicitar a la entidad su suspensión.

ARTÍCULO 24.- La Unidad Administradora podrá realizar el ajuste al plan de medios presentado por la dependencia o entidad de acuerdo con sus necesidades.

Asimismo, podrá solicitar a los titulares de las unidades administrativas de comunicación social, los materiales o los temas que se requieran para la difusión de las campañas de comunicación social.

ARTÍCULO 25.- Por ningún motivo las dependencias y entidades pueden difundir campañas sin apegarse al plan de medios autorizado o, en su caso, a la modificación correspondiente debidamente autorizada por la Unidad Administradora de conformidad con lo señalado en los presentes Lineamientos.

ARTÍCULO 26.- La Unidad Administradora clasificará y priorizará las campañas que considere de acuerdo con la alineación estratégica y el cumplimiento del objetivo de comunicación social; de igual manera definirá aquellas campañas que ejecutará directamente.

ARTÍCULO 30. El registro del mensaje extraordinario debe solicitarse a la Unidad Administradora justificando las razones de su emisión, anexando escrito con los motivos que originaron el mensaje y la muestra de materiales a difundir, así como la aprobación de materiales otorgada por el funcionario responsable de la Unidad Administradora.

La dependencia o entidad podrá remitir la solicitud de emisión de un mensaje extraordinario a la Unidad Administradora ya sea un día antes o incluso el mismo día de su difusión. La Unidad Administradora será la encargada de registrar las órdenes de servicios a los medios de comunicación para que difundan los contenidos.

Para el cumplimiento del artículo anterior, la Unidad Administradora deberá tener contratos previamente establecidos con los medios de comunicación en los términos que establezca la Ley de Adquisiciones, Enajenaciones, Arrendamientos y Contratación de Servicios del Estado de Querétaro.

La justificación a la que se refiere el primer párrafo de este artículo debe contener al menos la siguiente información:

- I. Descripción de la situación por la que se considera como emergente;

- II. Razones fundadas y motivadas por las que la situación considerada emergente hacía imposible la planeación del mensaje;
- III. Propuesta del plan de medios a utilizar, mismo que será considerado por la Unidad Administradora, siendo esta quién determine dicho plan.
- IV. Firma del titular de la dependencia o entidad, así como del titular de la unidad administrativa de comunicación social. Los titulares de las dependencias y entidades serán responsables de la emisión de los mensajes extraordinarios.

ARTÍCULO 31.- La difusión de este mensaje sólo puede realizarse mientras subsistan las causas que le dieron origen, por lo cual los medios seleccionados deben ser los adecuados o acordes a la temporalidad.

En estos casos, en virtud de tratarse de una contingencia y en los casos de mensaje informativo y de atracción turística, la Unidad Administradora o la unidad administrativa de la entidad correspondiente, podrá utilizar el presupuesto que tenga disponible en las partidas de servicios de comunicación social y publicidad a las que refiere el clasificador por objeto del gasto independientemente del centro gestor al que este asignado el presupuesto.

ARTÍCULO 31 BIS.- Tratándose de mensajes para atender situaciones de carácter contingente, emergente o coyuntural referidos en los artículos 18 y 31 de la Ley y 29 de estos Lineamientos, la Unidad Administradora o la unidad administrativa de la entidad podrá ordenar la prestación de servicios, de manera previa a la celebración del contrato, mismo que se formalizará tan pronto se cuente con los elementos necesarios para tal efecto, no pudiendo exceder este plazo de veinte días hábiles. En estos casos, la contratación deberá sujetarse a las cantidades o conceptos estrictamente necesarios para afrontar la eventualidad.

Los pagos derivados de las contrataciones de carácter contingente, emergente o coyuntural no podrán ser realizados sin contar con el expediente de contratación debidamente integrado y el contrato formalizado.

ARTÍCULO 32.- Durante el proceso de planeación se debe procurar la vinculación de las Campañas de las distintas dependencias y entidades que consideren temas afines o líneas estratégicas compartidas, señalando debidamente la o las dependencias y, en su caso, la o las entidades que actúan como Coemisoras. La Unidad Administradora debe coordinar y dar seguimiento a la vinculación de esfuerzos comunicacionales con base en los Programas recibidos.

Las entidades y el Poder Ejecutivo deberán pagar las facturas que amparen los testigos que la Unidad Administradora valide y estén de acuerdo con el presupuesto que se haya asignado a la campaña en coemisión para cada ente.

ARTÍCULO 34.- Las entidades y el Fideicomiso Promotor del Turismo en el Estado de Querétaro (FIPROTUR), registrarán en el Sistema Público así como en el Sistema, dentro de los 7 días naturales siguientes a la terminación de cada mes, la información establecida por el artículo 33 de la Ley, misma que deberá estar desglosada por partida presupuestal que afecte el gasto en comunicación

social, y la cual deberá transmitirse al Sistema Público que al efecto emita la Secretaría de la Contraloría.

La Unidad Administradora será la encargada de realizar el registro a que se refiere el párrafo anterior respecto del gasto realizado por las dependencias en materia de servicios de comunicación social.

Con la finalidad de dar cumplimiento al párrafo anterior, la Unidad Administradora podrá crear una interfaz entre el Sistema y el Sistema Público.

ARTÍCULO 35.- Las dependencias y entidades que realicen erogaciones correspondientes al ejercicio fiscal anterior deben enviar por escrito a la Unidad Administradora las obligaciones contraídas, devengadas, contabilizadas y autorizadas que no fueron liquidadas en el ejercicio correspondiente.

ARTÍCULO 36.- La Unidad Administradora deberá dar seguimiento presupuestal a las campañas y/o mensajes informativos o de atracción turística a través del Sistema en la cual determinará el gasto presupuestado, ordenado y pagado de cada una de ellas y tener la trazabilidad de los ajustes o modificaciones del Programa Anual.

Las dependencias y entidades que cuenten con recursos con cargo al presupuesto estatal bajo la modalidad de Gasto Social estarán obligadas a registrar en el Sistema la Modificación al Programa Anual en el brief legal correspondiente, las órdenes de servicio, inserción o transmisión, facturas y montos totales erogados a más tardar dentro de los 5 días posteriores a la emisión, recepción y/o realización de estos.

ARTÍCULO 37.- La Unidad Administradora pondrá a disposición de la ciudadanía en el portal de transparencia del Poder Ejecutivo del Estado de Querétaro, la información que solicita el artículo 40 de la Ley.

ARTÍCULO 38.- La Unidad Administradora será la encargada de integrar la información enviada por las dependencias y entidades para el informe semestral sobre el gasto en publicidad oficial al que se refiere el artículo 41 de la Ley, el cual estará disponible en el portal de transparencia del Poder Ejecutivo del Estado de Querétaro.

ARTÍCULO 39.- Para efecto de dar cumplimiento al artículo 42 de la Ley, la Unidad Administradora integrará la información enviada mensualmente conforme al artículo 34 de los presentes lineamientos.

ARTÍCULO 40. A más tardar en la primera quincena de marzo, la Unidad Administradora remitirá al Poder Legislativo el Programa Anual Estatal de Comunicación Social que integrará de manera desglosada las campañas programadas por dependencia y entidad, así como el presupuesto previsto a erogar.

ARTÍCULO 41.- El gasto en materia de comunicación social...

Para efecto de lo anterior, la Unidad Administradora, a través de la Coordinación de Comunicación Social, la Subcoordinación de Mercadotecnia Social y la Subcoordinación de Servicios Administrativos, deberán elaborar la matriz de asignación de medios, que permita visualizar la estrategia de contratación que considere correcta para la ejecución del Programa Anual de

Comunicación Social, en los términos del artículo 22 BIS de la Ley de Adquisiciones, Enajenaciones, Arrendamientos y Contratación de Servicios del Estado de Querétaro.

Dicha matriz de asignación de medios será integrada y administrada la Subcoordinación de Servicios Administrativos y deberá contemplar todo el presupuesto en las partidas de servicios de comunicación social y publicidad del clasificador por objeto del gasto aprobado por la legislatura para el ejercicio fiscal 2023.

La matriz de asignación de medios puede ser actualizada de acuerdo a las necesidades de contratación que requiera la Unidad Administradora, ya sea para cumplir a cabalidad el Programa Anual de Comunicación Social o bien para atender las situaciones de carácter contingente o los mensajes informativos o de atracción turística.

ARTÍCULO 42.- Adicionalmente a los principios rectores y criterios de aplicación de gasto dispuestos por la Ley, la Unidad Administradora considerará para la contratación de las siguientes reglas de asignación:

- I. **Población Objetivo:** Conjunto específico de individuos con características psicográficas (gustos, hábitos, costumbres, idiosincrasia o comportamiento de las personas) y sociodemográficas (edad, sexo, lugar de residencia y nivel socioeconómico) a quienes está dirigido un mensaje;
- II. **Audiencias:** Que potencialmente puedan satisfacer las necesidades y expectativas solicitadas en el servicio, debido a que cumple el estándar mínimo de aceptación;
- III. **Cobertura:** Alcance geográfico del medio de comunicación según las localidades específicas o regiones en las que se tenga proyectado que la información impacte potencialmente a su público residente;
- IV. **Equidad:** Otorgar la igualdad de oportunidad a los medios de comunicación con características análogas o en igualdad de circunstancias, analizando en este último caso sus posibles ventajas competitivas con imparcialidad;
- V. **Grado de especialidad:** Que se dedica a una temática específica, o bien que pretende atraer a un segmento de mercado específico, en razón a que su contenido lo desarrollan con un enfoque en la profundidad, metodología de investigación, recurso a fuentes expertas, necesidad de información complementaria a la propiamente periodística, orientación de audiencias segmentadas, uso de géneros textuales concretos con mayor profundidad y precisión y adecuación lingüística y con ello permite acceder a sus contenidos a un grupo específico;
- VI. **Frecuencia:** Periodicidad con la que se requiere difundir los contenidos de una campaña;
- VII. **Tarifas:** Precio competitivo del servicio otorgado;

Para que un proveedor sea adjudicado en los procedimientos de contratación, deberá cumplir con los criterios y reglas que le sean aplicables.

ARTÍCULO 43.- Derogado.

TÍTULO QUINTO

PROCEDIMIENTO Y CRITERIOS DE SELECCIÓN PARA LA CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ARTÍCULO 45.- Para contrataciones de servicios...

Para el caso de contratación de servicios de Comunicación ...

En el supuesto de contratación de ...

La dependencia o entidad responsable podrá proponer al o los proveedores que se adecúen a las necesidades para cumplir con tal proyecto, observando que cumplan con los principios rectores, criterios y reglas de asignación de medios y realizando la debida justificación sobre la idoneidad y conveniencia de la elección de dicho proveedor. Dicha entidad o dependencia fungirá como área usuaria y de supervisión y vigilancia del contrato respectivo, en el entendido que la responsabilidad en la ejecución de este tipo de recursos se sujeta a los términos del artículo 54 de la Ley para el Manejo de los Recursos Públicos del Estado de Querétaro; por lo que deberá llevar a cabo la validación de todos y cada uno de los entregables o productos que deriven de la contratación.

Los contratos que formalice el Poder Ejecutivo del Estado de Querétaro o sus entidades paraestatales en materia de servicios de comunicación social o publicidad, irán en función al presupuesto aprobado por la legislatura o bien por cada junta de gobierno.

ARTÍCULO 47.- La Subcoordinación de Servicios Administrativos a través de la Jefatura de Contratación de Medios con base en la matriz de asignación de medios, será la encargada de integrar el expediente de contratación que contendrá la solicitud de cotización al proveedor idóneo para ejecutar los servicios previstos en el anexo técnico específico, así como la documentación del proveedor que sustente que puede brindar los servicios de comunicación social requeridos.

Los proveedores deberán ...

Asimismo, la Coordinación ...

ARTÍCULO 48.- Una vez integrado el expediente, la Subcoordinación de Servicios Administrativos, a través de la Jefatura de Asuntos Jurídicos, elaborará el soporte y justificación de la contratación, que contendrá las características específicas de cada servicio requerido y la manera en que estas se relacionan con la adjudicación del recurso para el proveedor.

ARTÍCULO 50.- Una vez formalizados los contratos, la Coordinación de Comunicación Social a través del área de Seguimiento y Control, deberá ejecutar las órdenes de transmisión, de inserción o de servicio, previstas para cada una de las campañas o mensajes informativos o de atracción turística y será la encargada de recibir, evaluar y corroborar que los servicios de comunicación social sean ejecutados de acuerdo con las especificaciones requeridas. Dichas evidencias de cumplimiento y ejecución podrán almacenarse en el Repositorio Digital.

Una vez verificado el cumplimiento en tiempo...

Para el caso de contratación de servicios de Comunicación Social, con cargo al presupuesto del Fideicomiso Promotor del Turismo en el Estado de Querétaro (FIPROTUR), la Secretaría de Turismo a través de quien legalmente se encuentre facultado, deberá ejecutar las órdenes de transmisión, de inserción o de servicio, previstas para cada una de las campañas, mensajes informativos o de atracción turística correspondientes y será el área encargada de recibir, evaluar y corroborar que los servicios de comunicación social sean ejecutados de acuerdo a las especificaciones requeridas, para que pueda proceder al pago de las facturas correspondientes. Para los efectos legales a que haya lugar, así como para su comprobación ante la solicitud de cualquier ente fiscalizador, la Secretaría de Turismo integrará el expediente que se genere con motivo del seguimiento al cumplimiento del contrato.

En el supuesto de la contratación de servicios de Comunicación Social, con cargo al presupuesto de Gasto Social, la entidad o dependencia que haya tramitado el proyecto y en favor de quien se autorice, a través de quien legalmente se encuentre facultado, deberá ejecutar las órdenes de transmisión, de inserción o de servicio, previstas para cada una de las campañas, mensajes informativos o de atracción turística correspondientes y será el área encargada de recibir, evaluar y corroborar que los servicios de comunicación social sean ejecutados de acuerdo a las especificaciones requeridas, para que pueda proceder al pago de las facturas correspondientes. Para los efectos legales a que haya lugar, así como para su comprobación ante la solicitud de cualquier ente fiscalizador, la dependencia o entidad responsable integrará el expediente que se genere con motivo del seguimiento al cumplimiento del contrato, al ser el responsable directo de la ejecución y comprobación del recurso público destinado a la contratación.

ARTÍCULO 55.- La propaganda gubernamental y los mensajes informativos o de atracción turística que difundan las dependencias y entidades deberán identificarse perfectamente con la heráldica y los logotipos oficiales establecidos por la Unidad Administradora.

En el caso de la difusión de contenidos ...

ARTÍCULO 57.- En el alcance de sus facultades y objetivos comunicacionales, las dependencias y entidades deben promover mensajes y **contenidos** 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.

ARTÍCULO 58.- Las dependencias y entidades deben 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 sean **difundidos** en televisión.

ARTÍCULO 59.- La **Unidad** Administradora podrá suspender las campañas de publicidad a las que se refieren los artículos 22 y 23 de los presentes Lineamientos; por lo que en todos los contratos que suscriban la **Unidad** Administradora o la unidad administrativa de cada Ente Público responsable de regular el gasto en materia de comunicación social, deberán considerar la cláusula de suspensión a la que refiere el presente artículo.

En aquellos casos en los que las campañas sean realizadas y dirigidas directamente por las dependencias o entidades, la **Unidad** Administradora podrá solicitar la suspensión al organismo, quién tendrá un día hábil para dejar de emitir los contenidos.

Artículos Transitorios

Único. - El presente entra en vigencia el día de su publicación.

Dado en la Ciudad de Santiago de Querétaro, Querétaro, el 03 de marzo de 2023.

Ginette Amieva Lavigne

Titular de la Unidad de Comunicación Social del Poder Ejecutivo del Estado de Querétaro



OFICIO: UCS/SSA/060/2023

Asunto: Se solicita gestión ante la Comisión de la Mejora Regulatoria para publicación de reformas a Lineamientos de Comunicación Social.

Santiago de Querétaro, 13 de marzo del 2023.

Mtro. Alejandro Enrique Delgado Oscoy
Coordinador de Proyectos Interinstitucionales
y Enlace ante la Cemer.
P r e s e n t e.

Por este medio le saludo cordialmente, a la vez que con fundamento legal en el **artículo 30 fracción XX del Reglamento Interior de la Jefatura de Gabinete**, solicito de su valioso apoyo para gestionar ante el titular de la Comisión de Mejora Regulatoria del Estado de Querétaro, C.P. Pedro Paredes Reséndiz, la revisión del proyecto denominado: **"Acuerdo que modifica el similar por el que se establecen los Lineamientos de Comunicación Social del Poder Ejecutivo del Estado de Querétaro para el ejercicio fiscal 2023."**, emitido por la **Lic. Ginette Amieva Lavigne**, en ejercicio de las facultades que tiene como titular de la Unidad de Comunicación Social y Secretaría Administradora, según lo dispuesto en el **artículo 4 fracción X y 25 párrafo segundo de la Ley General de Comunicación Social y artículo 4 párrafo cuarto de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Querétaro**.

El mencionado proyecto de reforma no fue considerado en la Inscripción de la Agenda Regulatoria en razón de lo siguiente:

Se realiza para dar cumplimiento al artículo transitorio tercero del **"Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley General de Comunicación Social y de la Ley General de Responsabilidades Administrativas"** publicado el 27 de diciembre del 2022, que a la letra dice:

"Tercero. Los Entes Públicos, en un plazo máximo de 120 días hábiles siguientes a la entrada en vigor del presente Decreto, adecuarán conforme a éste, sus disposiciones legales y reglamentarias."

Además, se considera que dicho proyecto actualiza la excepción a la inscripción en la Agenda Regulatoria al tratarse de las señaladas en la **fracción III del artículo 60 de la Ley de Mejora Regulatoria del Estado de Querétaro**, que dispone:

"Artículo 60. El procedimiento relativo a la elaboración e inscripción de la Agenda Regulatoria ante la Autoridad de Mejora Regulatoria correspondiente, se exceptúa en los supuestos siguientes:

... III. Los Sujetos Obligados demuestren a la Autoridad de Mejora Regulatoria respectiva, que la expedición de la Propuesta Regulatoria no generará costos de cumplimiento; ..."

Lo expuesto se justifica dado que el ordenamiento mencionado continúa con los parámetros del original, al regular procesos internos y no generar cargas ni costos al ciudadano, al tratarse de una reforma a los **Lineamientos de Comunicación Social del Poder Ejecutivo del Estado de Querétaro para el ejercicio fiscal 2023**, publicados en el Periódico Oficial "La Sombra de Arteaga", el 27 de diciembre del 2022, y respecto del cual el Comisionado de Mejora Regulatoria, a través del **oficio SPPC/CMER/00361/2022, con número de control OCMR1222-41-R**, de fecha 20 de diciembre del 2022, determinó que no existía inconveniente para continuar con el procedimiento de autorización y publicación de los mencionados lineamientos, al haberse actualizado la excepción prevista en la fracción III del artículo 60 de la Ley de Mejora Regulatoria del Estado de Querétaro.

Sin otro asunto en particular, me despido de Usted, agradeciendo sus atenciones

Atentamente,

M. en A.P. Maricela Zárate García
Subcoordinadora de Servicios Administrativos
de la Unidad de Comunicación Social

C.c.p. Lic. Ginette Amieva Lavigne, Titular de la unidad de Comunicación Social. - Para su conocimiento.
Archivo

