



(18)

00003624



CC. DIPUTADOS SECRETARIOS DE LA
SEXAGESIMA SEGUNDA LEGISLATURA DEL
HONORABLE CONGRESO DEL ESTADO
PRESENTE.-

El que suscribe, Diputado Mauricio Ramírez Konishi, integrante de esta LXII Legislatura y del Grupo Parlamentario del Partido Revolucionario Institucional, en ejercicio de las atribuciones que me son conferidas en la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de San Luis Potosí, la Ley Orgánica del Poder Legislativo y el Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso del Estado; me permito someter a la consideración de esta Honorable Soberanía, iniciativa con proyecto de Decreto para expedir la Ley Reglamentaria del Artículo 135 de la Constitución del Estado de San Luis Potosí, como complemento a la regulación del artículo 135 de la Constitución Política del Estado de San Luis Potosí, de acuerdo a la siguiente:

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Una demanda de la ciudadanía ha sido que el ejercicio de los recursos públicos, sea ejercido con la debida transparencia, eficiencia, eficacia y orientación hacia el destino de satisfacción de las necesidades colectivas.

En este sentido, hace trece años, en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos se establecieron obligaciones, y específicamente en el artículo 134, respecto del uso eficaz y eficiente de los recursos públicos, así como las prohibiciones para emplear los recursos públicos hacia un fin de promoción personal.

La Constitución Política del Estado de San Luis Potosí, fue armonizada inmediatamente en su artículo 135 con las finalidades, obligaciones y prohibiciones del artículo 134 de la Constitución del país.

A nivel federal, hace poco más de un año, fue publicada la Ley General de Comunicación Social.

Al respecto quiero recordar de manera ilustrativa los últimos tres párrafos del artículo 135 de la Constitución Política del Estado de San Luis Potosí:

Art. 135.

Los servidores públicos del Estado, organismos constitucionales autónomos, y sus ayuntamientos, tienen, en todo tiempo, la obligación de aplicar con imparcialidad los

recursos públicos que están bajo su responsabilidad, sin influir en la equidad de la competencia entre los partidos políticos.

La propaganda, bajo cualquier modalidad de comunicación social, que difundan como tales, los poderes públicos, los organismos constitucionales autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública, y cualquier otro ente de gobierno, deberá tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social. En ningún caso dicha propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público.

Las leyes, en sus respectivos ámbitos de aplicación, garantizarán el estricto cumplimiento de lo previsto en los dos párrafos anteriores, incluyendo el régimen de sanciones a que haya lugar.

La finalidad de mostrar los últimos párrafos del artículo es la de resaltar la falta de leyes complementarias que permitan dar solidez y vigencia a los preceptos; hace falta tener una reglamentación para que no se empleen los recursos públicos hacia la promoción personal, o de partidos que generan inequidad de la competencia. Lo anterior, posterior a un análisis a las leyes que pudiesen ser consideradas como complementarias: Ley de Transparencia y Acceso a la Información del Estado de San Luis Potosí y en su caso, a la Ley Electoral del Estado de San Luis Potosí.

En razón a ello, me permito presentar la iniciativa para la creación de una Ley denominada: Ley Reglamentaria del Artículo 135 de la Constitución del Estado de San Luis Potosí, cuya finalidad no implica un contrasentido al valor democrático de la rendición de cuentas, de forma que limite a las administraciones gubernamentales el informar a los ciudadanos sobre lo que se hace a favor de ellos y sus familias. Esta Ley pretende fortalecer los procesos de transparencia y equidad tal y como lo mandata la Constitución, estableciendo las normas básicas de propaganda gubernamental y en su caso, las sanciones que llegasen a ser procedentes por su incumplimiento.

Por lo expuesto, presento ante esta Asamblea el siguiente:

PROYECTO DE DECRETO

PRIMERO.- La Sexagésima Primera Legislatura Constitucional del Estado Libre y Soberano de San Luis Potosí, expide la Ley Reglamentaria del Artículo 135 de la Constitución del Estado de San Luis Potosí para quedar como sigue:

LEY REGLAMENTARIA DEL ARTÍCULO 135 DE LA CONSTITUCIÓN DEL ESTADO DE SAN LUIS POTOSÍ EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

TÍTULO PRIMERO DE LA PROPAGANDA GUBERNAMENTAL

Capítulo Primero. Disposiciones Generales

Artículo 1.- La presente Ley es de orden público e interés social, de observancia general en el Estado, es reglamentaria del artículo 135 de la Constitución Política del Estado de San Luis Potosí en materia de comunicación social y propaganda que realiza la Administración Estatal y las administraciones municipales, sus entidades y dependencias, así como los organismos a los que la Constitución les otorga autonomía.

Sus disposiciones tienen por objeto normar la difusión de comunicación social y propaganda que realizan los entes públicos regulados, con el fin de garantizar su carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social, así como evitar su uso para la promoción personalizada de servidores públicos, preservar los principios de imparcialidad y equidad en la competencia política así como de fijar las sanciones aplicables por el incumplimiento de las disposiciones legales en esta materia.

La presente Ley tiene por objeto establecer las normas a que deberán sujetarse los Entes Públicos a fin de garantizar que el gasto en Comunicación Social cumpla con los criterios de eficiencia, eficacia,

economía, transparencia y honradez, y respete los topes presupuestales, límites y condiciones de ejercicio que establezcan los presupuestos de egresos respectivos.

Esta Ley no regula ni se contrapone a lo establecido en materia electoral, por lo que la regulación de la propaganda de todo ente público y de los servidores públicos corresponde a las autoridades competentes.

Artículo 2.- Para efecto de lo dispuesto por la presente Ley, son sujetos obligados a su observancia y cumplimiento los servidores públicos que desempeñan un empleo, cargo o comisión de cualquier naturaleza en:

I.- La administración pública del Poder Ejecutivo del Estado, sus dependencias y sus entes paraestatales;

II.- El Congreso del Estado, sus comisiones permanentes y los legisladores integrantes de las mismas, tanto en lo individual como en grupos parlamentarios;

III.- El Poder Judicial del Estado;

IV.- Los entes autónomos estatales;

V.- Las administraciones municipales, sus dependencias y sus entes paramunicipales.

Artículo 3.- Para efectos de esta Ley, se entiende por:

I.- Agencia de publicidad: la persona física o moral que presta servicios de producción y/o distribución de propaganda;

II.- Comunicación social: Los servicios de radio y televisión, de conformidad con lo dispuesto por la Ley Federal de Radio y Televisión; los servicios de telecomunicaciones, de conformidad con lo dispuesto por la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión; así como la prensa escrita y, en general, cualquier forma de difusión de información que se realice por señal abierta o restringida, así como en forma impresa, mediante textos, sonidos o imágenes destinados al público, cualquiera que sea el soporte o instrumento utilizado;

III.- Gasto en propaganda: Las erogaciones que realizan los sujetos obligados para el ejercicio de las actividades reguladas por esta Ley;

IV.- Imagen institucional: El conjunto de imágenes, tipografías, símbolos, identificadores, identificadores visuales, rótulos, insignias, audio e idioma de los promocionales de carácter oficial con el que se reconoce a las dependencias públicas, funcionarios públicos, comunicaciones oficiales y todo tipo de propaganda como vía de comunicación entre el gobierno y el ciudadano;

V.- Medio de comunicación: la persona física o moral que presta servicios de comunicación social;

VI.- Propaganda gubernamental: La información que difunden los sujetos obligados por esta Ley relacionada con el desempeño de sus atribuciones, a través de cualquier modalidad de comunicación social;

VII.- Campañas de Comunicación Social: Aquéllas que difunden el quehacer gubernamental, acciones o logros de Gobierno o estimulan acciones de la ciudadanía para acceder a algún beneficio o servicio público;

VIII.- Co-emisión de Campaña: Es la difusión de una Campaña de Comunicación Social 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;

IX.- Estrategia anual de Comunicación Social: Instrumento de planeación que expresa los temas gubernamentales prioritarios a ser difundidos durante el ejercicio fiscal por los Entes Públicos;

X.- Informe anual de labores o de gestión: Aquél a que se refiere la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales;

XI.- Medios de Comunicación: Son los que pueden ser captados simultáneamente por gran cantidad de individuos. Se entenderán como tales a los medios electrónicos, medios impresos, medios complementarios, medios digitales y medios públicos;

XII.- Programa Anual de Comunicación Social: Conjunto de Campañas de Comunicación Social, derivadas de la Estrategia anual de Comunicación Social, encaminadas al cumplimiento de las acciones establecidas por el Ente Público que coadyuvarán al logro de sus atribuciones, y que se costean con cargo a sus recursos presupuestarios;

XIII.- Recursos presupuestarios: Presupuesto autorizado para gasto en materia de comunicación social para el Ente Público de conformidad con lo previsto en el Presupuesto de Egresos de la Federación o presupuestos correspondientes;

Artículo 4.- A falta de disposición expresa en esta Ley, se aplicarán de manera supletoria, en lo conducente, las disposiciones contenidas en la Ley General de Comunicación Social.

Artículo 5.- Corresponde la aplicación de esta Ley en sus respectivos ámbitos de competencia a las siguientes autoridades:

- a. Los Órganos Internos de Control de los entes obligados;
- b. La Auditoría Superior del Estado;
- c. El Consejo Estatal Electoral y de Participación Ciudadana;
- d. Fiscalía Anticorrupción del Estado;
- e. Fiscalía para Delitos Electorales; y
- f. Tribunal Electoral del Estado:

Los poderes del Estado, los entes autónomos y los Ayuntamientos, deben crear mediante la expedición de acuerdos y reglas, los órganos, criterios y procedimientos para hacer efectivas las disposiciones contenidas en el presente ordenamiento en sus respectivos ámbitos de competencia.

Artículo 6. Queda excluida de la aplicación de esta Ley la publicación de disposiciones normativas, resoluciones y actos administrativos o judiciales; aquella que se realiza de conformidad con los procedimientos de propaganda contenidos en la Ley de Adquisiciones del Estado de San Luis Potosí; y en la Ley de Obras Públicas y Servicios Relacionados con las Mismas del Estado de San Luis Potosí; así como toda publicación o difusión de información sobre las actuaciones públicas que deban realizarse por mandato legal, en términos de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de San Luis Potosí.

Capítulo Segundo

Principios de la Propaganda Gubernamental

Artículo 7.- En la difusión de propaganda gubernamental rigen los siguientes principios:

I.- La información que los sujetos obligados difunden resulta necesaria u oportuna para los ciudadanos;

II.- En los procesos de difusión debe prevalecer el carácter institucional, por lo que no se promueve a personas, nombres, apellidos o sobrenombres que se encuentren en el ejercicio de una función pública, por lo que debe diferenciarse de los intereses particulares y actividades empresariales que en su caso tenga, y que puedan resultar distintas a las realizadas dentro del ámbito de competencia del órgano que la ejerce;

III.- La propaganda gubernamental tiene como objetivo cumplir con fines informativos, educativos y de orientación social;

IV.- En complemento a los principios constitucionales, la propaganda gubernamental debe salvaguardar y fomentar el derecho a la información, por lo que, lo que se difunde deberá ser bajo criterios de veracidad, precisión, objetividad, suficiencia y accesibilidad de los contenidos;

V.- La propaganda gubernamental debe respetar el ejercicio de las libertades de expresión y opinión, por lo que su difusión deberá asignarse conforme a criterios de equidad y respeto a la pluralidad, proscribiendo cualquier acción de los entes públicos que implique la censura indirecta de algún medio de comunicación social o su beneficio fundado en motivos políticos, personales o ideológicos;

VI.- La propaganda gubernamental es un mecanismo de apoyo a la rendición de cuentas, informando sobre la programación, ejercicio y resultados del gasto público, de forma que los ciudadanos conozcan sobre el desempeño de las acciones gubernamentales.

VII.- El gasto público que se realiza, se debe realizar con la finalidad de estimular la eficiencia, eficacia y racionalidad, para en la medida de lo posible, disminuir los costos publicitarios, a través de una mejor planeación de lo que se informa;

VIII.- La finalidad de la propaganda gubernamental es establecer un mejor mecanismo de comunicación entre las instituciones y los ciudadanos;

IX.- Las instituciones deberán cuidar que en los procesos de difusión de la propaganda gubernamental no se influya en la equidad en la competencia entre los partidos políticos.

Artículo 8.- La propaganda susceptible de difusión por los entes públicos abarca:

I.- La información relativa a la ejecución de obras de infraestructura, la prestación de servicios públicos y el desarrollo de programas económicos y sociales, así como aspectos relevantes de las políticas públicas, el funcionamiento de las instituciones y las condiciones de acceso y uso de los espacios y bienes de dominio público;

II.- La información relativa al contenido de las leyes, el ejercicio de los derechos y al cumplimiento de las obligaciones de los ciudadanos; así como la promoción de conductas de relevancia social y de participación ciudadana en la vida pública;

III.- La promoción de campañas en materia de derechos humanos, salud, educación, medio ambiente, participación ciudadana, promoción de la transparencia y el acceso a la información y de seguridad pública;

IV.- La información relativa al cumplimiento de las obligaciones tributarias;

V.- La información de prevención y protección civil frente a siniestros u otras contingencias y situaciones de emergencia;

VI.- La información relativa a la ejecución y resultados alcanzados de los planes de desarrollo y los programas que de los mismos se desprendan;

VII.- La información de los requisitos necesarios para realizar trámites y acceder a servicios públicos.

Artículo 9.- La propaganda gubernamental, bajo cualquier modalidad de comunicación social, se realiza por cada sujeto obligado en el estricto ejercicio de sus propias competencias y con apego a los principios contenidos en el artículo 6 de esta Ley.

Artículo 10.- La propaganda gubernamental emplea signos e imágenes que facilitan su comprensión, para garantizar el pleno acceso a la información a la mayor cantidad de personas, incluyendo a quienes viven con alguna discapacidad. Cuando es pertinente, atendiendo al ámbito

territorial de difusión, la propaganda gubernamental deberá transmitirse también en la o las lenguas indígenas predominantes en el área de cobertura que corresponda.

Artículo 11.- Los sujetos obligados por la presente Ley no pueden ordenar o contratar la difusión de propaganda que:

I.- Incluya el nombre o imagen de servidores públicos del ente que realiza la difusión, o los nombres, imágenes, voces o símbolos que implican promoción de cualquier servidor público, destacando de forma directa o indirecta características personales, o bien, logros o actividades en su gestión pública.

La única excepción a esta regla serán los informes anuales de gestión de los servidores públicos de elección popular, así como los mensajes que para darlos a conocer se difundan en los medios de comunicación social, siempre que dicha propaganda se realice una vez al año, siete días antes y cinco días posteriores a la realización material del informe; exclusivamente con la cobertura territorial que corresponda al cargo de elección popular de que se trate y nunca fuera del mismo. Dicha propaganda tampoco podrá contener alusiones electorales ni podrá realizarse dentro de los periodos electorales. Esta propaganda excepcional personalizada, en materia de inversiones y obras públicas, así como de programas sociales de cualquier naturaleza incluidos educación y salud, deberá contener una alusión clara de que las mismas se han costeado con recursos públicos aportados por la ciudadanía. El período de difusión de obras de infraestructura de igual manera, deberá ser publicitado durante un máximo de 12 días, siendo obligación de las instituciones gubernamentales, retirar la propaganda luego del período de vigencia.

II.- Induzca a la confusión con los símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes empleadas por otros entes públicos o por cualquier partido político u organización social;

III.- Denigre a una persona, a los partidos políticos u organizaciones sociales o a sus actividades;

IV.- Se dirija por cualquier vía a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos a favor o en contra de partidos políticos o de precandidatos o candidatos a cargos de elección popular;

V.- Vaya en detrimento u obstaculice la ejecución de políticas públicas, programas o acciones de cualquier naturaleza que realiza otro ente público en el ejercicio de sus atribuciones;

VI.- Incluya mensajes que resulten contrarios a los derechos humanos que reconocen la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, los tratados internacionales suscritos por el Estado mexicano y las leyes;

VII.- No cumpla con los principios, requisitos, términos y condiciones que establece la presente Ley y otros ordenamientos aplicables;

VIII.- No se identifique con claridad como mensaje de un sujeto obligado o no incluya su mención expresa como responsable de la publicación y difusión;

IX.- Publicite los productos o servicios del sector privado o utilice imágenes, colores, logotipos, sonidos u otros símbolos asociados a éste, incluyendo la promoción de donaciones sin fines de lucro.

Artículo 12.- Sólo los sujetos obligados pueden realizar actividades de propaganda gubernamental. Se reservan para su uso exclusivo los símbolos, colores, lemas, gráficos y contenidos, así como los derechos que sobre éstos se generan, respecto de la propaganda que difunden o cuando aquellos forman parte de su identidad institucional.

Artículo 13.- Cuando en la realización de obras de infraestructura, prestación de servicios, realización de trámites o cualquier otra actividad donde concurren dos o más instituciones y niveles de gobierno, deberá promoverse el resultado alcanzado haciendo referencia a las instancias participantes, respetando la identidad institucional correspondiente.

Artículo 14.- Ningún particular puede utilizar elementos de la propaganda que emiten los sujetos obligados o que forman parte de la imagen institucional de éstos, o bien, realizar propaganda que induzca a la confusión con tales elementos. Las empresas que patrocinen eventos de donde haya participación gubernamental, deberán registrar su costos de participación en los órganos internos de control que correspondan, a efecto de que éstos verifiquen con posterioridad que no haya en su caso, conflicto de interés en procesos licitatorios y/o de contratación de obras públicas, o bien, descuentos o condonaciones en multas, derechos y otros ingresos gubernamentales.

TÍTULO SEGUNDO

DE LA PROGRAMACIÓN Y EL GASTO EN LA MATERIA

Capítulo Primero

Programación y presupuestación

Artículo 15.- Para la programación y presupuestación del gasto en publicidad, los sujetos obligados deberán elaborar un programa de gasto, y planear su ejercicio conforme a la normativa contable gubernamental. Dicha programación tiene como finalidad procurar la transparencia de las acciones de propaganda, bajo un plan rector orientado al ejercicio coherente y austero de los recursos públicos, procurando un proceso de comunicación más eficaz entre los organismos públicos y los ciudadanos.

La programación del gasto de propaganda gubernamental deberá observar en todo momento los principios señalados en el artículo 7 de esta Ley.

El programa de gasto deberá ser publicado a más tardar dentro de los primeros quince días del mes de enero del ejercicio fiscal que corresponda.

Artículo 16.- El Programa de gasto deberá contener los objetivos, políticas, estrategias, prioridades y metas, con base en indicadores de desempeño, articulados en una estrategia general de comunicación social del ente obligado.

Para tales efectos se entiende:

I.- Los objetivos y parámetros cuantificables de la política de propaganda gubernamental con base en los cuales se realiza la programación, acompañados de sus correspondientes indicadores del desempeño, en particular:

a. Las líneas generales de la política de propaganda gubernamental. b. Los objetivos anuales, estrategias y metas. c. Las proyecciones de los requerimientos financieros con las premisas empleadas para las estimaciones.

II.- La información de los programas específicos desglosados que contenga como mínimo:

1. Programa de campañas de propaganda gubernamental.
 - a. Objetivo de cada campaña;
 - b. Justificación;
 - c. Costo estimado;
 - d. Periodos de ejecución;
 - e. Propuesta y justificación técnica de la selección del medio de comunicación;
 - f. Población objetivo.
2. Presupuesto asignado para propaganda y comunicación oficial por año y mes.
 - a. La distribución del presupuesto por medio de comunicación seleccionado.

Artículo 17.- El programa deberá ser igual al monto destinado en la partida correspondiente en el presupuesto de egresos de gasto anual del ejercicio fiscal correspondiente y no podrán existir ampliaciones presupuestales que incidan en un posterior desequilibrio financiero.

Capítulo Segundo

De la ejecución del gasto

Artículo 18.- El gasto anual en la propaganda gubernamental contenida en el programa no deberá exceder del cero punto cinco por ciento (0.5%) del Presupuesto de Egresos del ente obligado para el ejercicio fiscal correspondiente.

Artículo 19.- La difusión de propaganda gubernamental en radio y televisión no deberá de exceder de 15 minutos diarios acumulados. La función de monitoreo de los tiempos de propaganda gubernamental corresponderá al Consejo Estatal Electoral y de Participación Ciudadana.

Los sujetos obligados sólo podrán realizar erogaciones para la contratación de tiempos en radio y televisión para la transmisión de propaganda gubernamental relacionada con información de prevención civil frente a siniestros, emergencias sanitarias u otros casos de emergencia, en procesos electorales.

Artículo 20.- Los ejecutores de gasto no podrán realizar ampliaciones o traspasos de recursos de otros capítulos o conceptos de gasto al concepto de gasto correspondiente a la propaganda gubernamental, ni podrán incrementar dichos conceptos de gasto, salvo en un límite de tres por ciento del monto originalmente programado para en su caso destinarlo exclusivamente las adecuaciones derivadas de ajustes en las tarifas de contratación.

Lo anterior, con excepción de las ampliaciones o incrementos presupuestales requeridos para hacer frente a los casos a que se refiere el segundo párrafo del artículo 19 de esta Ley.

Artículo 21.- Los sujetos obligados no podrán destinar recursos derivados de donaciones o patrocinios para sufragar servicios relacionados con la propaganda gubernamental. En su caso, los particulares o empresas que patrocinen la propaganda gubernamental relativa a eventos en los que participen, deberán observar lo establecido en el artículo 14 de esta Ley.

Artículo 22.- Queda prohibido a los entes obligados el intercambiar el pago de créditos fiscales, multas, derechos o cualquier otra obligación de pago a su favor a través de la prestación de servicios de publicidad, impresiones, inserciones y demás relativos a las actividades de propaganda gubernamental.

Capítulo Tercero

Disposiciones de contratación

Artículo 23.- El sujeto obligado que adquiere los servicios de empresas privadas de propaganda o medio de comunicación social debe garantizar la equidad en la asignación de contratos, de conformidad con las reglas establecidas en el artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; el 135 de la Constitución Política del Estado de San

Luis Potosí, los principios de esta Ley; así como lo establecido en la Ley de Adquisiciones del Estado de San Luis Potosí.

Artículo 24.- A efecto de evitar todo acto de censura indirecta, discriminación o privilegio de personas o empresas determinadas, la adquisición de servicios de propaganda o propaganda en medios de comunicación social deberá observar las siguientes disposiciones:

I.- No podrá concentrarse con una sola empresa, grupo o medio de comunicación contratos cuyo costo total sea mayor al 25 por ciento del gasto total destinado para cada tipo de servicio de comunicación social;

II.- No podrá concentrarse en un solo servicio de comunicación social más del 50 por ciento del gasto total del ejercicio fiscal que corresponda;

III. Los mecanismos de decisión no podrán ponderar como criterio de contratación directa o indirectamente la línea editorial de los medios de comunicación.

Artículo 25.- Toda contratación de difusión de propaganda que realizan los sujetos obligados deberá especificar con claridad los períodos de difusión, la cobertura geográfica, el público objetivo y en general, salvaguardar los principios de propaganda de esta Ley.

Artículo 26.- No podrá haber contrataciones tanto a título oneroso como gratuito, de propaganda con cualquier medio de comunicación social que sea presentada como noticia por parte del emisor de última instancia, así como el pago directo o indirecto por entrevistas de servidores públicos o por cobertura informativa de eventos oficiales de cualquier clase.

TÍTULO TERCERO DE LA TRANSPARENCIA

Capítulo Primero

Transparencia y acceso a la información

Artículo 27.- Toda la información relacionada con la propaganda gubernamental será considerada con el carácter de pública y no podrá ser clasificada como reservada o confidencial.

Artículo 28.- Los entes obligados deberán facilitar los mecanismos de consulta directa al público en general, por Internet y en forma física en sus instalaciones que permita el acceso a los contratos, costos, programación y actividades relacionadas con la propaganda gubernamental.

A. efecto de evitar algún posible conflicto de interés, los entes obligados deberán facilitar a los órganos internos de control, así como a los entes fiscalizadores, electorales y de prevención y combate a la corrupción, la información siguiente derivada de los contratos de propaganda gubernamental:

a. La identificación del medio o producción independiente, así como de sus propietarios y, en su caso, los accionistas mayoritarios. b. El domicilio fiscal actualizado. c. Copia del acta constitutiva y razón social de la empresa.

Artículo 29.- Los entes obligados deberán observar lo preceptuado en la Leyes de Transparencia y protección de datos personales aplicables para resguardar la información que se confíe por parte de los particulares y empresas con quienes contraten.

Capítulo Segundo

Fiscalización

Artículo 30.- Los entes obligados deberán guardar evidencia de los servicios recibidos a partir de los contratos, generando un informe específico donde se señale el período de promoción; las obras o acciones materia de informe; los resultados que se difundieron incluyendo los recursos ejercidos.

Artículo 31.- Los entes obligados deberán abrir un apartado en su cuenta pública conforme a la normativa de la Ley General de Contabilidad Gubernamental donde muestren los resultados y recursos ejercidos por cada ejercicio fiscal.

Artículo 32.- Los entes obligados deberán dejar la información inherente a la propaganda gubernamental debidamente clasificada a disposición de la Auditoría Superior del Estado; de los Órganos Internos de Control; del

Consejo Estatal Electoral y de Participación Ciudadana en el caso de que exista alguna queja sobre la cual deba atender y en su caso, sancionar, así como de la fiscalía anticorrupción o su equivalente en el estado.

TÍTULO CUARTO

DE LOS PROCEDIMIENTOS Y SANCIONES

Capítulo Primero

Procedimiento administrativo

Artículo 33.- Cualquier persona puede denunciar ante las instancias competentes señaladas en el artículo 5 de esta Ley la aplicación indebida e incumplimiento sus principios. Para tales fines, las instancias pertinentes en el respectivo ámbito de competencia, deberán observar lo preceptuado en el Código Procesal Administrativo del Estado de San Luis Potosí.

Si del procedimiento resulta que la difusión de propaganda gubernamental es contraria a lo dispuesto por esta Ley, las autoridades facultadas, podrán ordenar la suspensión o el retiro inmediato de la propaganda e iniciar los procedimientos de sanción previstas en esta Ley, conforme así como en su caso, a hacer de conocimiento a autoridades competentes cuando se presuma la comisión de un delito o algún acto de corrupción.

Artículo 34. Cuando la instancia correspondiente imponga alguna sanción a cualquier servidor público por violaciones a la legislación aplicable, deberá hacerse del conocimiento de la Auditoría Superior del Estado a efecto de inscribir en el Padrón correspondiente la sanción determinada una vez que ésta haya causado estado.

Capítulo Segundo

Sanciones

Artículo 35.- Se sancionará con suspensión del empleo, cargo o comisión de un mes a un año o, en caso grave en los términos de Ley General del Sistema Nacional Anticorrupción, con la destitución e inhabilitación para ejercer empleo, cargo o comisión de tres meses a dos años al servidor

público del ente obligado y que resulte responsable de la difusión de propaganda gubernamental que:

I.- Implice, en forma directa o indirecta, la promoción personalizada de sí o de otra persona señalada en la fracción I del artículo 11;

II.- Induzca a la confusión, denigre a los partidos políticos o se dirija por cualquier vía a influir en las preferencias electorales de los ciudadanos a favor o en contra de partidos políticos o de candidatos a cargos de elección popular;

III.- Contravenga las disposiciones contenidas en el artículo 11 de la presente Ley;

IV.- Se realice en periodo de campañas electorales;

V.- Se realice en contravención de las disposiciones de contratación de propaganda previstas en el presente ordenamiento;

VI.- Exceda el gasto aprobado en el programa respectivo o se pague mediante adecuaciones presupuestales indebidas, o bien permanezca la propaganda por más tiempo del establecido en esta Ley.

Cuando se cometa la infracción a que se refiere la fracción IV de este artículo para influir en las preferencias electorales o denostar a un candidato o partido, la sanción aplicable consiste en destitución e inhabilitación para ejercer empleo, cargo o comisión públicos de uno a cinco años, que se impondrá después de que la sanción de carácter electoral haya causado estado.

Artículo 36.- Cuando la conducta infractora causa daños o perjuicios a la Hacienda Pública o patrimonio de los entes obligados, será procedente la imposición de sanciones económicas en los términos de la Ley de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos del Estado de San Luis Potosí.

Artículo 37.- Se sancionará conforme a las penas que se establecen para el delito de peculado contenidas en el artículo 339 del Código Penal del Estado de San Luis Potosí, al servidor público que indebidamente utilice fondos públicos u otorgue alguno de los actos a que se refiere el artículo 338 del mismo ordenamiento penal, con el objeto de realizar, en forma directa o indirecta, la promoción personalizada de sí o de otra persona, de

conformidad con lo que establece la fracción I del artículo 11 o para denigrar a una persona.

Artículo 38.- Cuando la conducta que sanciona el artículo anterior se realice en periodo de campañas electorales o cuando fuera de dicho periodo se dirija a incidir de cualquier forma en los procesos electorales, la pena que resulta aplicable se incrementará hasta en un tercio, siempre que el indiciado haya sido sancionado por la misma conducta por las autoridades electorales competentes y tal sanción haya causado estado.

Artículo 39.- Las empresas y particulares que contravengan lo dispuesto en esta Ley y en particular el artículo 14, serán sancionadas conforme a lo establecido en la Ley General del Sistema Nacional Anticorrupción y la aplicable al estado de San Luis Potosí, con independencia de la responsabilidad civil que pudiera resultarles.

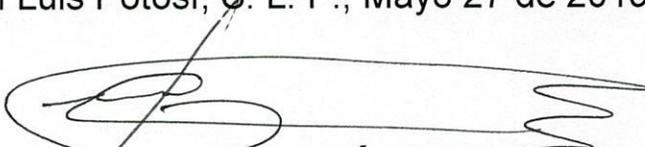
Artículo 40.- Las empresas y servidores públicos que contravengan lo dispuesto en esta Ley y en particular los artículos 21 y 22, serán sancionados conforme a lo establecido en el Sistema Estatal Anticorrupción, así como de ser sancionados conforme a los artículos 336 y 337 del Código Penal del Estado.

TRANSITORIOS

Primero.- El presente Decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Periódico Oficial de Gobierno del Estado "Plan de San Luis".

Segundo.- Se derogan todas las disposiciones que se opongan al presente Decreto.

San Luis Potosí, S. L. P., Mayo 27 de 2019.



DIP. MAURICIO RAMÍREZ KONISHI

Firma correspondiente a la iniciativa presentada por **DIP. MAURICIO RAMÍREZ KONISHI** relativa a la Ley Reglamentaria del Artículo 135 de la Constitución del Estado de San Luis Potosí de fecha 27 de mayo de 2019.

00003624