

DOF: 24/01/2012

NOTA Aclaratoria al Acuerdo por el que se establecen los lineamientos generales para las campañas de comunicación social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para el ejercicio fiscal 2012, publicado el 31 de diciembre de 2011.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Secretaría de Gobernación.

NOTA ACLARATORIA AL ACUERDO POR EL QUE SE ESTABLECEN LOS LINEAMIENTOS GENERALES PARA LAS CAMPAÑAS DE COMUNICACION SOCIAL DE LAS DEPENDENCIAS Y ENTIDADES DE LA ADMINISTRACION PUBLICA FEDERAL PARA EL EJERCICIO FISCAL 2012, PUBLICADO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACION EL 31 DE DICIEMBRE DE 2011.

En la página 2, párrafo tercero, del artículo 1, dice:

A las entidades de la Administración Pública Federal que sean reconocidas como Centros Públicos de Investigación en los términos de la Ley de Ciencia y Tecnología, la Procuraduría Agraria, la Procuraduría Federal del Consumidor, la Agencia de Noticias del Estado Mexicano, las sociedades nacionales de crédito, las organizaciones auxiliares nacionales del crédito, las instituciones nacionales de seguros y fianzas, el Instituto Federal de Acceso a la Información Pública y Protección de Datos y el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, sólo les resulta aplicable lo dispuesto en los artículos 3, 6, 9, 10 y 11 de los presentes Lineamientos.

Debe decir:

A las entidades de la Administración Pública Federal que sean reconocidas como Centros Públicos de Investigación en los términos de la Ley de Ciencia y Tecnología, la Procuraduría Agraria, la Procuraduría Federal del Consumidor, la Agencia de Noticias del Estado Mexicano, las sociedades nacionales de crédito, las organizaciones auxiliares nacionales del crédito, las instituciones nacionales de seguros y fianzas, el Instituto Federal de Acceso a la Información Pública y Protección de Datos, sólo les resulta aplicable lo dispuesto en los artículos 3, 6, 9, 10, 11 y 14 de los presentes Lineamientos.

En la página 5, fracción IV, del artículo 3 dice:

IV. Atender lo dispuesto por el artículo 41, Base III, Apartado C, párrafo segundo del mismo ordenamiento en relación con la suspensión de difusión en los medios de comunicación social durante el tiempo que comprendan las campañas electorales federales y locales y hasta la conclusión de la respectiva jornada comicial;

Debe decir:

IV. Atender lo dispuesto por el artículo 41, Base III, Apartado C, párrafo segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en relación con la suspensión de difusión en los medios de comunicación social durante el tiempo que comprendan las campañas electorales federales y locales y hasta la conclusión de la respectiva jornada comicial;

En la página 7, fracción IV del artículo 4, dice:

IV. Modificaciones y ajustes a los programas anuales de comunicación social.

Debe decir:

V. Modificaciones y ajustes a los programas anuales de comunicación social.

En la página 13, quinto y séptimo párrafo, del artículo 8, dice:

En concordancia con el artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, correlacionado con el artículo 4 de los presentes Lineamientos los estudios para medir la pertinencia y efectividad de las campañas no deberán incluir nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción o indagación personalizada de la imagen de cualquier servidor público.

...

La DGNC sólo recibirá para su evaluación aquellos estudios: que correspondan a una campaña específica o que por su naturaleza apoyen la planeación y desarrollo de la misma; siempre y cuando la evaluación se vincule estrechamente con la campaña en resultados y efectos de difusión y se apeguen a los tipos de estudios pre-test, post-test y de seguimiento.