

## **LINEAMIENTOS PARA LA OPERATIVIDAD EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL INSTITUTO ELECTORAL DEL ESTADO DE QUERÉTARO**

### **Índice**

Exposición de motivos.....	2
Título I. Disposiciones generales .....	4
Título II. Estrategia y Programa Anual de Comunicación Social .....	7
Título III. Eventos y actos públicos .....	8
Capítulo I. De la difusión y cobertura de las actividades institucionales .....	8
Capítulo II. Actividades externas.....	10
Capítulo III. Reuniones de trabajo .....	11
Título IV. Plataformas institucionales .....	11
Capítulo I. Redes sociales .....	11
Capítulo II. Revista institucional .....	13
Título V. Visibilización de funciones y actividades institucionales.....	13
Título VI. Diseño y producción audiovisual .....	14
Título VII. Síntesis de prensa .....	15
Título VIII. Entrevistas y ruedas de prensa .....	15
Capítulo I. Entrevistas .....	15
Capítulo II. Ruedas de prensa.....	16
Artículos transitorios.....	17

## Exposición de motivos

La libertad de expresión y el derecho a la información son derechos para el desarrollo de un régimen democrático, reconocidos como fundamentales en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM) y de carácter universal conforme a la normatividad internacional.

En ese sentido, el artículo 134, párrafo noveno de la CPEUM dispone 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. En ningún caso esta propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier persona servidora pública.

Así, para regular lo relativo a la propaganda gubernamental, en 2018 se publicó en el Diario Oficial de la Federación, la Ley General de Comunicación Social, reglamentaria de la referida disposición constitucional, que dispone las bases para la elaboración y aprobación de la estrategia y programa anual de comunicación social que deben emitir los entes públicos en cada ejercicio fiscal, entre otras cuestiones.

En lo particular, el Instituto Electoral del Estado de Querétaro, es el organismo público local en materia electoral, en los términos previstos en la CPEUM, la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Querétaro y las leyes que de ambas emanan. Goza de autonomía en su funcionamiento e independencia en sus decisiones, asimismo cuenta con los recursos presupuestarios, técnicos, humanos y materiales que requiera para el ejercicio directo de sus atribuciones y funciones.

Para el cumplimiento de sus fines, cuenta con órganos de dirección, ejecutivos, operativos y técnicos, dentro de los que se encuentra la Coordinación de Comunicación Social, cuyas atribuciones son las establecidas en el Reglamento Interior del Instituto Electoral del Estado de Querétaro (Reglamento Interior), las cuales requieren dotarse operatividad mediante un instrumento normativo interno que establezca con claridad los procedimientos, criterios técnicos y niveles de responsabilidad.

Ello pues, el artículo 109 del Reglamento Interior del Instituto, establece de manera general las atribuciones de la Coordinación de Comunicación Social, vinculadas con la planeación y estrategia del Programa Anual de Comunicación Social, difusión de actividades institucionales por diversos medios, monitoreo de medios de información, vinculación



Instituto Electoral del  
Estado de Querétaro

institucional, elaboración de informes, labores de diseño gráfico y producción audiovisual, entre otras, por lo que a través del documento se busca establecer la precisión de sus procedimientos con la finalidad de efficientar recursos materiales y humanos, así como potenciar la claridad en el desarrollo de actividades en dicha materia.

## **Título I. Disposiciones generales**

**Artículo 1.** Los presentes Lineamientos tienen por objeto establecer las bases para el diseño de la estrategia y programa anual de comunicación social, la administración de las plataformas digitales oficiales, las solicitudes de diseño y producción audiovisual, la difusión de información de interés público vinculada con los fines institucionales y otras actividades en materia de comunicación social, de conformidad con las atribuciones previstas en el Reglamento Interior del Instituto Electoral del Estado de Querétaro y demás disposiciones aplicables.

**Artículo 2.** Estos Lineamientos son de observancia obligatoria para la Coordinación de Comunicación Social, órganos y funcionariado del Instituto Electoral del Estado de Querétaro que intervengan en las actividades de comunicación social.

**Artículo 3.** Se aplicará de manera supletoria la Ley General de Comunicación Social, la Ley Electoral del Estado de Querétaro y demás normatividad en la materia.

Los supuestos no previstos en estos Lineamientos serán resueltos por la presidencia y consejerías electorales del Consejo General del Instituto Electoral del Estado de Querétaro, bajo los principios que rigen la función electoral.

**Artículo 4.** Para los efectos de estos Lineamientos, se entenderá:

### **I. En cuanto a ordenamientos jurídicos:**

**a) Ley de Comunicación:** Ley General de Comunicación Social.

**b) Lineamientos:** Lineamientos en Materia de Comunicación Social del Instituto Electoral del Estado de Querétaro.

**c) Reglamento Interior:** Reglamento Interior del Instituto Electoral del Estado de Querétaro.

### **II. En cuanto a autoridades electorales y órganos:**

**a) Comité Administrador:** Comité Administrador en Materia de Comunicación Social del Instituto Electoral del Estado de Querétaro.

**b) Consejo General:** Consejo General del Instituto Electoral del Estado de Querétaro.

**c) Coordinación de Comunicación Social:** Coordinación de Comunicación Social del Instituto Electoral del Estado de Querétaro.

**d) Dirección de Tecnologías:** Dirección de Tecnologías de la Información del Instituto Electoral del Estado de Querétaro.

**e) Instituto:** Instituto Electoral del Estado de Querétaro.

### **III. En cuanto a los conceptos:**

**a) Claridad de la información:** La información generada por el Instituto deberá presentarse de forma clara, accesible y comprensible para toda la ciudadanía.

**b) Estrategia Anual de Comunicación Social:** Instrumento de planeación que aprueba el Comité Administrador, el cual expresa los temas prioritarios que el Instituto pretende difundir durante el ejercicio fiscal correspondiente.

**c) Imparcialidad:** La información institucional deberá garantizar la neutralidad, sin favorecer o perjudicar a persona alguna, partido político, candidatura, organización o cualquier otra.

**d) Objetividad:** La información institucional que se difunda deberá basarse en datos o hechos verificables, de manera precisa y libre de juicios de valor u opiniones.

**e) Pertinencia:** La información institucional que se difunda debe ser congruente con las funciones, fines y atribuciones institucionales, asegurando su utilidad para la ciudadanía.

**f) Plataformas institucionales:** Sitios, canales y medios de comunicación bajo la titularidad o administración del Instituto, que son empleados para la difusión de contenidos, actividades, campañas, servicios, convocatorias, opiniones institucionales u otras expresiones relacionadas con el cumplimiento de sus fines.

Estas plataformas comprenden, de manera enunciativa, mas no limitativa:

- El sitio de Internet del Instituto [www.ieeq.mx](http://www.ieeq.mx).



Instituto Electoral del  
Estado de Querétaro

- Las cuentas del Instituto en las redes sociales Facebook, X, Instagram, YouTube y TikTok.
- El programa institucional “Expresiones para elegir”.
- La revista institucional “Expresiones”.
- Herramientas de mensajería o comunicación que sean administradas por la Coordinación de Comunicación Social.

**g) Programa Anual de Comunicación Social:** Conjunto de campañas de comunicación social a difundirse en un ejercicio fiscal derivadas de la Estrategia Anual de Comunicación Social.

**h) Relevancia institucional:** La comunicación social del Instituto deberá orientarse en construir, proyectar y mantener una imagen institucional coherente con sus fines y principios, así como contribuir al fortalecimiento de la identidad institucional y reconocimiento público.

**i) Sistema ordinario:** Aplicación informática desarrollada por la Dirección de Tecnologías, cuyo propósito es optimizar y sistematizar las comunicaciones internas del Instituto mediante el registro, seguimiento y gestión de requerimientos ordinarios entre sus áreas.

**Artículo 5.** Las actividades que se realicen en materia de comunicación social deberán apegarse a los principios de la función electoral, así como cumplir con los parámetros siguientes:

- I.** Promover el conocimiento y la difusión de los valores y cultura democrática, los principios constitucionales, derechos y obligaciones en materia electoral.
- II.** Abstenerse de difundir contenidos que, de manera personalizada, destaquen nombres, imágenes, voces o símbolos asociados a personas servidoras públicas, partidos políticos, coaliciones, candidaturas independientes o aspirantes a éstas.
- III.** Evitar la emisión de mensajes que resulten discriminatorios, sexistas, que inciten a la violencia, o bien, que sean contrarios a los derechos humanos.

**IV.** Utilizar lenguaje incluyente, ciudadano y no sexista.

**V.** Procurar que los contenidos cuenten con versiones y formatos accesibles para personas con discapacidad y, en el caso de comunidades indígenas, se difundan en su lengua o lenguas originarias.

**VI.** Fomentar espacios de comunicación que propicien el diálogo informado, respetuoso y plural entre la ciudadanía y el Instituto.

## **Título II. Estrategia y Programa Anual de Comunicación Social**

**Artículo 6.** La estrategia y el programa anual de comunicación social que presente la Coordinación de Comunicación Social al Comité Administrador deberán contener, al menos, lo siguiente:

**I.** Fines institucionales.

**II.** Líneas de acción.

**III.** Cronograma de actividades.

**IV.** Medios de difusión.

**V.** Recursos materiales y humanos necesarios.

**VI.** Mecanismos de evaluación y monitoreo.

**VII.** Los previstos en la Ley de Comunicación.

Las propuestas deberán considerar la naturaleza permanente de las funciones institucionales y la temporalidad de los procesos electorales.

**Artículo 7.** Una vez aprobadas la estrategia y programa anual de comunicación social, la Coordinación de Comunicación Social será responsable de su implementación y, en la sesión del Comité Administrador que corresponda, deberá rendir un informe final sobre los resultados obtenidos.

Asimismo, verificará el retiro de la propaganda derivada de las campañas institucionales.

**Artículo 8.** La Coordinación de Comunicación Social deberá presentar al Comité Administrador las propuestas de mensajes extraordinarios, distintos a los contenidos en el programa anual de comunicación social, cuando se presente alguna de las causas previstas en el Reglamento Interior.

Dichos mensajes deberán basarse en necesidades justificadas y contar con una exposición de motivos, con apego a los principios rectores de la función electoral y para el ejercicio del gasto público en materia de comunicación social.

**Artículo 9.** Con independencia de lo aprobado en la estrategia y el programa anual de comunicación social, de manera trimestral, la Coordinación de Comunicación Social remitirá a las consejerías electorales del Consejo General, un cronograma sobre el contenido institucional que se publicará en cualquier medio de comunicación, que deberá contener, al menos, lo siguiente:

I. Parrilla de contenido.

II. Área que propuso el contenido a publicar.

Para tal efecto, las consejerías electorales contarán con un plazo de cinco días hábiles para emitir sus observaciones y visto bueno.

La publicación del contenido procederá únicamente con la validación de la mayoría de las consejerías electorales del Consejo General.

**Artículo 10.** La Coordinación de Comunicación Social presentará a la Comisión de Vinculación, trimestralmente, un informe de las actividades desarrolladas, mismo que deberá incluir, al menos, un análisis de los impactos en cualquier medio, mensajes privados y comentarios en redes sociales, así como conclusiones.

### **Título III. Eventos y actos públicos**

#### **Capítulo I. De la difusión y cobertura de las actividades institucionales**

**Artículo 11.** Para garantizar la difusión y cobertura de los eventos y actos públicos organizados por el Instituto, así como el diseño y producción de los materiales gráficos requeridos, las áreas responsables, consejerías electorales y secretarías técnicas de comisiones, deberán hacerlo del conocimiento de la Coordinación de Comunicación Social,



mediante el Sistema ordinario, con al menos diez días hábiles de anticipación a que tengan verificativo.

La información mínima que deberá remitirse es:

- I.** Denominación del evento o acto público.
- II.** Fecha, horario y lugar de celebración.
- III.** Autoridades participantes, invitadas, así como público al que va dirigido.
- IV.** Logotipos o emblemas correspondientes.
- V.** Objetivo general.
- VI.** Solicitud de cobertura del evento o acto por parte del personal de la Coordinación de Comunicación Social.
- VII.** Solicitud para que el evento o acto público sea transmitido en vivo a través de las plataformas institucionales.
- VIII.** Descripción de los elementos técnicos requeridos para el diseño de invitaciones, banners, personificadores, reconocimientos u otros materiales gráficos, de conformidad con el Manual de Usos y Aplicaciones de la Imagen Gráfica del Instituto.

La Coordinación de Comunicación Social contará con cuatro días hábiles para el diseño de los materiales gráficos requeridos, los cuales serán remitidos al área solicitante para su validación dentro de los cuatro días hábiles siguientes.

**Artículo 12.** La Coordinación de Comunicación Social solicitará a la Dirección de Tecnologías la publicación de un banner alusivo al evento o acto público en el apartado correspondiente del sitio de Internet del Instituto, para su difusión previa.

**Artículo 13.** La Coordinación de Comunicación Social, de conformidad con el área solicitante, llevará a cabo las publicaciones en las plataformas institucionales durante los cinco días naturales previos al evento o acto público, plazo que podrá ampliarse por la naturaleza del evento, o bien, si el acto es de carácter permanente o continuado.

Las publicaciones podrán incluir invitaciones, carteles, mensajes alusivos u otros elementos adaptados al público al que va dirigido y al tipo de evento o acto público.

**Artículo 14.** La Coordinación de Comunicación Social, previa solicitud del área correspondiente, elaborará un boletín informativo para su difusión, de manera previa o posterior a la realización del evento o acto público.

Dicha difusión se realizará a través de:

**I.** La página de Internet del Instituto, en el apartado de Boletines.

**II.** Correo electrónico.

**III.** Personas representantes de medios de comunicación, conforme con el directorio institucional vigente.

La emisión de boletines deberá realizarse conforme a los principios de pertinencia, objetividad, claridad de la información y relevancia institucional.

La Coordinación de Comunicación Social elaborará la metodología interna para procesar la información contenida en dichos boletines.

**Artículo 15.** En los eventos y actos públicos organizados por el Instituto que, por su relevancia temática, impacto institucional o necesidad de mayor alcance, así se requiera, la Coordinación de Comunicación Social, previo acuerdo entre las consejerías electorales, podrá implementar acciones complementarias para su difusión.

Estas acciones podrán incluir, entre otras:

**I.** Realización de ruedas de prensa.

**II.** Organización de entrevistas.

**III.** Producción y emisión de materiales promocionales en radio, televisión o plataformas digitales.

## **Capítulo II. Actividades externas**

**Artículo 16.** Los eventos y actos organizados por instituciones externas en los que participen las consejerías electorales o el funcionariado en representación institucional, podrán ser objeto de difusión a través de su publicación en las plataformas institucionales.

Para ello, la Coordinación de Comunicación Social deberá conocer con al menos un día hábil de anticipación la información siguiente:

- I.** Nombre del evento.
- II.** Institución convocante.
- III.** Fecha, hora y lugar del evento.
- IV.** Participación que tendrá la persona que acuda en representación del Instituto.
- V.** Tipo de difusión requerida.

La Coordinación de Comunicación Social evaluará la pertinencia de los contenidos a publicar con base en los parámetros del artículo 5 de estos Lineamientos, previo conocimiento de las consejerías electorales.

### **Capítulo III. Reuniones de trabajo**

**Artículo 17.** Las actividades de carácter privado en las que participe el funcionariado del Instituto no serán objeto de difusión pública a través de las plataformas institucionales.

## **Título IV. Plataformas institucionales**

### **Capítulo I. Redes sociales**

**Artículo 18.** La persona titular de la Coordinación de Comunicación Social será responsable del acceso y manejo de las cuentas de las redes sociales institucionales.

**Artículo 19.** Las redes sociales institucionales deberán configurarse como espacios abiertos que permitan la interacción pública, lo que incluye la habilitación de comentarios.

**Artículo 20.** La Coordinación de Comunicación Social será responsable de monitorear de forma continua los comentarios y mensajes privados realizados en las redes sociales institucionales, con el fin de identificar aquellos que requieran atención institucional, conforme a lo siguiente:

- I.** La información que sea de carácter general o público que se encuentre a disposición del personal designado de la Coordinación de Comunicación Social, deberá ser atendido bajo



Instituto Electoral del  
Estado de Querétaro

los principios de inmediatez y verificación de las fuentes, previa validación de la persona titular de dicho órgano.

**II.** En los supuestos de que la información solicitada requiera una atención especializada, se aportará a la persona solicitante, los datos de contacto del área del Instituto correspondiente, previo aviso que se dé a ésta.

En los casos en que los comentarios pudieran constituir incitación al odio, violencia, discriminación o cualquier otra que atente contra la dignidad, las personas involucradas podrán ejercer las acciones que correspondan conforme a derecho.

**Artículo 21.** En las publicaciones realizadas en las redes sociales institucionales se podrá referir a las consejerías electorales, personas funcionarias del Instituto, personas externas, instituciones u organizaciones que participen en las actividades institucionales, mediante el uso de menciones, etiquetas o herramientas disponibles, según las características propias de cada plataforma.

La inclusión de estas referencias deberá realizarse con apego a los principios de objetividad, imparcialidad, neutralidad y equidad.

**Artículo 22.** La Coordinación de Comunicación Social podrá replicar en las plataformas del Instituto los contenidos generados por personas, instituciones u organizaciones que colaboren en eventos o actividades institucionales, siempre que se cumpla al menos lo siguiente:

**I.** Dicha difusión sea notificada formalmente o se haga del conocimiento del Instituto con la debida oportunidad.

**II.** El contenido sea congruente con los fines y principios rectores de la función electoral.

**III.** No se vulnere la imagen institucional ni se incurra en proselitismo, promoción personalizada u otros fines contrarios a la normatividad electoral.

La Coordinación de Comunicación Social valorará cada caso, en colaboración con las consejerías electorales.

**Artículo 23.** La creación de nuevas cuentas institucionales en redes sociales distintas a las referidas en estos Lineamientos deberá aprobarse por las consejerías electorales del Consejo General, previa evaluación realizada por la Coordinación de Comunicación Social, mediante

la emisión de un análisis sobre su idoneidad, pertinencia y viabilidad, considerando el alcance y seguridad de la plataforma, así como su alineación con los fines institucionales.

## **Capítulo II. Revista institucional**

**Artículo 24.** La revista institucional “Expresiones” tiene como propósito informar a la ciudadanía acerca de las actividades que realiza este Instituto y abordar temas relevantes del ámbito político-electoral.

La edición de los contenidos de la revista estará a cargo de la Coordinación de Comunicación Social, en colaboración con las consejerías electorales del Consejo General y el funcionariado del Instituto. Su publicación se realizará trimestralmente.

## **Título V. Visibilización de funciones y actividades institucionales**

**Artículo 25.** La visibilización institucional se entenderá como el conjunto de acciones, estrategias y mecanismos orientados a dar a conocer, difundir y comunicar de manera clara, accesible y oportuna las funciones, actividades y resultados del Instituto a la ciudadanía y a los sectores interesados, con el fin de garantizar la transparencia, rendición de cuentas y el acceso a la información pública de conformidad con la normatividad aplicable.

**Artículo 26.** La Coordinación de Comunicación Social, con la colaboración de las áreas del Instituto, deberá diseñar estrategias de comunicación institucional, implementar las acciones necesarias para la difusión de las funciones y actividades desarrolladas por los órganos del Instituto, así como evaluar los resultados.

El acceso y aparición en las plataformas institucionales respecto de las actividades de los distintos órganos del Instituto se registrarán bajo el principio de equidad.

**Artículo 27.** Para efectos del artículo anterior, la difusión podrá hacerse, de manera enunciativa, mas no limitativa, a través de los medios siguientes:

- I.** La revista institucional “Expresiones”.
- II.** El programa “Expresiones para elegir”.
- III.** Las plataformas institucionales.
- IV.** Organización de foros informativos, conferencias y actos públicos.
- V.** Emisión de comunicados y boletines.
- VI.** Producción y difusión de materiales impresos y audiovisuales.

**VII.** Cualquier otro medio aprobado por el Comité Administrador, que permita el acceso efectivo a la información institucional.

**Artículo 28.** Cada órgano del Instituto será responsable de proporcionar a la Coordinación de Comunicación Social la información requerida para la difusión de sus actividades, debiendo incluir datos verificables, precisos y actualizados.

La Coordinación de Comunicación Social deberá corroborar la coherencia del contenido con los principios institucionales antes de su publicación y podrá realizar adaptaciones para mejorar su claridad y accesibilidad.

**Artículo 29.** Los contenidos difundidos deberán presentarse preferentemente mediante infografías, cápsulas informativas, entrevistas, reportajes, contenido interactivo audiovisual u otros formatos didácticos que favorezcan la comprensión ciudadana y resalten el valor público de las funciones institucionales.

En todos los casos, se deberá privilegiar un enfoque claro, imparcial, con lenguaje incluyente, claro y libre de tecnicismos innecesarios.

## **Título VI. Diseño y producción audiovisual**

**Artículo 30.** Las solicitudes en materia de diseño gráfico y producción audiovisual dirigidas a la Coordinación de Comunicación Social serán atendidas por las personas diseñadoras adscritas a ésta, sin distinción de origen de la solicitud ni preferencia jerárquica, garantizando el principio de equidad institucional para su asignación.

**Artículo 31.** Toda solicitud deberá enviarse mediante medios oficiales de comunicación interna e incluir, al menos, los elementos siguientes:

- I.** Objetivo del material.
- II.** Formato o plataforma de difusión.
- III.** Público destinatario.
- IV.** Especificaciones técnicas requeridas (dimensiones, duración, logotipos, colores, etc.).
- V.** Fecha límite de entrega solicitada.

## **VI. Persona responsable de seguimiento.**

### **Título VII. Síntesis de prensa**

**Artículo 32.** La Coordinación de Comunicación Social elaborará diariamente una síntesis de prensa con información relevante de los medios de comunicación impresos y digitales de cobertura local y nacional, así como de redes sociales, el cual deberá contener información relacionada con el Instituto y en materia político-electoral.

**Artículo 33.** La síntesis de prensa será remitida, de lunes a viernes, a más tardar a las 09:00 horas, a través de correo electrónico institucional dirigido a las consejerías electorales del Consejo General, secretarías técnicas de comisiones y titulares de área del Instituto.

Asimismo, se publicará en el apartado de “Síntesis Informativa” del sitio de Internet del Instituto.

**Artículo 34.** Los productos informativos mencionados deberán observar los criterios de imparcialidad, pertinencia y objetividad, cuyo objetivo es crear instrumentos de seguimiento informativo y apoyo al quehacer institucional.

Se consideran como medios de comunicación susceptibles de monitoreo, aquellos de contenido periodístico como entrevistas, reportajes, noticias y artículos de circulación local y nacional, así como redes sociales y plataformas digitales.

Las temáticas objeto de monitoreo deberán ser de relevancia institucional y estar vinculadas con las materias política, electoral y gubernamental.

La Coordinación de Comunicación Social elaborará la metodología para realizar el procesamiento de la información correspondiente.

### **Título VIII. Entrevistas y ruedas de prensa**

#### **Capítulo I. Entrevistas**

**Artículo 35.** Las entrevistas a consejerías electorales del Consejo General, así como a la persona titular de la Secretaría Ejecutiva del Instituto, solicitadas por las personas representantes de los medios de comunicación se atenderán conforme a lo siguiente:

**I.** Cuando la solicitud se dirija a la Coordinación de Comunicación Social, ésta la someterá a consideración de la consejería electoral de que se trate, o bien de la persona titular de la Secretaría Ejecutiva, quienes determinarán sobre la procedencia o no de la entrevista.

Para tal efecto, deberá recabar, al menos, nombre completo de la persona reportera y del medio al que pertenece, así como temas por tratar en la entrevista.

**II.** Cuando la solicitud se dirija directamente a la persona consejera electoral, ésta determinará sobre su procedencia o no.

El resto del funcionariado del Instituto deberá canalizar toda solicitud de entrevista a la Coordinación de Comunicación Social y abstenerse de concederla sin la autorización de dicha área.

En el caso de las Consejerías Electorales, en atención a la naturaleza de su encargo y siempre que no sea posible el cauce de la solicitud a través de la Coordinación de Comunicación Social, procurarán notificar a dicha área sobre las entrevistas que sostengan, ya sea de forma previa o una vez realizadas, con el fin de fortalecer la estrategia de comunicación institucional.

La Coordinación de Comunicación Social y las áreas competentes brindarán el acompañamiento técnico necesario con apego a los fines institucionales, así como a los parámetros previstos en el artículo 5 de estos Lineamientos.

**Artículo 36.** Una vez confirmada la entrevista, la Coordinación de Comunicación Social proporcionará a la persona entrevistada aquella información, datos estadísticos o apoyo que se requiera para la atención de la solicitud de entrevista.

**Artículo 37.** La Coordinación de Comunicación Social será la responsable de resguardar el testimonio en medio digital de las entrevistas realizadas a las consejerías electorales del Consejo General.

## **Capítulo II. Ruedas de prensa**

**Artículo 38.** La Coordinación de Comunicación Social podrá organizar ruedas de prensa institucionales como mecanismo para la interacción entre el Instituto y medios de comunicación, a fin de difundir posicionamientos, datos relevantes o acciones institucionales.



Las ruedas de prensa deberán realizarse, preferentemente:

- I. De manera posterior al desarrollo de una sesión del Consejo General.
- II. Cuando así lo determine la presidencia o consejerías electorales del Consejo General, en atención a la necesidad de emitir un posicionamiento institucional sobre temas de interés público.

**Artículo 39.** Las ruedas de prensa deberán celebrarse en el espacio que sea asignado por la Coordinación de Comunicación Social y cuente, preferentemente, con las condiciones siguientes:

- I. Espacio con acceso controlado, ventilación o climatización.
- II. Imagen institucional visible.
- III. Área asignada para periodistas, con espacio suficiente para dispositivos de grabación y registro.

**Artículo 40.** Una vez finalizada la rueda de prensa, la Coordinación de Comunicación Social deberá resguardar el testimonio en medio digital.

## TRANSITORIOS

**PRIMERO.** Los presentes Lineamientos entrarán en vigor una vez aprobados por el Consejo General del Instituto Electoral del Estado de Querétaro.

**SEGUNDO.** A fin de dar cumplimiento a las obligaciones previstas en los presentes Lineamientos, la Coordinación de Comunicación Social deberá realizar los ajustes necesarios al Programa Operativo Anual del año siguiente, para someter a consideración del Consejo General.

Lo anterior deberá efectuarse en el siguiente periodo de planeación institucional, sin que ello constituya impedimento para que las disposiciones aquí establecidas sean atendidas de manera inmediata.

**TERCERO.** Con el fin de armonizar la normatividad institucional con lo dispuesto en los presentes Lineamientos se deberán realizar las modificaciones necesarias a la normatividad interna del Instituto.



Instituto Electoral del  
Estado de Querétaro

**CUARTO.** Se ordena la publicación de los presentes Lineamientos en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Querétaro “La Sombra de Arteaga” y en el sitio de Internet del Instituto.