



PROMULGACIÓN DE LOS LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL MUNICIPIO DE CORREGIDORA PARA EL EJERCICIO FISCAL 2020. APROBADOS EN FECHA 16/01/2020

El que suscribe M. en A. P. Roberto Sosa Pichardo, Presidente Municipal Constitucional de Corregidora, Querétaro, en ejercicio de las facultades que me confieren los artículos 17 fracción IX del Reglamento Interior del Ayuntamiento de Corregidora, Qro., y 149 de la Ley Orgánica Municipal del Estado de Querétaro, a los habitantes de este Municipio hace saber:

Que en ejercicio de la facultad reglamentaria concedida al Ayuntamiento por el artículo 115 fracción II de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 35 de la Constitución Política del Estado de Querétaro; 30, 146, 147 y 148 de la Ley Orgánica Municipal del Estado de Querétaro; 116, 117 y 118 del Reglamento Interior del Ayuntamiento de Corregidora, Qro.; el H. Ayuntamiento de Corregidora, Qro., aprobó en Sesión Ordinaria de Cabildo de fecha 16 (dieciséis) de enero del 2020 (dos mil veinte) el siguiente ordenamiento jurídico:

CONSIDERANDO:

1. Que de conformidad con lo dispuesto por el artículo 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 35 de la Constitución Política del Estado de Querétaro, los estados adoptan, para su régimen interior, la forma de gobierno republicano, representativo, democrático, laico y popular, teniendo como base de su división territorial y de su organización política y administrativa, el municipio libre.
2. En este sentido y atendiendo a lo previsto en la fracción I del artículo 115 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, los municipios serán gobernados por un Ayuntamiento, cuya competencia se ejercerá de manera exclusiva y no habrá autoridad intermedia alguna entre éste y el gobierno del Estado.
3. El artículo 5 del Reglamento Interior del Ayuntamiento de Corregidora, Qro., refiere que este H. Cuerpo Colegiado será el encargado de la administración y del gobierno municipal, para lo cual tiene las atribuciones de establecer y definir las acciones, criterios y políticas con que deban manejarse los asuntos y recursos del Municipio, así como para interpretar la legislación municipal y dictar las disposiciones generales o particulares que se requieran para el eficaz cumplimiento de sus fines.
4. Los artículos 115 fracción II de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 2, 30 fracción I, y 146 de la Ley Orgánica Municipal del Estado de Querétaro; 88 del Bando de Buen Gobierno del Municipio de Corregidora, Querétaro, y 3 del Reglamento Interior del Ayuntamiento de Corregidora, Qro., facultan al Ayuntamiento de Corregidora, Qro., para organizar la administración pública municipal, contar con sus propias autoridades, funciones específicas y libre administración de su hacienda, así como para emitir y aprobar disposiciones que organicen la administración pública municipal para regular las materias, procedimientos, funciones y servicios públicos de su competencia y aseguren la participación ciudadana y vecinal, ello a través de instrumentos normativos que contengan disposiciones administrativas de observancia general y obligatoria en el municipio.
5. Que el artículo 1° del Bando de Buen Gobierno del Municipio de Corregidora, Querétaro, establece en el Municipio de Corregidora, Querétaro, todas las personas gozarán de los derechos humanos reconocidos en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en los Tratados Internacionales de los que el Estado Mexicano sea parte y en la Constitución Política del Estado de Querétaro, destacando que todas las Autoridades Municipales, dentro del ámbito de su competencia, tienen la obligación de promover, respetar, proteger y garantizar los derechos humanos de conformidad con los principios de universalidad, interdependencia, indivisibilidad, progresividad y perspectiva de género.



PROMULGACIÓN DE LOS LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL MUNICIPIO DE CORREGIDORA PARA EL EJERCICIO FISCAL 2020. APROBADOS EN FECHA 16/01/2020

6. En términos de lo dispuesto por el artículo 117 del Reglamento Interior del Ayuntamiento de Corregidora, Qro., corresponde a este H. Cuerpo Colegiado la aprobación, reforma o abrogación de los Reglamentos, Decretos, Acuerdos y demás documentos que contengan disposiciones administrativas de observancia general.

7. Que la adecuación de la reglamentación municipal se encuentra prevista en los artículos 148 de la Ley Orgánica Municipal del Estado de Querétaro y 118 del Reglamento Interior del Ayuntamiento de Corregidora, Qro., lo cual obedece entre otros aspectos, a la modificación de las condiciones políticas y múltiples aspectos de la vida comunitaria, buscando la preservación de la autoridad institucional y propiciar el desarrollo armónico de la sociedad.

8. Que los artículos 29 y 34 del Reglamento Interior del Ayuntamiento de Corregidora, Qro., otorgan a las Comisiones la facultad para llevar a cabo el estudio, examen y resolución del presente asunto para someterlo a la consideración del Ayuntamiento para su aprobación, por lo cual sus integrantes fueron convocados, en consecuencia y con los argumentos esgrimidos en este instrumento, los razonamientos vertidos y con base en la legislación señalada, aprueban y ratifican el contenido del presente instrumento.

9. Que los artículos 5 último párrafo y 20 de la Ley General de Comunicación Social respectivamente hacen mención que en materia de Comunicación Social los Entes Públicos deberán observar los principios rectores y que de conformidad a lo establecido en el Presupuesto de Egresos respectivos en las leyes competentes en la materia, se emitirán anualmente los Lineamientos que contengan las reglas relativas a la difusión de las campañas de carácter industrial, comercial, mercantil y de promoción y publicidad que promuevan o publiciten la venta de productos o servicios que generan algún ingreso para el Municipio.

10. Que en fecha 08 de enero de 2020 se recibió por parte de la Dirección de Comunicación Social el oficio con número DCS/001/2020 signado por el Lic. Adolfo Colín Sánchez, Director de Comunicación Social, en el cual se remitió la propuesta inicial de los "Lineamientos de Comunicación Social del Municipio de Corregidora para el ejercicio fiscal 2020", con la finalidad de que fuera sometido a consideración del H. Ayuntamiento de Corregidora para su aprobación.

Por lo anteriormente expuesto, fundado y motivado, se somete a la consideración de este H. Ayuntamiento, la aprobación del siguiente:

ACUERDO

ÚNICO: Se aprueba los Lineamientos de Comunicación Social del Municipio de Corregidora para el Ejercicio 2020.

LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL MUNICIPIO DE CORREGIDORA PARA EL EJERCICIO FISCAL 2020.

TÍTULO PRIMERO DISPOSICIONES GENERALES Y ESPECIALES

CAPÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES



PROMULGACIÓN DE LOS LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL MUNICIPIO DE CORREGIDORA PARA EL EJERCICIO FISCAL 2020. APROBADOS EN FECHA 16/01/2020

ARTÍCULO 1.- Los presentes Lineamientos, son de observancia obligatoria en el Ejercicio Fiscal 2020 y tienen por objeto establecer las normas a que deberán sujetarse las secretarías y organismos descentralizados del Municipio de Corregidora, a fin de garantizar que el gasto en comunicación social respete las condiciones que establezcan el Ley General de Comunicación Social, Ley para el Manejo de los Recursos Públicos del Estado de Querétaro, y conforme al Presupuesto de Egresos del Municipio de Corregidora, Qro., para el ejercicio fiscal 2020, demás normatividad aplicable a la materia.

ARTÍCULO 2.- En la comunicación social de Corregidora se deberán observar y privilegiar los siguientes principios rectores, valores del código de ética y conducta del Municipio:

- I. Legalidad;
- II. Eficacia;
- III. Eficiencia;
- IV. Economía y Racionalidad Presupuestaria;
- V. Transparencia y máxima publicidad;
- VI. Honradez;
- VII. Objetividad e imparcialidad;
- VIII. Austeridad;
- IX. Institucionalidad;
- X. Necesidad;
- XI. Congruencia;
- XII. Control y rendición de cuentas, y
- XIII. Veracidad.

ARTÍCULO 3.- Artículo 3. Para efectos de los presentes Lineamientos, se entenderá por:

- I. **Administrador de claves:** Personal adscrito a las secretarías y descentralizados, comisionado para resguardar las claves de acceso al Sistema de Comunicación Social y que permiten identificar al emisor de una campaña;
- II. **Ajuste al programa:** Reasignación de recursos por tipo de medio y por campaña, y/o replanteamiento de vigencias que no afecten la estrategia, ni los techos presupuestarios autorizados;
- III. **Campaña (s):** Las campañas de comunicación social que difunden el quehacer, las acciones, estrategias o logros del Municipio de Corregidora, o propicien gestiones para que la sociedad acceda a los beneficios y servicios que brinda;
- IV. **Campaña extraordinaria:** Información relevante que las secretarías y descentralizados difunden a través de medios de comunicación respecto a una situación emergente o coyuntural, que, por no ser previsible, no fue incluida en el programa;
- V. **Coemisión:** Es la difusión de una campaña en la que participan de manera coordinada, con cargo a sus respectivos recursos presupuestarios, dos o más Entes Públicos que tienen temas afines o líneas de acción compartidas en el Plan Municipal de Desarrollo de Corregidora 2018-2021;



PROMULGACIÓN DE LOS LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL MUNICIPIO DE CORREGIDORA PARA EL EJERCICIO FISCAL 2020. APROBADOS EN FECHA 16/01/2020

- VI. Comité de Adquisiciones:** El Comité de Adquisiciones, Enajenaciones, Arrendamientos y Contratación de Servicios del Municipio de Corregidora;
- VII. Secretarías:** Las Secretarías señaladas en el Reglamento Orgánico del Municipio de Corregidora, Querétaro;
- VIII. Descentralizados:** Se hace referencia al Sistema Municipal para el Desarrollo Integral de la Familia del Municipio de Corregidora, Querétaro e Instituto Municipal de la Mujer de Corregidora, Querétaro;
- IX. Dirección de Comunicación Social:** Es el área que fungirá como Secretaría Administradora conforme al artículo 4 fracción X de la Ley General de Comunicación Social y será la encargada de prestar asistencia técnica y evaluación de las estrategias, programas y campañas de comunicación social del Municipio de Corregidora, así como emitir la planeación y evaluación de los programas anuales de comunicación social que se elaboren;
- X. Pago:** El recurso ejercido incluido el Impuesto al Valor Agregado y otros impuestos, erogados a favor del prestador del servicio o el contratante, en materia de Comunicación Social y que deberá ser registrado en Sistema de Comunicación Social;
- XI. Estrategia:** Instrumento de planeación que tiene como objeto expresar los temas prioritarios a ser difundidos de manera anual por el Municipio de Corregidora;
- XII. Ley General:** La Ley General de Comunicación Social;
- XIII. Medios de comunicación:** Aquellos que pueden ser captados simultáneamente por gran cantidad de individuos, tales como:
- a) Medio Complementario: Medio de comunicación alternativo a los medios electrónicos, digitales, impresos y/o en espacios públicos y privados, que impactan a sectores específicos de la población;
 - b) Medio Digital: Medio de comunicación cuyo contenido puede crearse, visualizarse, distribuirse, modificarse y preservarse desde un dispositivo electrónico que cuente con la tecnología necesaria y acceso a internet;
 - c) Medio Electrónico: Medio de comunicación que difunde contenidos a través de impulsos radioeléctricos;
 - d) Medio Impreso: El tipo de medio de comunicación que publica contenidos en forma escrita o ilustrada, como son textos o imágenes fijas; y
 - e) Medio Público: Las estaciones, canales o medios de difusión escrita que son emitidos o forman parte de la administración pública federal, estatal o municipal.



PROMULGACIÓN DE LOS LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL MUNICIPIO DE CORREGIDORA PARA EL EJERCICIO FISCAL 2020. APROBADOS EN FECHA 16/01/2020

- XIV. Modificación al programa:** Son las variaciones al programa previamente autorizado por la Dirección de Comunicación Social que implican modificación, cancelación o inclusión de campañas;
- XV. Padrón Nacional:** El Padrón Nacional de Medios de Comunicación;
- XVI. Plan de medios:** El conjunto de medios de comunicación necesarios para alcanzar a la población objetivo, en cumplimiento a los objetivos o metas establecidas en la campaña;
- XVII. Presupuesto de Egresos:** El Presupuesto de Egresos del Municipio de Corregidora, Querétaro para el ejercicio fiscal 2020;
- XVIII. Programa:** Al programa Anual de Comunicación Social que comprende el conjunto de campañas derivadas de la estrategia, encaminadas al cumplimiento de las acciones establecidas por las secretarías y descentralizados que coadyuvarán al logro de sus atribuciones, y que se costean con cargo a sus recursos presupuestarios dentro del ejercicio fiscal 2020;
- XIX. Recursos presupuestarios:** Presupuesto autorizado para gasto en materia de comunicación social a las secretarías o descentralizados, de conformidad con la normatividad aplicable y que es previamente autorizado por la Secretaría de Tesorería y Finanzas a través del oficio de suficiencia presupuestal o conforme a la disponibilidad financiera de las secretarías o descentralizados;
- XX. Secretaría de Control:** La Secretaría de Control y Evaluación del Municipio de Corregidora o el Órgano Interno de Control;
- XXI. Sistema de Comunicación Social:** Se refiere a la aplicación tecnológica en materia de comunicación social que integrará la información de las secretarías y descentralizados, relativo a la propuesta, autorización y erogación de las campañas y estrategia que se desarrollen en el Municipio de Corregidora;
- XXII. Módulo Público:** Se refiere a la parte del Sistema de Comunicación Social que es administrado por la Secretaría de Control y Evaluación, mediante el cual la Dirección de Comunicación Social realiza el registro y seguimiento del pago que realice en materia de Comunicación Social;
- XXIII. Módulo de Información de Normatividad de Comunicación:** Se refiere a la parte del Sistema de Comunicación Social a cargo de la Dirección de Comunicación Social en donde se efectúa el registro de los Programas Anuales de Comunicación Social y que señala el artículo 4 fracción XII de la Ley General;
- XXIV. Vigencia:** El tiempo que dura la difusión de cada campaña autorizado por la Dirección de Comunicación Social.



PROMULGACIÓN DE LOS LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL MUNICIPIO DE CORREGIDORA PARA EL EJERCICIO FISCAL 2020. APROBADOS EN FECHA 16/01/2020

ARTÍCULO 4.- Los presentes Lineamientos deberán ser de observancia general para las Secretarías y descentralizados, aun cuando las campañas no representen un gasto presupuestal o sean planeadas y ejecutadas por la Dirección de Comunicación Social.

CAPÍTULO II **DE LAS DISPOSICIONES ESPECIALES**

ARTÍCULO 5.- Los programas y campañas deberán elaborarse siempre preponderando lo siguiente:

- I. Fomentar el respeto de derechos humanos;
- II. Considerar un enfoque basado en perspectiva de género, buscando ser incluyentes y plurales, buscando la equidad e igualdad entre mujeres y hombres;
- III. Erradicar roles y estereotipos que fomenten cualquier forma de discriminación, violencia de género, violencia familiar, motivadas por origen étnico, nacional, género, edad, discapacidades, condición social, condición de salud, religión, opiniones, preferencias sexuales, estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas;
- IV. Promover la difusión y conocimiento de los valores, principios y derechos constitucionales;
- V. Promover campañas de turismo, educación, salud y protección civil, entre otras;
- VI. Informar a los ciudadanos de sus derechos y obligaciones legales, de aspectos relevantes del funcionamiento de los sujetos obligados, y de las condiciones de acceso y uso de los espacios y servicios públicos;
- VII. Cumplir con las obligaciones que en materia electoral establezca la legislación aplicable;
- VIII. Anunciar medidas preventivas de riesgos o que contribuyan a la eliminación de daños de cualquier naturaleza para la salud de las personas o el equilibrio ecológico y protección al ambiente, así como en materia de protección civil;
- IX. Difundir las lenguas nacionales y el patrimonio histórico de la Nación;
- X. Comunicar programas y actuaciones públicas, y
- XI. Otros establecidos en la normatividad aplicable.

ARTÍCULO 6.- Cuando en los contenidos de las campañas aparezcan cuestiones relativas a menores o adolescentes o estén dirigidos a éstos, deberá observarse además de las reglas de comunicación social de la Ley General, los Lineamientos Generales sobre la información y materiales para la difusión entre niñas, niños y adolescentes del Sistema de Protección a Niñas, Niños y Adolescentes del Estado de Querétaro, y demás normatividad aplicable en la materia.



PROMULGACIÓN DE LOS LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL MUNICIPIO DE CORREGIDORA PARA EL EJERCICIO FISCAL 2020. APROBADOS EN FECHA 16/01/2020

ARTÍCULO 7.- En función de sus contenidos o áreas de cobertura, se deberá gestionar la emisión del mensaje haciendo uso de la Lengua de Señas Mexicanas, cuando se trate de campañas de televisión y subtítulos en material audiovisual.

En comunidades con población indígena, se procurará que en las campañas se incluya la difusión en la lengua o las lenguas que correspondan y promuevan los derechos de los pueblos y mujeres indígenas.

ARTÍCULO 8.- Por ningún motivo el contenido de las campañas podrá incluir:

- I. Mensajes que impliquen un ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público;
- II. Incluyan mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los valores, principios y derechos constitucionales; e
- III. Inciten, de forma directa o indirecta, a la violencia o a comportamientos contrarios al ordenamiento jurídico.

ARTÍCULO 9.- En la difusión de las campañas además deberá garantizarse lo siguiente:

- I. Verificar que la información que se difunde sea veraz y oportuna;
- II. Contar con coherencia entre el contenido del mensaje, el objetivo de la comunicación y la población objetivo;
- III. Difundir las campañas conforme la programación establecida, y
- IV. Evaluar los resultados de las campañas conforme los indicadores establecidos en materia de Comunicación Social.

ARTÍCULO 10.- La comunicación social que difundan programas que otorguen subsidios o beneficios directos a la población, deberán incluir de manera visible o audible, la siguiente leyenda "Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el programa".

Para lo anterior, deberán considerarse las características de cada medio de comunicación.

En los casos de los programas de desarrollo social únicamente deberá incluirse la leyenda establecida en el artículo 28 de la Ley General de Desarrollo Social.

El informe anual de labores o gestión del Presidente Municipal en turno, así como los mensajes que para darlos a conocer que se difundan, no serán considerados como Comunicación Social, siempre que la difusión se limite a una vez al año con cobertura geográfica regional correspondiente al ámbito de responsabilidad del servidor público y no exceda de los 7 días anteriores y 5 posteriores a la fecha en que se rinda el informe.

En ningún caso la difusión de tales informes podrá tener fines electorales, ni realizarse dentro del periodo electoral conforme a la normatividad aplicable para ese efecto.



PROMULGACIÓN DE LOS LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL MUNICIPIO DE CORREGIDORA PARA EL EJERCICIO FISCAL 2020. APROBADOS EN FECHA 16/01/2020

ARTÍCULO 11.- Para la contratación de los medios de comunicación y servicios, la Dirección de Comunicación Social deberá verificar que estos se encuentren debidamente registrados en el Padrón Nacional y no se encuentren inhabilitados por algún ente público.

La contratación de medios de comunicación para implementación de campañas, se realizará conforme a lo autorizado por la Dirección de Comunicación Social y en términos de la Ley de Adquisiciones, Enajenaciones, Arrendamientos y Contratación de Servicios del Estado de Querétaro, Reglamento de Adquisiciones, Enajenaciones, Arrendamientos y Contratación de Servicios del Municipio de Corregidora, Querétaro, y demás normatividad aplicable.

Ningún medio de comunicación o proveedor podrá ser contratado, si no cumple con los criterios establecidos dentro de los Lineamientos.

ARTÍCULO 12.- La selección y contratación de los medios de comunicación, deberá realizarse observando los siguientes principios:

- I. **Accesibilidad:** Grado o nivel de alcance a la población objetivo, en que sean considerados grupos con discapacidad;
- II. **Calidad:** Capacidad de satisfacer necesidades y expectativas del servicio, cumpliendo con la aceptación de la población objetivo;
- III. **Cobertura:** Alcance del medio de comunicación conforme a las zonas geográficas a las que se pretende llegue el servicio;
- IV. **Igualdad:** Otorgar a los medios de comunicación la oportunidad de competir entre sí, en condiciones semejantes y de imparcialidad;
- V. **Grado de especialidad:** Dominio y aplicación de conocimientos específicos, teóricos, técnicos y metodológicos en los contenidos a difundir;
- VI. **Frecuencia:** Periodicidad de difusión de los contenidos informativos; y
- VII. **Tarifas:** Costo del servicio.

TÍTULO SEGUNDO DE LA ESTRATEGIA Y PROGRAMA

CAPÍTULO I INTEGRACIÓN DE LA ESTRATEGIA Y PROGRAMA

ARTÍCULO 13.- En la planeación de la estrategia participarán las secretarías y descentralizados deberán identificar las necesidades en el ámbito de sus respectivas competencias y proponer a la Dirección de Comunicación Social las acciones en materia de comunicación que contribuyan a alcanzar objetivos institucionales, debiendo esta última determinar la procedencia de las misma.

ARTÍCULO 14.- En la planeación en cuanto sea aplicable, las secretarías y descentralizados deberán tomar en consideración lo siguiente:



PROMULGACIÓN DE LOS LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL MUNICIPIO DE CORREGIDORA PARA EL EJERCICIO FISCAL 2020. APROBADOS EN FECHA 16/01/2020

- I. Los temas prioritarios y objetivos de comunicación que se pretenden alcanzar con las campañas;
- II. La vinculación directa de las campañas, con las atribuciones y funciones de la Dirección de Comunicación Social;
- III. La efectividad de los medios para la difusión de las campañas, de tal manera que lleguen al público al que van dirigidas;
- IV. Las metas de resultados y procedimientos de evaluación de las campañas;
- V. El carácter institucional y fines informativos;
- VI. La cronología de la difusión de las campañas que den cumplimiento a la estrategia, y
- VII. La proporcionalidad de los recursos que se pretende utilizar con los objetivos de las campañas.

ARTÍCULO 15.- Las secretarías y descentralizados, al elaborar sus propuestas para integración de la estrategia, establecerán en los casos aplicables, lo siguiente:

- I. Objetivos institucionales;
- II. Ejes estratégicos o transversales relacionados con los objetivos institucionales;
- III. Temas prioritarios y específicos que se abordarán en las campañas con su justificación;
- IV. En caso de ser aplicable, programas sectoriales o especiales que opere la dependencia; y
- V. Partida presupuestaria con que se cuenta para tales fines, conforme al Presupuesto de Egresos.

ARTÍCULO 16.- Las secretarías y descentralizados, al elaborar sus propuestas para integración de programa, establecerán lo siguiente:

- I. Nombre de las campañas;
- II. Tema prioritario y justificación de la campaña;
- III. Objetivo de la estrategia con el cual se encuentra relacionada;
- IV. Mensajes clave a comunicar;
- V. Población objetivo;
- VI. Versión de las campañas;
- VII. Tipo de medio o medios a utilizar;
- VIII. Vigencia;
- IX. Coemisión en caso de aplicar; y
- X. Recursos programados para su ejecución

ARTÍCULO 17.- Las secretarías y descentralizados deberán presentar su estrategia y programa correspondiente y enviarla por un primer momento de forma electrónica y subsecuente, presentarlo de forma física en los términos que señale la Dirección de Comunicación Social y de conformidad con lo establecido en el artículo 25 de la Ley General.



PROMULGACIÓN DE LOS LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL MUNICIPIO DE CORREGIDORA PARA EL EJERCICIO FISCAL 2020. APROBADOS EN FECHA 16/01/2020

ARTÍCULO 18.- Una vez que las propuestas de las secretarías y descentralizados sean entregadas a la Dirección de Comunicación Social, esta procederá a analizar si se encuentran o no alineadas a lo dispuesto por la Ley General, emitiendo las observaciones pertinentes o, en su caso, autorizando las estrategias y programas en el Sistema de Comunicación Social.

La Dirección de Comunicación Social deberá tener registro de las estrategias y campañas prevé realizar, las vigencias generales, los montos presupuestales autorizados y la inversión que representaría en el marco de su programación.

ARTÍCULO 19.- La Dirección de Comunicación Social procederá a elaborar la estrategia y programa, con las propuestas de las secretarías y descentralizados que hayan sido consideradas como viables.

ARTÍCULO 20.- En la elaboración de la estrategia y programa, la Dirección de Comunicación Social deberá ajustarse a lo previsto en el Capítulo V, del Título Segundo de la Ley General.

ARTÍCULO 21.- La Dirección de Comunicación Social notificará a las secretarías y descentralizados, dentro de la última semana de enero de 2020, la estrategia y programa autorizado a fin de que sea de su conocimiento y procedan a su ejecución.

CAPÍTULO II **MODIFICACIÓN AL PROGRAMA**

ARTÍCULO 22.- En el caso de que las secretarías y descentralizados requieran un ajuste o modificación del programa, en el ámbito de sus competencias, deberán cargar dicha solicitud en el Módulo del Sistema de Información de Normatividad de Comunicación del Sistema de Comunicación Social, y posteriormente informarlo por escrito en el término de tres días hábiles a la Dirección de Comunicación Social.

ARTÍCULO 23.- La Dirección de Comunicación Social deberá someter a la revisión y visto bueno las propuestas de ajuste o modificación del programa, a fin de evaluar que cumplan con la normatividad aplicable en materia de comunicación social.

ARTÍCULO 24.- Si se trata de una inclusión de campaña o incremento de recursos presupuestarios destinados a una campaña, deberá presentarse una justificación de la necesidad, precisando el costo, fuente del financiamiento, la suficiencia o autorización de la Secretaría de Tesorería y Finanzas correspondiente, así como la propuesta de modificación con los puntos establecidos en el artículo 14 de los presentes lineamientos.

ARTÍCULO 25.- En el supuesto de cancelación o disminución del recurso presupuestario de una campaña, se deberá exhibir una justificación de las causas que motivan la cancelación, así como un informe del área competente, sobre el estatus o reporte del ejercicio del recurso asignado a esa campaña y de su reasignación.

ARTÍCULO 26.- La Dirección de Comunicación Social procederá a la revisión de las propuestas de ajuste o modificación al programa; en su caso, emitirá observaciones en un plazo máximo de diez días hábiles contados a partir de la recepción de la propuesta; de no existir observaciones procederá a emitir el visto bueno.



PROMULGACIÓN DE LOS LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL MUNICIPIO DE CORREGIDORA PARA EL EJERCICIO FISCAL 2020. APROBADOS EN FECHA 16/01/2020

ARTÍCULO 27.- Las secretarías y descentralizados, tendrán cinco días hábiles contados a partir de la notificación de las observaciones, para solventar las mismas.

Realizado lo anterior, la propuesta de ajuste o modificación al programa será sometida de nueva cuenta al visto bueno de la Dirección de Comunicación Social.

ARTÍCULO 28.- Si durante la vigencia de la campaña, resulta necesario incluir nuevos medios de comunicación o incrementar su vigencia, la Dirección de Comunicación Social será la encargada de autorizar los esquemas correspondientes.

ARTÍCULO 29.- Ninguna campaña podrá difundirse sin apegarse al plan de medios autorizado, o en su caso, al ajuste o modificación debidamente autorizada.

CAPÍTULO III EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS

ARTÍCULO 30.- Las secretarías y descentralizados son los responsables de la ejecución y cumplimiento de la estrategia y programa, quienes contarán en todo momento con el apoyo y colaboración de la Dirección de Comunicación Social.

ARTÍCULO 31.- Una vez autorizado el programa, las secretarías y descentralizados deberán de solicitar a la Dirección de Comunicación Social, el visto bueno de la ejecución de la campaña programada en el Módulo de Información de Normatividad de Comunicación del Sistema de Comunicación Social e imprimir el formato correspondiente, el cual deberá incluir como mínimo:

- I. Nombre de la campaña;
- II. Medios de comunicación a utilizar;
- III. Requisitos o situaciones que se susciten y que sean adicionales a las consideraciones establecidas en el programa;
- IV. Nombre y firma del servidor público que solicita la campaña;
- V. Nombre y firma del servidor público adscrito a la Dirección de Comunicación Social que autoriza;
- VI. Observaciones a la campaña emitidas por la Dirección de Comunicación Social;
- VII. Sello de recibido de la petición por la Dirección de Comunicación Social; y
- VIII. Cualquier otro que se requiera para la correcta identificación de la misma.

ARTÍCULO 32.- La Dirección de Comunicación Social podrá incorporar las observaciones o consideraciones que estime convenientes en las autorizaciones de ejecución de campaña dentro del Módulo de Información de Normatividad de Comunicación del Sistema de Comunicación Social, las cuales serán de observancia obligatoria para las secretarías y descentralizados, mismas que podrán contener:

- I. Plan de medios;
- II. Los recursos presupuestarios y las partidas en las que se encuentran asignados;
- III. Archivos a publicar;
- IV. Propuesta del spot, en su caso;



PROMULGACIÓN DE LOS LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL MUNICIPIO DE CORREGIDORA PARA EL EJERCICIO FISCAL 2020. APROBADOS EN FECHA 16/01/2020

- V. Cumplimiento de los lineamientos de identidad; y
- VI. Requisitos adicionales que requiera la campaña.

ARTÍCULO 33.- La Dirección de Comunicación Social contará con un plan de medios y en su selección se considerarán como criterios de distribución los siguientes:

- I. Capacidad en el medio de comunicación para llegar a la población objetivo;
- II. Equidad entre los medios de comunicación que reúnan características semejantes;
- III. Asegurar la congruencia con el contenido y el mensaje, así como la calidad y oferta programática;
- IV. Transparencia de la información relativa a la contratación de los medios de comunicación utilizados en una campaña, y
- V. Los medios de comunicación utilizados en cada campaña deberán tener relación con el nivel de penetración cuantitativa en la población objetivo.

ARTÍCULO 34.- La Dirección de Comunicación Social, será la responsable de gestionar la contratación de medios de comunicación ante la dependencia encargada de las adquisiciones, para cada una de las campañas conforme la programación y vigencias establecidas en el programa.

ARTÍCULO 35.- Las campañas podrán autorizarse de manera independiente, no obstante estas no podrán ser ejecutadas hasta en tanto se cuente con la disponibilidad del recurso correspondiente.

ARTÍCULO 36.- Los pagos deberán de registrarse en el Sistema de Comunicación Social y acreditarse únicamente con órdenes de transmisión para medios electrónicos, con órdenes de inserción para medios impresos y con órdenes de servicio para medios digitales y complementarios, especificando en todos los casos:

- I. Tarifa convenida;
- II. Concepto;
- III. Descripción del mensaje;
- IV. Población destinataria;
- V. Cobertura;
- VI. Pautas de difusión en medios electrónicos;
- VII. Circulación certificada en medios impresos, y
- VIII. Vigencia.

Por cuanto a la validación de la prestación del servicio, la Dirección de Comunicación Social podrá contratar servicios de monitoreo que soporten dicha validación, a fin de certificar y corroborar la difusión realizada por los medios de comunicación.

CAPÍTULO IV DE LAS CAMPAÑAS EXTRAORDINARIAS

ARTÍCULO 37.- Las secretarías y descentralizados al identificar la necesidad de emitir una campaña extraordinaria, solicitarán de manera inmediata su difusión a la Dirección de Comunicación Social.

La solicitud deberá de realizarse en el Módulo de Información de Normatividad de Comunicación y por escrito, a más tardar el mismo día de inicio de su difusión.



PROMULGACIÓN DE LOS LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL MUNICIPIO DE CORREGIDORA PARA EL EJERCICIO FISCAL 2020. APROBADOS EN FECHA 16/01/2020

ARTÍCULO 38.-La solicitud de registro de la campaña extraordinaria, deberá justificarse con la siguiente información:

- I. Descripción de la situación considerada como emergente o coyuntural;
- II. Razonamientos y motivaciones que no permiten la planeación del mensaje;
- III. Propuesta de afectación mediante reducción del presupuesto a otras campañas, que permitan la publicación del mensaje extraordinario, y
- IV. Material a difundir conforme a lo establecido en el artículo 16 de los Lineamientos.

ARTÍCULO 39.-La Dirección de Comunicación Social recibirá la solicitud y justificación del registro del mensaje extraordinario de las secretarías y descentralizados, quienes realizarán el registro del gasto en el Módulo Público del Sistema de Comunicación Social para verificación del gasto ejercido al área correspondiente y visto bueno para su registro.

ARTÍCULO 40.-La difusión de las campañas extraordinarias solo podrá realizarse, mientras la situación emergente o coyuntural subsista, por lo que los medios de comunicación seleccionados deben ser los acordes a la temporalidad.

CAPÍTULO V DE LA COEMISIÓN DE LAS CAMPAÑAS

ARTÍCULO 41.-La Dirección de Comunicación Social podrá vincular las campañas, con otros entes públicos que consideren temas afines o líneas de acción compartidas, señalando debidamente a quienes participen como coemisoras, los medios de difusión y servicios requeridos

ARTÍCULO 42.-La Dirección de Comunicación Social deberá de dar seguimiento puntual a la ejecución de las campañas en coemisión, cerciorándose que los medios comunicación deberán ser los mismos para todas las coemisoras y estar registradas las campañas en sus programas Anuales.

CAPÍTULO VI DE LOS RECURSOS PRESUPUESTARIOS

ARTÍCULO 43.-Las secretarías, descentralizados y Dirección de Comunicación Social, en el ámbito de sus respectivas competencias, son las responsables de gestionar los recursos presupuestarios para el gasto de comunicación social, conforme a sus necesidades y lo establecido en la estrategia y programa.

ARTÍCULO 44.-Las secretarías, descentralizados y Dirección de Comunicación Social deberán realizar el registro del presupuesto en el Módulo de Información de Normatividad de Comunicación del Sistema de Comunicación Social, el cual deberá corresponder a la campaña establecida en el programa.

Los recursos presupuestarios deberán estar previamente autorizados y asignados a las partidas de gasto correspondientes.

ARTÍCULO 45.-La Dirección de Comunicación Social será la encargada de revisar que las campañas se encuentren dentro de las partidas establecidas en el Presupuesto de Egresos del Municipio de Corregidora, Qro., para el ejercicio fiscal 2020.



PROMULGACIÓN DE LOS LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL MUNICIPIO DE CORREGIDORA PARA EL EJERCICIO FISCAL 2020. APROBADOS EN FECHA 16/01/2020

TÍTULO TERCERO DE LOS REGISTROS E INFORMES

CAPÍTULO I DEL MÓDULO DE INFORMACIÓN DE NORMATIVIDAD DE COMUNICACIÓN

ARTÍCULO 46.- Para la operación y registro en el Sistema de Comunicación Social, la Dirección de Comunicación Social contará con la colaboración y apoyo de las secretarías y descentralizados, quienes designarán un enlace institucional para atender los asuntos que deriven en esta materia y el cual fungirá como administrador de claves.

ARTÍCULO 47.- La estrategia y programa se registrarán en el Módulo de Información de Normatividad de Comunicación, que estará a cargo de la Dirección de Comunicación Social.

El registro deberá realizarse de forma previa a la entrega física de la estrategia y programa.

ARTÍCULO 48.- El Módulo de Información de Normatividad de Comunicación contendrá, además de la estrategia y programa, los datos relativos a:

- I. Ajustes y modificaciones al programa, que abarca la inclusión de mensajes extraordinarios;
- II. Manejo del recurso pagado;
- III. Cumplimiento de metas conforme el calendario o cronograma establecido;
- IV. Resultados de evaluación de las campañas, y
- V. Formatos de registro, modificación e inclusiones en los programas y estrategias;

ARTÍCULO 49.- Será responsabilidad de las secretarías, descentralizados y Dirección de Comunicación Social realizar el registro y seguimiento de los datos a contener en el Módulo de Información de Normatividad de Comunicación.

CAPÍTULO II DEL MÓDULO PÚBLICO

ARTÍCULO 50.- En el Módulo Público, se verificarán los pagos que se realicen en materia de Comunicación Social, en términos los artículos 33 y 34 de la Ley General.

El registro de la información será mensual, y deberá realizarse dentro de los cinco días hábiles siguientes al término de cada mes por las secretarías, descentralizados y Dirección de Comunicación que ejecuten campañas.

CAPÍTULO III DE LAS OBLIGACIONES DE TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS

ARTÍCULO 51.- La Dirección de Comunicación Social, garantizará la máxima publicidad de la información relacionada con la contratación y manejo de recursos públicos destinados a la Comunicación Social de la Dirección de Comunicación Social.



PROMULGACIÓN DE LOS LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL MUNICIPIO DE CORREGIDORA PARA EL EJERCICIO FISCAL 2020. APROBADOS EN FECHA 16/01/2020

ARTÍCULO 52.-Semestralmente la Dirección de Comunicación Social, deberá publicar en la sección de Transparencia de la página oficial del Municipio, un informe sobre el gasto en publicidad oficial, que contenga por lo menos la información prevista en el artículo 41 de la Ley General.

ARTÍCULO 53.-Bimestralmente la Dirección de Comunicación Social, deberá emitir un informe al Congreso Local y a la Entidad Superior de Fiscalización del Estado de Querétaro, sobre la ejecución de los programas y actividades de la Dirección de Comunicación Social, debiendo contener dicho informe los preceptos señalados en el artículo 42 de la Ley General.

CAPITULO IV DE LA EVALUACIÓN DE RESULTADOS DE LAS CAMPAÑAS

ARTÍCULO 54.-Para garantizar el uso adecuado de los recursos públicos, invertidos en las campañas, la Dirección de Comunicación Social, realizará reportes de evaluación al finalizar cada una de ellas.

ARTÍCULO 55.-Los reportes de evaluación deberán incluir el alcance de las publicaciones realizadas, tomando en cuenta las métricas proporcionadas por los medios seleccionados en el programa.

TRANSITORIOS

PRIMERO. Publíquese el presente Acuerdo por una sola ocasión en el órgano de difusión oficial del H. Ayuntamiento la Gaceta Municipal “La Pirámide”, atendiendo que dicha publicación queda exenta de pago por determinación del Cuerpo Colegiado del Municipio de Corregidora, en términos del artículo 102 de la Ley Orgánica Municipal del Estado de Querétaro en correlación al artículo 21 del Código Fiscal del Estado de Querétaro:

“Artículo 21. No obstante lo dispuesto en los artículos 19 y 20, están exentos del pago de impuestos, derechos y contribuciones especiales el Estado, la Federación y los Municipios, a menos que su actividad no corresponda a funciones de derecho público, siempre y cuando esta disposición no sea contraria a la ley especial de la contribución de que se trate...”

SEGUNDO. El presente Acuerdo entrará en vigor a partir del día de su aprobación por el H. Ayuntamiento de Corregidora, Querétaro.

TERCERO. Hasta en tanto no se encuentre disponible el Padrón Nacional de Medios de Comunicación, bastará con el registro en el Padrón de Proveedores del Municipio de Corregidora, Qro., y en su caso en el Padrón Nacional de Medios Impresos.

CUARTO. Se derogan todas las disposiciones de igual o menor jerarquía que se opongan a los presentes Lineamientos.

QUINTO. Notifíquese a todas y cada una de las Secretarías y entidades de la Administración Pública Municipal, de la aprobación del presente ordenamiento a fin de que éstas lo observen dentro del ámbito de competencia administrativa que a cada una corresponda.

LO TENDRÁ ENTENDIDO EL CIUDADANO PRESIDENTE MUNICIPAL Y MANDARÁ SE PUBLIQUE Y OBSERVE.



PROMULGACIÓN DE LOS LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL MUNICIPIO DE CORREGIDORA PARA EL EJERCICIO FISCAL 2020. APROBADOS EN FECHA 16/01/2020

M. en A. P. Roberto Sosa Pichardo, Presidente Constitucional de Corregidora, Querétaro, con fundamento en los artículos 30 segundo párrafo y 149 de la Ley Orgánica Municipal del Estado de Querétaro, expido y promulgo los presentes **Lineamientos de Comunicación Social del Municipio de Corregidora para el Ejercicio Fiscal 2020**.

Dado en el Centro de Atención Municipal, Sede Oficial de la Presidencia Municipal de Corregidora, Qro., a los 16 (dieciséis) días del mes de enero de 2020 (dos mil veinte), para su debida publicación y observancia.

ATENTAMENTE

**M. EN A.P. ROBERTO SOSA PICHARDO
PRESIDENTE MUNICIPAL DE CORREGIDORA, QRO.**

**LIC. SAMUEL CÁRDENAS PALACIOS
SECRETARIO DEL AYUNTAMIENTO.**