

FISCALÍA GENERAL DEL ESTADO DE QUERÉTARO

MTRO. ALEJANDRO ECHEVERRÍA CORNEJO, Fiscal General del Estado de Querétaro, en ejercicio de las atribuciones que me confieren los artículos 21 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 30 bis de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano del Estado de Querétaro, 12 y 13, fracción VII de la Ley Orgánica de la Fiscalía General del Estado de Querétaro; y 31, fracción XV del Reglamento de la Ley Orgánica de la Fiscalía General del Estado de Querétaro, y

CONSIDERANDO

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en su artículo 134, párrafo octavo establece que, la propaganda bajo cualquier modalidad de comunicación social, que difundan como tales, los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, deberá tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social; además, en ningún caso ésta incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor (a) público (a).

La Ley General de Comunicación Social en su artículo 2, establece las normas a las que deberán sujetarse los entes públicos, a fin de garantizar el cumplimiento de los criterios de eficiencia, eficacia, economía, transparencia, honradez y respeto de topes presupuestales, límites y condiciones de ejercicio que establezcan los presupuestos de egresos respectivos, en el gasto de Comunicación Social.

Son sujetos obligados al cumplimiento de la citada Ley General, los poderes públicos, los órganos a los que la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos dota de autonomía, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente público de los tres órdenes de gobierno, conforme al artículo 3 del referido ordenamiento.

De conformidad con lo establecido en los artículos 5, 30 y 32 de la Ley General de Comunicación Social, se impone la obligación de emitir criterios de selección de los medios de comunicación social, los mecanismos para la elaboración, aprobación y registro de sus Estrategias de Comunicación Social y Programas Anuales de Comunicación Social, así como para la difusión de mensajes extraordinarios, a los sujetos obligados.

La Ley para el Manejo de los Recursos Públicos del Estado de Querétaro, en su artículo 3, dispone que son sujetos de sus disposiciones, los Poderes, las entidades paraestatales, los organismos constitucionales autónomos, los tribunales administrativos, los municipios y sus entidades paramunicipales y, en lo aplicable, cualquier otro que maneje, utilice, recaude, ejecute o administre recursos públicos.

El artículo 8 de la referida Ley Estatal, establece entre las obligaciones de los sujetos a sus disposiciones, la de administrar los recursos de que dispongan, de acuerdo con los principios de legalidad, honestidad, eficacia, eficiencia, economía, racionalidad, austeridad, transparencia, control y rendición de cuentas, para satisfacer los objetivos a los que estén destinados.

La Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Querétaro dispone en su artículo 30 bis, que la Fiscalía General del Estado bajo la naturaleza de Organismo Constitucional Autónomo, se encuentra dotada de personalidad jurídica y patrimonio propio, correspondiéndole así la obligación de observar las disposiciones de la Ley General de Comunicación Social.

El artículo 8 de la Ley Orgánica de la Fiscalía General del Estado de Querétaro, estipula que la Fiscalía General tendrá los órganos, direcciones y personal necesario para el cumplimiento de sus funciones y atribuciones que se definirán en su reglamento.

De conformidad con el artículo 35, fracción III del Reglamento de la Ley Orgánica de la Fiscalía General del Estado de Querétaro, le corresponde a la Coordinación de Comunicación Social, generar herramientas de difusión de los servicios y resultados de la Fiscalía General.

En atención a las disposiciones de la Ley General de Comunicación Social, se publicó en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Querétaro "La Sombra de Arteaga", el Acuerdo por el cual se establecen los Lineamientos para la elaboración de la estrategia y programa anuales de comunicación social de la Fiscalía General del Estado de Querétaro, para el ejercicio fiscal 2021.

Dichos lineamientos resultan inaplicables para la erogación de recursos públicos asignados a este organismo constitucional autónomo en materia de comunicación social, para el ejercicio fiscal 2022, y por ende expido el siguiente:

ACUERDO POR EL CUAL SE ESTABLECEN LOS LINEAMIENTOS PARA LA ELABORACIÓN DE LA ESTRATEGIA Y PROGRAMA ANUALES DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA FISCALÍA GENERAL DEL ESTADO DE QUERÉTARO, PARA EL EJERCICIO FISCAL 2022.

**TÍTULO PRIMERO
DISPOSICIONES GENERALES Y ESPECIALES**

**Capítulo Primero
De las disposiciones generales**

Artículo 1. Los presentes Lineamientos, son de observancia obligatoria para todo el personal de Fiscalía General del Estado de Querétaro en el Ejercicio Fiscal 2022, y tienen por objeto establecer:

- a) Los mecanismos para la planeación, elaboración, autorización, registro, ejecución y evaluación de la Estrategia y Programa Anuales de Comunicación Social y de difusión de mensajes extraordinarios de la Fiscalía General del Estado de Querétaro, y
- b) Los criterios, para la selección de medios de comunicación para la difusión de campañas de comunicación social.

Artículo 2. Los presentes Lineamientos se emiten en cumplimiento a la Ley General de Comunicación Social y, se ajustan a lo dispuesto por la Ley para el Manejo de los Recursos Públicos del Estado de Querétaro y demás normatividad en la materia.

Su aplicación se realizará conforme a los principios siguientes:

- 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. La Coordinación de Comunicación Social de la Fiscalía General del Estado de Querétaro, fungirá como Secretaría Administradora de dicho organismo constitucional autónomo, en términos de la Ley General.

Artículo 4. Para efectos de los presentes Lineamientos, se entenderá por:

- I. **Campaña:** Las campañas de comunicación social que difunden el quehacer, las acciones o logros de la Fiscalía General, o propician acciones de la sociedad para acceder a los servicios que aquélla brinda y que son difundidas a través de medios masivos y/o alternativos de comunicación;
- II. **Comité de Adquisiciones:** El Comité de Adquisiciones, Enajenaciones, Arrendamientos y Contratación de Servicios de la Fiscalía General;
- III. **Contraloría:** La Contraloría de la Fiscalía General;
- IV. **Dirección de Administración:** La Dirección de Administración de la Fiscalía General;
- V. **Erogación:** El recurso presupuestario ejercido, comprometido o contratado, incluido el Impuesto al Valor Agregado y otros impuestos, respecto de los que sea sujeto el prestador del servicio o el contratante, con cualquier prestador de bienes y servicios, que sea susceptible de ser aplicado en el capítulo y partidas correspondientes al Clasificador por Objeto del Gasto para la Fiscalía General y registrado en el Sistema Público;
- VI. **Estrategia anual:** La Estrategia Anual de Comunicación Social de la Fiscalía General, que contiene los temas prioritarios de la institución a ser difundidos durante el ejercicio fiscal;
- VII. **Fiscal General:** La o el Fiscal General del Estado de Querétaro;
- VIII. **Fiscalía General:** La Fiscalía General del Estado de Querétaro;
- IX. **Ley General:** La Ley General de Comunicación Social;
- X. **Medios de comunicación:** El tipo de medio de comunicación que puede ser captados simultáneamente por gran cantidad de individuos. Entre ellos se encuentran los medios electrónicos, medios impresos, medios complementarios, medios digitales y medios públicos;
- XI. **Medio digital:** El tipo de medio de comunicación cuyo contenido puede consultarse desde un dispositivo electrónico que cuente con la tecnología necesaria y acceso a internet;
- XII. **Medio complementario:** El tipo de medio de comunicación alternativo a los medios electrónicos, digitales, impresos y públicos, que impactan a sectores específicos de la población, como espectaculares, mobiliario urbano y otros similares;
- XIII. **Medio electrónico:** El tipo de medio de comunicación que difunde contenidos a través de impulsos radioeléctricos, como son el radio y la televisión;
- XIV. **Medio impreso:** El tipo de medio de comunicación que publica contenidos en forma escrita o ilustrada, como son textos o imágenes fijas, en forma periódica mediante ediciones y numeración en secuencia;
- XV. **Medio público:** Las estaciones oficiales de radio y canales de televisión que forman parte de la Administración Pública Federal, Estatal o Municipal;
- XVI. **Objetivo de comunicación:** El que la Fiscalía General pretende alcanzar con la difusión de cada campaña de comunicación social;
- XVII. **Objetivo de la Estrategia Anual:** El propósito que la Fiscalía General pretende alcanzar con la adecuada planeación de medios y temas a difundir;
- XVIII. **Objetivo institucional:** Las acciones establecidas por la Fiscalía General que coadyuvarán al logro de su Misión;
- XIX. **Plan de medios de comunicación:** El conjunto de medios de comunicación necesarios para alcanzar a la población objetivo, en cumplimiento a los objetivos o metas establecidas en la campaña de comunicación social;
- XX. **Programa Anual:** El Programa Anual de Comunicación Social de la Fiscalía General, que comprende el conjunto de campañas de comunicación social, derivadas de la Estrategia Anual y contribuyen al logro de sus atribuciones, y se costean con recursos presupuestarios;
- XXI. **Proveedores de medios de comunicación:** Las empresas privadas que ofertan profesionalmente servicios y/o productos y/o espacios de información y publicitarios que pueden ser captados simultáneamente por gran cantidad de individuos, entendiéndose como tales a los medios electrónicos, medios impresos, medios alternos, medios digitales, así como a empresas que servicios de diseño gráfico, producciones, post producciones, pre y post estudios, monitoreo de medios, etc.;
- XXII. **Recursos presupuestarios:** El presupuesto autorizado para el gasto en materia de Comunicación Social para la Fiscalía General, de conformidad con lo previsto en el Presupuesto de Egresos del Estado de Querétaro y otros recursos a los que tiene acceso;
- XXIII. **Secretaría Administradora:** La Secretaría Administradora de la Fiscalía General;
- XXIV. **Sistema de Información:** El Sistema de Información de Normatividad de Comunicación de la Fiscalía General;

- XXV. Unidades administrativas:** La Fiscalía Especializada en el Combate a la Corrupción, Vice Fiscalías, Direcciones, Contraloría, Instituto del Servicio Profesional de Carrera, Centro de Evaluación y Control de Confianza y cualquier otra área que integre la Fiscalía General, y
- XXVI. Vigencia de la campaña:** El tiempo que dura la difusión de cada campaña de comunicación social de la Fiscalía General.

Artículo 5. La Secretaría Administradora será la responsable de:

- a) La planeación, elaboración, ejecución, registro y evaluación de la Estrategia y Programa Anuales;
- b) El adecuado ejercicio de los recursos asignados en el presupuesto de egresos 2022 de la Fiscalía General, en la partida correspondiente a los servicios de comunicación social y publicidad, conforme al clasificador por objeto del gasto de la Fiscalía General, y
- c) La vigilancia del ejercicio de otros recursos presupuestarios a cargo de las unidades administrativas de la Fiscalía General.

Para el cumplimiento de lo anterior, la Secretaría Administradora contará con la colaboración y apoyo de las diferentes unidades administrativas, quienes designarán a una o un enlace institucional para atender los asuntos que deriven en esta materia.

Artículo 6. En la formulación de la Estrategia Anual, el Programa Anual y las campañas de la Fiscalía General, deberá considerarse además de lo previsto en el artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y Capítulo V del Título Segundo de la Ley General, lo siguiente:

- I. Elaborar su Programa Anual de manera que se garantice el cumplimiento del objetivo de la Estrategia Anual;
- II. Desarrollar campañas que sean acordes a los objetivos de comunicación social, seleccionando los medios adecuados para alcanzar a la población objetivo;
- III. Analizar las características, tarifas, destinatarios, cobertura y especialidades que ofrecen los medios de comunicación, para lograr una selección objetiva;
- IV. Los recursos presupuestarios deberán estar previamente autorizados y asignados a las partidas de gasto y erogarse bajos los criterios de austeridad y racionalidad;
- V. La contratación de proveedores de medios de comunicación para implementación de campañas, se realizará conforme la Ley de Adquisiciones, Enajenaciones, Arrendamientos y Contratación de Servicios del Estado de Querétaro, el Reglamento para la integración y operación del Comité de Adquisiciones, Enajenaciones, Arrendamientos y Contratación de Servicios de la Fiscalía General del Estado de Querétaro, y demás normatividad aplicable;
- VI. Observar en la contratación de proveedores de medios de comunicación los criterios de selección que se establecen en los presentes Lineamientos;
- VII. Las erogaciones en materia de comunicación social, deberán 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:
 - a) Tarifa convenida;
 - b) Concepto;
 - c) Descripción del mensaje;
 - d) Población destinataria;
 - e) Cobertura;
 - f) Pautas de difusión en medios electrónicos, y
 - g) Circulación certificada en medios impresos.

En cuanto a la validación de pauta, la Fiscalía General podrá contratar servicios de monitoreo que soporten dicha validación, a fin de certificar y corroborar la difusión realizada por los medios de comunicación.

- VIII.** Las erogaciones por concepto de notas, entrevistas o imágenes con fines periodísticos, sólo podrán realizarse cuando se encuentren directamente relacionados con las funciones de la Fiscalía General, con sus campañas, o con su promoción y publicidad, y

- IX. Garantizar la observancia de las disposiciones en materia de transparencia, en los procesos de contratación y erogación de recursos presupuestarios destinados a las campañas.

Artículo 7. Los presentes Lineamientos deberán ser observados, aun cuando las campañas no representen un gasto presupuestal.

Capítulo Segundo

De las disposiciones especiales

Artículo 8. Los contenidos del Programa Anual y campañas de la Fiscalía General deberán elaborarse con enfoque de derechos humanos y de perspectiva de género, ser incluyentes y plurales, promoviendo la igualdad entre mujeres y hombres, y la erradicación de roles y estereotipos que fomenten cualquier forma de discriminación, violencia de género, violencia familiar o motivadas por origen étnico o nacional, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias sexuales, el 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.

Artículo 9. Cuando en los contenidos de las campañas aparezcan niñas, niños 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.

Artículo 10. En función de sus contenidos o áreas de cobertura, deberá gestionar la emisión del mensaje haciendo uso de la Lengua de Señas Mexicanas, cuando se trate de campañas de televisión y subtítulo en material audiovisual; de lenguas indígenas preferentemente las pertenecientes a las comunidades indígenas de nuestro Estado, y que promuevan los derechos de los pueblos y mujeres indígenas.

Artículo 11. Los integrantes de la Secretaría Administradora, recibirán capacitación permanente que les permita elaborar contenidos que contribuyan a promover, respetar, proteger y garantizar los derechos humanos.

TÍTULO SEGUNDO

DE LA ESTRATEGIA Y PROGRAMA ANUALES

Capítulo Primero

De la Planeación de la Estrategia y Programa Anuales

Artículo 12. En la planeación de la Estrategia y Plan Anuales participarán las unidades administrativas, que deberán proponer a la Secretaría Administradora acciones en materia de comunicación social, que contribuyan a alcanzar objetivos institucionales, previo a la realización de un diagnóstico de necesidades en el ámbito de sus respectivas competencias.

Artículo 13. En la planeación del Programa Anual, en lo aplicable, las unidades administrativas deberán tomar en consideración:

- 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 Fiscalía General;
- 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 Anual, y
- VII. La proporcionalidad de los recursos que se pretende utilizar con los objetivos de las campañas.

Artículo 14. La elaboración de la Estrategia y Programa Anuales, estarán a cargo de la Secretaría Administradora, quien definirá los tiempos en que las unidades administrativas entregarán sus propuestas para su integración, y no podrán recibirse propuestas extemporáneas.

Artículo 15. Las unidades administrativas, al elaborar sus propuestas para integración de la Estrategia Anual, establecerán cuando sea aplicable, lo siguiente:

- I. Objetivos institucionales;
- II. Ejes estratégicos y políticas transversales relacionados con los objetivos institucionales, que se abordarán en la Estrategia Anual;
- III. Temas prioritarios que se abordarán en las campañas del Programa Anual, derivados de los ejes estratégicos y políticas transversales relacionados con los objetivos institucionales;
- IV. Temas específicos que se abordarán en las campañas del Programa Anual, derivados de los ejes estratégicos y políticas transversales relacionados con los objetivos institucionales, y
- V. Partida presupuestaria con que se cuenta para tales fines, conforme al presupuesto de egresos 2022 de la Fiscalía General u otros recursos.

Artículo 16. Las unidades administrativas, al elaborar sus propuestas para integración de Programa Anual, establecerán:

- I. Nombre de las campañas;
- II. Tema prioritario de las campañas;
- III. Justificación de la relación directa con sus funciones;
- IV. Mensajes clave a comunicar;
- V. Población objetivo;
- VI. Versión de las campañas;
- VII. Tipo de medio o medios a utilizar, y
- VIII. Vigencia de las campañas.

Artículo 17. Una vez que las propuestas de las unidades administrativas sean entregadas a la Secretaría Administradora, ésta procederá a analizar si se encuentran o no alineadas a lo dispuesto en la Ley General y el artículo 6 de los presentes Lineamientos, determinando si se integran o no a la Estrategia y Programa Anuales.

Las unidades administrativas serán informadas por la Secretaría Administradora, de las propuestas que serán integradas en la Estrategia y Programa Anuales, y las que no, dentro de los diez días hábiles siguientes a su presentación.

Capítulo Segundo

De la Elaboración de la Estrategia y Programa Anuales

Artículo 18. La Secretaría Administradora procederá a elaborar la Estrategia y Programa Anual, con las propuestas de las unidades administrativas, consideradas como viables.

Artículo 19. En la elaboración de la Estrategia y Programa Anuales, la Secretaría Administradora deberá ajustarse a lo previsto en el Capítulo V, del Título Segundo de la Ley General.

Artículo 20. La Estrategia Anual tiene como finalidad difundir entre la población, información veraz y oportuna de las acciones y resultados de la Fiscalía General, que permitan incrementar la percepción positiva de su trabajo y la confianza de la sociedad en materia de procuración de justicia.

Artículo 21. La Estrategia Anual, en los casos aplicables como mínimo deberá contener:

- I. Misión y Visión de la Fiscalía General;
- II. Objetivo de la Estrategia Anual y objetivos institucionales;
- III. Ejes estratégicos y políticas transversales relacionados con los objetivos institucionales, que se abordarán en la Estrategia Anual;
- IV. Partidas presupuestarias con que se cuenta para tales fines, conforme al presupuesto de egresos 2022 de la Fiscalía General u otros recursos;

- V. Temas prioritarios que se abordarán en las campañas del Programa Anual, derivados de los ejes estratégicos y políticas transversales relacionados con los objetivos institucionales, y
- VI. Temas específicos que se abordarán en las campañas del Programa Anual, derivados de los ejes estratégicos y políticas transversales relacionados con los objetivos institucionales.

Artículo 22. El Programa Anual, deberá ajustarse a lo previsto en el artículo 24 de la Ley General y contener como mínimo para cada campaña, lo siguiente:

- I. Nombre;
- II. Temas prioritarios o específicos;
- III. Objetivos de la Estrategia Anual que se alcanza;
- IV. Versión;
- V. Mensaje clave a comunicar;
- VI. Coemisora, en el caso procedente;
- VII. Población objetivo;
- VIII. Vigencia;
- IX. Tipo de medio o medios a utilizar para su difusión;
- X. Recursos programados para su ejecución, e
- XI. Indicadores de resultado y procedimiento de evaluación.

Artículo 23. En el Programa Anual se deberá integrar de manera desglosada las campañas programadas, así como el presupuesto a erogar.

Capítulo Tercero **De la Autorización de la Estrategia y Programa Anuales**

Artículo 24. La Estrategia y Programa Anuales elaborados, serán presentados para visto bueno de la Contraloría, quien deberá emitir sus observaciones sobre el cumplimiento de la normatividad aplicable, en un término máximo de diez días hábiles contados a partir de la recepción de los proyectos.

La Contraloría requerirá a la Dirección de Administración, la información financiera necesaria para efectos de dar cumplimiento a lo dispuesto en el párrafo anterior, quien deberá proporcionarla dentro de los cinco días hábiles siguientes a partir de la recepción de la solicitud.

Artículo 25. La Secretaría Administradora, tendrá cinco días hábiles contados a partir de la notificación de las observaciones, para solventarlas.

Realizado lo anterior y con el visto bueno de los proyectos de Estrategia y Programa Anuales por la Contraloría, serán sometidos a la autorización de la o el Fiscal General.

Artículo 26. Una vez autorizadas la Estrategia y Programa Anuales, la Secretaría Administradora deberá registrarlas en el Sistema de Información.

Posteriormente serán entregadas en forma impresa por la Secretaría Administradora al Poder Legislativo del Estado, en la primera quincena del mes de febrero de 2022.

Capítulo Cuarto **Del Ajuste o Modificación del Programa Anual**

Artículo 27. El ajuste al Programa Anual, es la reasignación de recursos por tipo de medio y por campaña, y/o replanteamiento de vigencias que no afecten la Estrategia Anual, ni los techos presupuestarios autorizados.

La modificación al Programa Anual, implica variaciones en el techo presupuestario, cancelación o inclusión de campañas y versiones, así como inclusión de mensajes extraordinarios en el Programa Anual.

Artículo 28. En el caso de que las unidades administrativas requieran un ajuste o modificación del Programa Anual en el ámbito de sus competencias, deberán informarlo por escrito a la Secretaría Administradora.

Artículo 29. La Secretaría Administradora, deberá someter a revisión y visto bueno de la Contraloría, las propuestas de ajuste o modificación del Programa Anual realizadas por las unidades administrativas, o por la propia Secretaría Administradora, a fin de cumplan con la normatividad aplicable.

Artículo 30. Si se trata de un incremento de recurso presupuestario destinado a una campaña, deberá presentarse una justificación detallada de la necesidad, precisando el costo y la fuente del financiamiento, así como la propuesta de modificación del Programa Anual.

Artículo 31. En el supuesto de cancelación de una campaña, además deberán, exhibir una justificación detallada de las causas que motivan la cancelación, y un informe del área competente de la Dirección de Administración, sobre el estatus o reporte del ejercicio del recurso asignado a esa campaña.

Artículo 32. En el caso de que exista registro de recurso ejercido para la campaña que se pretende cancelar, el trámite no se podrá efectuar, salvo que así esté considerado en las cláusulas contractuales.

Artículo 33. La Contraloría procederá a la revisión de las propuestas de ajuste o modificación del Programa Anual; en su caso, emitirá observaciones en un plazo máximo de seis días hábiles contados a partir de la recepción de la propuesta; de no existir observaciones procederá a emitir el visto bueno.

Artículo 34. La Secretaría Administradora, tendrá tres días hábiles contados a partir de la notificación de las observaciones, para solventar dichas observaciones.

Realizado lo anterior, la propuesta de ajuste o modificación del Programa Anual con visto bueno de la Contraloría, será sometida a la autorización de la o el Fiscal General.

Artículo 35. Cuando sea necesaria la modificación de la vigencia autorizada para difusión de una campaña en alguno de los medios de comunicación, la Secretaría Administradora deberá dentro del plazo de vigencia autorizada para la campaña, someterla a autorización de la o el Fiscal General.

Artículo 36. Si durante la vigencia de la campaña, resulta necesario incluir nuevos medios de comunicación, la Secretaría Administradora solicitará autorización de la o el Fiscal General, para la inclusión de medios de comunicación debidamente identificados, previo a su difusión.

Artículo 37. Ninguna campaña podrá difundirse sin apegarse al plan de medios autorizado, o en su caso, al ajuste o modificación debidamente autorizada.

Capítulo Quinto **De la Ejecución de la Estrategia y Programa Anuales**

Artículo 38. La Secretaría Administradora será la responsable de la ejecución y cumplimiento de la Estrategia y Programa Anual de la Fiscalía General, la cual contará en todo momento con el apoyo y colaboración de las unidades administrativas.

Artículo 39. En la ejecución del Programa Anual, deberá observarse además de lo previsto en el artículo 26 de la Ley General, lo siguiente:

- I. Verificar que la información que se difunde en las campañas sea veraz y oportuna;
- II. Garantizar la 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 para ese efecto.

Capítulo Sexto De las campañas

Artículo 40. Una vez autorizado el Programa Anual, la Secretaría Administradora procederá a la elaboración de las campañas, las que deberán contener:

- I. Plan de medios;
- II. Los recursos a erogar y las partidas en las que se encuentran asignados;
- III. Archivos a publicar;
- IV. Propuesta del spot, en su caso;
- V. Cumplimiento de los lineamientos de identidad gráfica conforme al Manual de Identidad de la Fiscalía General, y
- VI. Requisitos adicionales que requiera la campaña.

El contenido de las campañas, deberá ajustarse a las reglas de comunicación social previstas en el Capítulo I del Título II de la Ley General.

Artículo 41. Los criterios para la distribución en el plan de medios asignado son:

- 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. Transparencia de la información relativa a la contratación de los medios de comunicación utilizados en una campaña, y
- IV. Los medios de comunicación utilizados en cada campaña deberán tener relación con el nivel de penetración cuantitativa en la población objetivo.

Artículo 42. La Secretaría Administradora, será la responsable de solicitar la contratación de proveedores de medios de comunicación a través de la Dirección de Administración, para cada una de las campañas conforme la programación y vigencias establecidas en el Programa Anual, una vez que estas sean autorizadas por la o el Fiscal General.

Para esos efectos, deberá justificar con criterios de calidad, que aseguren congruencia con el contenido del mensaje, la población objetivo y la oferta programática.

Artículo 43. Para la conformación del inventario de imágenes de la Fiscalía General, la Secretaría Administradora deberá resguardar los materiales recabados de producción de cine, video u fotografía con audio, para la producción de spots y cápsulas en formato original.

Artículo 44. El archivo de los materiales deberá realizarse conforme las disposiciones normativas en materia de archivos.

Artículo 45. El registro de gasto de servicios publicitarios consistentes en diseño, producción, posproducción y copiado, y/o estudios, puede solicitarse de manera independiente a la autorización de la campaña, previo a la contratación del servicio. El registro de gasto deberá corresponder a la campaña autorizada en el Programa Anual del ejercicio fiscal vigente.

Capítulo Séptimo De los Mensajes Extraordinarios

Artículo 46. Los mensajes extraordinarios son las comunicaciones de información que por su naturaleza emergente o coyuntural resultan relevantes, y que, al no ser previsibles, no se encuentran incluidos en el Programa Anual.

Artículo 47. Las unidades administrativas al identificar la necesidad de emitir un mensaje extraordinario, solicitarán de manera inmediata su difusión a la Secretaría Administradora, quien realizará la misma previa autorización del Fiscal General.

Además, solicitarán a la Secretaría Administradora, el registro del mensaje extraordinario en el Sistema de Información el mismo día de su difusión.

Artículo 48. La solicitud de registro del mensaje extraordinario, 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.

Tratándose de propuestas de registro del mensaje extraordinario por parte de la Secretaría Administradora, deberán elaborar la justificación prevista en el presente artículo.

Artículo 49. La Secretaría Administradora recibirá la solicitud y justificación del registro del mensaje extraordinario de las unidades administrativas, y lo presentará para fiscalización del gasto ejercido a la Contraloría y visto bueno para su registro.

Artículo 50. La difusión de los mensajes extraordinarios 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.

Artículo 51. Una vez que se cuente con el visto bueno de la Contraloría, los mensajes extraordinarios deberán ser incluidos en el Programa Anual y registrados por la Secretaría Administradora, en el Sistema de Información.

Capítulo Octavo De la Coemisión de las Campañas

Artículo 52. La Secretaría Administradora podrá vincular las campañas de comunicación social de la Fiscalía General, con otros entes públicos que consideren temas afines o líneas de acción compartidas, señalando debidamente a la o las dependencias que participen como coemisoras, y en ese sentido dar seguimiento puntual al Programa Anual.

Artículo 53. La coemisión de campañas, deberá contener de manera precisa las dependencias participantes en las campañas, los medios de difusión y los servicios requeridos.

El nombre de la campaña y los objetivos de comunicación deberán ser los mismos para todas las coemisoras y estar registradas en sus Programas Anuales.

Capítulo Noveno De los Recursos Presupuestarios

Artículo 54. La Secretaría Administradora, será la responsable de gestionar ante la Dirección de Administración, la inclusión dentro del presupuesto anual de cada ejercicio fiscal de la partida presupuestal correspondiente para el gasto de comunicación social, conforme a las necesidades expuestas por las unidades administrativas.

Artículo 55. Los recursos programados que sean registrados en el Programa Anual, deberán ser asignados por la Dirección de Administración en la partida respectiva conforme al clasificador por objeto del gasto de la Fiscalía General, para el ejercicio fiscal de que se trate.

Artículo 56. La Secretaría Administradora, en el caso previsto en el artículo 30 de los presentes Lineamientos, deberá revisar que la justificación esté dentro de las partidas establecidas en el presupuesto de egresos 2022 de la Fiscalía General para el ejercicio fiscal del que se trate.

Asimismo, deberá solicitar a la Dirección de Administración, la gestión para el incremento presupuestal por parte de la Secretaría de Planeación y Finanzas, verificando que la asignación de recursos se realice en la partida de gasto que corresponda.

Artículo 57. El decremento de recursos presupuestarios al Programa Anual, solo se podrá realizar si se encuentra debidamente justificada, y se cuenta el informe del área competente de la Dirección de Administración, sobre el estatus del clasificador por objeto del gasto de la Fiscalía General, así como con la autorización de modificación al Programa Anual.

TÍTULO TERCERO DE LOS REGISTROS E INFORMES

Capítulo Primero Del Sistema de Información

Artículo 58. La Estrategia y Programa Anuales se registrarán en el Sistema de Información, que estará a cargo de la Secretaría Administradora, el cual podrá ser sujeto de revisión en cualquier momento por la Contraloría.

El registro deberá realizarse de forma previa a la entrega de la Estrategia y Programa Anuales al Poder Legislativo del Estado.

Artículo 59. El Sistema de Información contendrá, además de la Estrategia y Programa Anuales, los datos relativos a:

- I. Ajustes y modificaciones al Programa Anual, que abarca la inclusión de mensajes extraordinarios;
- II. Recurso disponible, comprometido, devengado, ejercido y pagado;
- III. Cumplimiento de metas conforme el calendario o cronograma establecido, y
- IV. Resultados de evaluación de las campañas.

Capítulo Segundo Del Sistema Público

Artículo 60. En el Sistema Público, se registrará y dará seguimiento a las erogaciones que realiza la Fiscalía General 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.

El registro de la información estará a cargo de la Secretaría Administradora.

Artículo 61. La Contraloría revisará la información registrada en el Sistema de Información y fiscalizará la ejecución del recurso.

Capítulo Tercero De las Obligaciones de Transparencia y Rendición de Cuentas

Artículo 62. La Secretaría Administradora, garantizará la máxima publicidad de la información relacionada con la contratación y manejo de recursos públicos destinados a la comunicación social de la Fiscalía General.

Para los efectos anteriores, deberá publicar en la sección de transparencia de la página web de la Fiscalía General, y ser transferida a la Plataforma de Transparencia del Instituto Nacional de Acceso a la Información, la información prevista en el artículo 40 de la Ley General, en términos de la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información, Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Querétaro y demás normatividad aplicable.

Artículo 63. Semestralmente la Secretaría Administradora, deberá publicar en la sección de transparencia de la página web de la Fiscalía General, 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 64. Bimestralmente la Secretaría Administradora, deberá emitir un informe al Poder Legislativo del Estado de Querétaro y a la Entidad Superior de Fiscalización del Estado de Querétaro, sobre la ejecución de los programas y actividades de la Fiscalía General, debiendo contener dicho informe los preceptos señalados en el artículo 42 de la Ley General.

Capítulo Cuarto **De la Evaluación de Resultados de las Campañas**

Artículo 65. Para garantizar el uso adecuado de los recursos públicos, invertidos en las campañas de Comunicación Social, la Secretaría Administradora, realizará reportes de evaluación al finalizar cada una de ellas.

Artículo 66. 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 Anual de Comunicación Social.

TÍTULO CUARTO **DE LOS CRITERIOS DE SELECCIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Capítulo Primero **De los Criterios**

Artículo 67. La selección y contratación de los proveedores de medios de comunicación, deberá realizarse observando los principios establecidos en el artículo 2 de los presentes Lineamientos, y conforme los siguientes criterios:

- 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.

Artículo 68. Para la contratación de los proveedores de medios de comunicación y servicios, se deberá verificar que no se encuentren inhabilitados por algún ente público.

Capítulo Segundo **De la Erogación de los Recursos Presupuestarios**

Artículo 69. La Secretaría Administradora, para erogar los recursos presupuestarios designados al gasto de comunicación social de la Fiscalía General, deberá atender todos los procedimientos previstos en la normatividad aplicable a adquisiciones, enajenaciones, arrendamientos y contratación de servicios.

Artículo 70. Ningún proveedor de medios de comunicación y servicios podrá ser contratado, si no cumple con los criterios que establece el artículo 67 de los presentes Lineamientos.

De igual forma, deberán encontrarse registrados en el Padrón Nacional de Medios de Comunicación dependiente de la Secretaría de Gobernación.

TÍTULO QUINTO SUSPENSIÓN DE CAMPAÑAS

Capítulo Único De la Suspensión de Campañas

Artículo 71. Las campañas de la Fiscalía General, podrán ser suspendidas por la Secretaría Administradora.

En aquellos casos en los que la campaña esté a cargo de medios de comunicación, deberá incluirse en los contratos que suscriba el Comité de Adquisiciones, la cláusula de suspensión.

Artículo 72. La difusión de las campañas de la Fiscalía General, se realizará conforme a lo dispuesto en la Ley General, en su Capítulo IV, denominado “De la Difusión de la Comunicación Social durante los Procesos Electorales”, la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales y las demás disposiciones aplicables, en las que se incluye lo relativo a la suspensión.

TRANSITORIOS

PRIMERO. Los presentes Lineamientos entrarán en vigor al día siguiente de su publicación en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Querétaro “La Sombra de Arteaga”.

SEGUNDO. Hasta en tanto no se encuentre disponible el Padrón Nacional de Medios de Comunicación a que hace referencia el artículo 70 de los presentes Lineamientos, bastará con el registro en el Padrón de Proveedores de la Fiscalía General.

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

MTRO. ALEJANDRO ECHEVERRÍA CORNEJO
FISCAL GENERAL DEL ESTADO DE QUERÉTARO
Rúbrica

Dado en el Edificio Central de la Fiscalía General del Estado de Querétaro, sito en la ciudad de Santiago de Querétaro, Querétaro, a los nueve días del mes de febrero de dos mil veintidós.