



LXIV LEGISLATURA
H. CONGRESO DEL ESTADO
DE AGUASCALIENTES



DR. JESÚS
DÍAZ DE LEÓN

CENTENARIO LUCTUOSO



ESTADOS UNIDOS MEXICANOS
ESTADO LIBRE Y SOBERANO
DE AGUASCALIENTES
PODER LEGISLATIVO

LA LEGISLATURA LXIV DE LA PARIDAD DE GÉNERO

ASUNTO: Se presenta Iniciativa.

HONORABLE SEXAGÉSIMA CUARTA
LEGISLATURA DEL CONGRESO
DEL ESTADO DE AGUASCALIENTES.
P R E S E N T E.

H. CONGRESO DEL ESTADO DE AGUASCALIENTES	
SECRETARÍA GENERAL	
RECIBIDO	
19 SET. 2019	
RECIBE <u>Luzida Paz</u>	
FIRMA <u>[Firma]</u>	HORA <u>12:48</u>
PRESENTA <u>Dip. Elsa Landín Olivares</u>	FOJAS <u>14</u>

DIPUTADA ELSA AMABEL LANDÍN OLIVARES, integrante del Grupo Parlamentario del Partido Revolucionario Institucional; con fundamento en los artículos 30 fracción I de la Constitución Política del Estado de Aguascalientes; 16, fracción III; de la Ley Orgánica del Poder Legislativo del Estado de Aguascalientes; así como 153, de su Reglamento; someto ante la recta consideración de esta Honorable Soberanía, la *“Iniciativa por la que se crea la Ley de Comunicación Social del Estado de Aguascalientes”*, al tenor de la siguiente:

E X P O S I C I Ó N D E M O T I V O S

El ejercicio de recursos públicos en México se rige bajo los principios constitucionales de eficiencia, eficacia, economía, transparencia y honradez para satisfacer los objetivos, que no pueden ser otros, más que brindar servicios a la población y crear las condiciones suficientes que propicien el constante mejoramiento económico y social del pueblo.

El artículo 134 de nuestra Constitución Federal entre otras cuestiones de índole administrativo sobre el gasto público, señala 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,**



LXIV LEGISLATURA
H. CONGRESO DEL ESTADO
DE AGUASCALIENTES



DR. JESÚS
DÍAZ DE LEÓN

CENTENARIO LUCTUOSO



ESTADOS UNIDOS MEXICANOS
ESTADO LIBRE Y SOBERANO
DE AGUASCALIENTES
PODER LEGISLATIVO

LA LEGISLATURA LXIV DE LA PARIDAD DE GÉNERO

educativos o de orientación social. En ningún caso esta propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público.

Sin embargo durante más de cuatro años se postergó la expedición de la ley reglamentaria del párrafo octavo del artículo 134 de la Carta Magna en materia del gasto en comunicación social para todos los entes públicos.

No fue hasta el 11 de mayo de 2018, fecha en que fue publicada en el Diario Oficial de la Federación la Ley General de Comunicación Social, adquiriendo así el tema de gasto gubernamental en medios masivos de comunicación un carácter jurídico formalmente.

Precisamente el artículo transitorio tercero contenido en el respectivo decreto, literalmente consigna:

“... los Congresos Locales ... deberán armonizar su legislación, en un plazo no mayor a 90 días a partir de la publicación del presente Decreto.

Dicha legislación deberá entrar en vigor el mismo día que lo haga la Ley que se expide por virtud del presente Decreto”.

Es decir a **partir del primero de enero de 2019** el Congreso del Estado de Aguascalientes debió expedir y publicado la ley de comunicación social del Estado, plazo que ha sido superado en exceso sin que se legisle en esta materia.

Por lo tanto es menester de la presente iniciativa proponer la Ley de Comunicación Social del Estado de Aguascalientes, la cual reviste de relevancia en temas como:



LA LEGISLATURA LXIV DE LA PARIDAD DE GÉNERO

1.- El respeto a los topes presupuestales, límites y condiciones de ejercicio del gasto en comunicación social que establezcan los presupuestos de egresos respectivos;

2.- Que la Secretaría de Finanzas como la encargada de regular el gasto en materia de Comunicación Social, en la Administración Pública Estatal, emita anualmente los Lineamientos para la autorización de Estrategias, Programas Anuales y Campañas de Comunicación Social, así como las reglas relativas a la difusión de las campañas de carácter industrial, comercial, mercantil y de promoción y publicidad que promuevan o publiciten la venta de productos o servicios que generan algún ingreso para el Estado.

3.- Que las dependencias y entidades de la Administración Pública Estatal informen y comuniquen a través de los medios de comunicación, los **programas y servicios que prestan y las políticas públicas que impulsan**, con la finalidad de mantener informada a la población de las metas y objetivos alcanzados que contribuyen a cumplir con sus facultades, competencias y atribuciones, así como para fomentar la transparencia gubernamental, el derecho a la información, la rendición de cuentas y la participación ciudadana.

4.- Que las campañas de comunicación social deben cumplir con **promover la difusión y conocimiento de los valores, principios y derechos constitucionales; además de las campañas de turismo, educación, salud y protección civil, así como informar a los ciudadanos de sus derechos y obligaciones legales**, entre otros.

5.- Que dichas campañas no deben utilizarse con fines discriminatorios, para violar los derechos humanos o con fines electorales o partidarios, así como tampoco estar destinada a discriminar, criminalizar o estigmatizar a



LA LEGISLATURA LXIV DE LA PARIDAD DE GÉNERO

cualquier persona o sector de la sociedad en el ámbito político, social, económico o cultural.

6.- Que la propaganda gubernamental deberá ser clara e identificable, es decir, no debe ser engañosa, incitar a error a sus destinatarios ni ser utilizada para fines distintos de la comunicación social. Tampoco debe inducir a confusión con los símbolos, ideas, voces o imágenes empleadas por cualquier partido político u organización social.

7.- Finalmente la ley objeto de la presente iniciativa cumple con los parámetros establecidos en la Ley General de la Materia, que entre otras cosas resulta relevante la creación de un Padrón Estatal de Medios de Comunicación, que registre a los Medios de Comunicación que pretendan participar en la contratación de Comunicación Social a que se refiere la presente Ley, quienes deberán estar inscritos previamente a fin de una contratación comercial transparente con los medios que gocen de un previo empadronamiento.

La estructura legal antes mencionada complementa los objetivos y alcances de la Ley de Imagen Institucional para la imparcialidad del uso del gasto público, acotando la difusión de imagen personalizada de los servidores públicos de manera excepcional al informe anual de labores o gestión de los Servidores Públicos, así como los mensajes que para darlos a conocer se difundan en canales de televisión y estaciones de radio, y que estos no serán considerados como Comunicación Social, siempre que la difusión se limite a una vez al año con cobertura geográfica regional correspondiente al ámbito de responsabilidad del servidor público y no exceda de los 7 días anteriores y 5 posteriores a la fecha en que se rinda el informe.

Ya que en ningún caso la difusión de tales informes podrá tener fines electorales, ni realizarse dentro del periodo de campaña electoral.



LXIV LEGISLATURA
H. CONGRESO DEL ESTADO
DE AGUASCALIENTES



DR. JESÚS
DÍAZ DE LEÓN

CENTENARIO LUCTUOSO



ESTADOS UNIDOS MEXICANOS
ESTADO LIBRE Y SOBERANO
DE AGUASCALIENTES
PODER LEGISLATIVO

LA LEGISLATURA LXIV DE LA PARIDAD DE GÉNERO

De esta manera, cuando las autoridades estatales o municipales cometan alguna infracción prevista en esta Ley, se dará vista al superior jerárquico y, en su caso, presentará la queja ante la autoridad competente por hechos que pudieran constituir responsabilidades administrativas o las denuncias ante el agente del Ministerio Público que deba conocer de ellas, a fin de que se proceda conforme al régimen de responsabilidades administrativas o se sancione penalmente.

Por lo anteriormente expuesto y fundado me permito presentar a la consideración de este Congreso del Estado, el siguiente:

PROYECTO DE DECRETO

ARTÍCULO ÚNICO.- *Se crea la Ley de Comunicación Social del Estado de Aguascalientes, en los siguientes términos:*

LEY DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL ESTADO DE AGUASCALIENTES

Título I

Disposiciones Generales

Capítulo Único

Artículo 1.- La presente Ley es de orden público e interés social, de observancia general en todo el Estado, en términos del párrafo octavo del artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos,



LXIV LEGISLATURA
H. CONGRESO DEL ESTADO
DE AGUASCALIENTES



DR. JESÚS
DÍAZ DE LEÓN

CENTENARIO LUCTUOSO



ESTADOS UNIDOS MEXICANOS
ESTADO LIBRE Y SOBERANO
DE AGUASCALIENTES
PODER LEGISLATIVO

LA LEGISLATURA LXIV DE LA PARIDAD DE GÉNERO

relativo a la propaganda, bajo cualquier modalidad de Comunicación Social, así como de la Ley General de Comunicación Social.

Artículo 2.- La presente Ley tiene por objeto establecer las normas a que deberán sujetarse los Entes Públicos del Estado de Aguascalientes a fin de garantizar que el gasto en Comunicación Social cumpla con los criterios de eficiencia, eficacia, economía, transparencia y honradez, y respete los toques presupuestales, límites y condiciones de ejercicio que establezcan los presupuestos de egresos respectivos.

Artículo 3.- Son sujetos obligados al cumplimiento de lo dispuesto en esta Ley, los poderes públicos, los órganos a los que la Constitución Política del Estado de Aguascalientes dota de autonomía, las dependencias y entidades de la administración pública estatal y municipal.

Artículo 4.- Para los efectos de esta Ley, se entenderá por:

I. 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;

II. Coemisión 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;

III. Entes Públicos: En singular o plural, los poderes del Estado, los municipios, así como los órganos constitucionales autónomos y cualquier otra dependencia o entidad de carácter público;



IV. 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;

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

VI. 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;

VII. Padrón: El Padrón Estatal de Medios de Comunicación;

VIII. 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;

IX. 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 del Estado o los presupuestos respectivos de los municipios;

X. Secretaría Administradora: La Secretaría de Finanzas y la dependencia o unidad administrativa equivalente en el ámbito de los municipios, encargada de regular el gasto en materia de Comunicación Social, así como las áreas o unidades administrativas con funciones o atribuciones equivalentes o similares que determinen el resto de los Entes Públicos;



LXIV LEGISLATURA
H. CONGRESO DEL ESTADO
DE AGUASCALIENTES



DR. JESÚS
DÍAZ DE LEÓN

CENTENARIO LUCTUOSO



ESTADO LIBRE Y SOBERANO
DE AGUASCALIENTES
PODER LEGISLATIVO

LA LEGISLATURA LXIV DE LA PARIDAD DE GÉNERO

XI. Sistema Público: En singular o plural, se refiere al Sistema que es administrado por la Contraloría del Estado y los órganos de control interno en los municipios, así como las autoridades que determinen el resto de los Entes Públicos, mediante el cual se registra y se da seguimiento a las erogaciones que realizan las dependencias y entidades en materia de Comunicación Social;

XII. Sistema de Información de Normatividad de Comunicación: Sistema a cargo de la Secretaría Administradora mediante el cual se registran los Programas Anuales de Comunicación Social, a través de formatos preestablecidos y contraseñas de acceso;

XIII. Tiempos Comerciales: Corresponde a los espacios de radio y televisión que los Entes Públicos utilizan para la difusión de campañas, de conformidad con el Presupuesto de Egresos correspondiente.

Artículo 5. En el ejercicio del gasto público en materia de Comunicación Social, los Entes Públicos deberán observar con los siguientes principios rectores:

a) La eficacia, en uso de los recursos públicos;

b) La eficiencia, de los recursos públicos destinados a la contratación o gasto de Comunicación Social;

c) La economía y racionalidad presupuestaria, que comprende la administración prudente de los recursos destinados a la Comunicación Social;

d) La transparencia y máxima publicidad, garantizándose el acceso a toda información relacionada con la contratación y manejo de recursos públicos



LA LEGISLATURA LXIV DE LA PARIDAD DE GÉNERO

destinados a la Comunicación Social de los Entes Públicos, conforme a lo dispuesto en la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública y otras disposiciones jurídicas aplicables;

- e) La honradez, que comprende el manejo de recursos públicos conforme a las leyes y otras disposiciones jurídicas aplicables, que justifique la contratación sujetándose a criterios de calidad cumpliendo los propósitos de la Comunicación Social;*
- f) La objetividad e imparcialidad, que implica que la Comunicación Social en los procesos electorales no debe estar dirigida a influir en la equidad de la competencia entre los partidos políticos, precandidatos y candidatos;*
- g) La institucionalidad, en virtud de sus fines informativos, educativos o de orientación social;*
- h) La necesidad, de comunicar los asuntos públicos a la sociedad para su información y/o atención;*
- i) La congruencia, entre el contenido del mensaje, el objetivo de comunicación y la población objetivo, y*
- j) La veracidad de la información que se difunde.*

Adicionalmente, deberá atender al respeto a la libertad de expresión y al fomento del acceso ciudadano a la información; y debe contribuir a fomentar la igualdad entre hombres y mujeres, respetará la diversidad social y cultural en el Estado.

La Secretaría Administradora deberá contemplar en el reglamento que emita, los criterios de selección del medio de comunicación correspondiente,



LXIV LEGISLATURA
H. CONGRESO DEL ESTADO
DE AGUASCALIENTES



DR. JESÚS
DÍAZ DE LEÓN

CENTENARIO LUCTUOSO



ESTADO LIBRE Y SOBERANO
DE AGUASCALIENTES
PODER LEGISLATIVO

LA LEGISLATURA LXIV DE LA PARIDAD DE GÉNERO

a fin de garantizar el cumplimiento de los principios previstos en el presente artículo.

Artículo 6.- Serán aplicables de manera supletoria, en lo conducente, las disposiciones contenidas en la Ley de Procedimiento Administrativo del Estado de Aguascalientes.

Los Medios de Comunicación tienen garantizado el pleno ejercicio del desarrollo a la libertad de expresión en la contratación y difusión de propaganda gubernamental, en términos de los artículos 6o. y 7o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Artículo 7.- Esta Ley es aplicable a cualquier Campaña de Comunicación Social pagada con recursos públicos, que sea transmitida en el territorio del Estado.

No será aplicable esta Ley en los casos de aquellas disposiciones normativas, resoluciones y actos administrativos o judiciales y demás información sobre las actuaciones gubernamentales que deban publicarse o difundirse por mandato legal.

Título II

De la Comunicación Social de los Entes Públicos

Capítulo I

De las Reglas de la Comunicación Social



LA LEGISLATURA LXIV DE LA PARIDAD DE GÉNERO

Artículo 8.- Las Campañas de Comunicación Social, deberán:

I. Promover la difusión y conocimiento de los valores, principios y derechos constitucionales;

II. Promover campañas de turismo, educación, salud y protección civil, entre otras;

III. Informar a los ciudadanos de sus derechos y obligaciones legales, de aspectos relevantes del funcionamiento de los sujetos obligados, y de las condiciones de acceso y uso de los espacios y servicios públicos;

IV. Cumplir con las obligaciones que en materia electoral establezca la legislación aplicable;

V. Anunciar medidas preventivas de riesgos o que contribuyan a la eliminación de daños de cualquier naturaleza para la salud de las personas o el equilibrio ecológico y protección al ambiente, así como en materia de protección civil;

VI. Difundir el patrimonio histórico del Estado;

VII. Comunicar programas y actuaciones públicas, y

VIII. Otros establecidos en las leyes.

Artículo 9.- Además de lo previsto en el artículo 21 de esta Ley, no se podrán difundir Campañas de Comunicación Social, cuyos contenidos:



LA LEGISLATURA LXIV DE LA PARIDAD DE GÉNERO

I. Tengan por finalidad destacar, de manera personalizada, nombres, imágenes, voces o símbolos de cualquier servidor público, con excepción de lo previsto en el artículo 14;

II. Incluyan mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los valores, principios y derechos constitucionales;

III. Inciten, de forma directa o indirecta, a la violencia o a comportamientos contrarios al ordenamiento jurídico, y

IV. Induzcan a la confusión con los símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes empleadas por cualquier organización política o social.

Artículo 10.- Por ningún motivo el contenido de la Comunicación Social que difundan los Entes Públicos podrá incluir mensajes que impliquen un ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público.

Artículo 11.- La Comunicación Social que difundan programas que otorguen subsidios o beneficios directos a la población, deberán incluir de manera visible o audible, la siguiente leyenda "Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el programa".

Para lo anterior, deberán considerarse las características de cada Medio de Comunicación. En los casos de los programas de desarrollo social únicamente deberá incluirse la leyenda establecida en el artículo 29 de la Ley de Desarrollo Social para el Estado de Aguascalientes.

En ningún caso los partidos políticos podrán emplear o referir estos programas en su propaganda o Comunicación Social.



Artículo 12.- Se procurará que las Campañas de Comunicación Social se transmitan en versiones y formatos accesibles para personas con capacidades diferentes.

Las Campañas de Comunicación Social deberán considerar el uso de la Lengua de Señas Mexicanas por medio de un intérprete, subtítulaje, así como de textos o tecnologías que permitan el acceso a los contenidos de Comunicación Social en televisión a las personas con discapacidad auditiva.

Artículo 13.- La propaganda electoral se sujetará a las disposiciones legales y normativas en materia electoral, por lo que su revisión y fiscalización no se sujeta a la presente Ley.

Artículo 14.- El informe anual de labores o gestión de los Servidores Públicos, así como los mensajes que para darlos a conocer que se difundan en canales de televisión y estaciones de radio, no serán considerados como Comunicación Social, siempre que la difusión se limite a una vez al año con cobertura geográfica regional correspondiente al ámbito de responsabilidad del servidor público y no exceda de los 7 días anteriores y 5 posteriores a la fecha en que se rinda el informe.

En ningún caso la difusión de tales informes podrá tener fines electorales, ni realizarse dentro del periodo de campaña electoral.

Las Secretarías Administradoras podrán vincular las Campañas de Comunicación Social de los Entes Públicos que consideren temas afines o líneas de acción compartidas en el marco de sus respectivas competencias, señalando debidamente al o los Entes Públicos que participen en la Coemisión de Campaña.



LA LEGISLATURA LXIV DE LA PARIDAD DE GÉNERO

Para lo anterior, la Secretaría Administradora coordinará y dará seguimiento a la vinculación de los esfuerzos comunicacionales con base en las Estrategias y Programas anuales recibidos.

Capítulo II

De la Difusión en el Organismo Público Descentralizado Radio y Televisión de Aguascalientes

Artículo 15.- Los Entes Públicos tendrán acceso a las transmisiones del organismo público descentralizado Radio y Televisión de Aguascalientes, quien deberá efectuar transmisiones gratuitas diarias en cada estación y por cada canal de programación, con una duración de hasta treinta minutos continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de interés social.

La forma en que podrán dividirse esos treinta minutos será la siguiente:

I. Quince minutos en formatos o segmentos de no menos de veinte segundos cada uno, y

II. Quince minutos en formatos o segmentos no menores de cinco minutos cada uno.

Artículo 16.- En casos de emergencia derivados de situaciones de salud, desastres naturales o de protección civil, Radio y Televisión de Aguascalientes deberá difundir campañas de Comunicación Social necesarias para mantener informada a la población de conformidad con lo previsto en el Capítulo VI de este Título.



LA LEGISLATURA LXIV DE LA PARIDAD DE GÉNERO

Artículo 17.- La distribución de los tiempos de transmisión se realizará en la proporción siguiente:

I. Cuarenta por ciento al Poder Ejecutivo;

II. Treinta por ciento al Poder Legislativo;

III. Diez por ciento al Poder Judicial, y

IV. Veinte por ciento a los Entes Autónomos Constitucionales.

Capítulo III

Del Gasto en Comunicación Social

Artículo 18.- Los Entes Públicos Estatales, podrán destinar recursos presupuestarios para Tiempos Comerciales, siempre y cuando, hayan solicitado y agotado su tiempo gratuito en Radio y Televisión de Aguascalientes.

Los Entes Públicos, para la difusión de Campañas de Comunicación Social y de mensajes para atender situaciones de carácter contingente, deberán sujetarse a las disposiciones del Presupuesto de Egresos del Estado o a sus presupuestos de egresos respectivos, así como su Programa Anual de Comunicación Social.

Los Entes Públicos no podrán convenir el pago de créditos fiscales, ni de cualquier otra obligación de pago a favor de la autoridad, a través de la prestación de servicios de publicidad, impresiones, inserciones y demás actividades en materia de Comunicación Social.



LXIV LEGISLATURA
H. CONGRESO DEL ESTADO
DE AGUASCALIENTES



DR. JESÚS
DÍAZ DE LEÓN

CENTENARIO LUCTUOSO



ESTADOS UNIDOS MEXICANOS
ESTADO LIBRE Y SOBERANO
DE AGUASCALIENTES
PODER LEGISLATIVO

LA LEGISLATURA LXIV DE LA PARIDAD DE GÉNERO

Los medios de difusión del sector público podrán convenir con los del sector privado la prestación recíproca de servicios de publicidad.

Artículo 19.- Las contrataciones de Tiempos Comerciales que realicen los Entes Públicos con los Medios de Comunicación para la difusión de Campañas de Comunicación Social, deberá apegarse a la legislación y normatividad en materia de adquisiciones, arrendamientos y servicios que les sea aplicable.

Artículo 20.- Las Secretarías Administradoras, de conformidad con lo establecido en el Presupuesto de Egresos respectivo y en las leyes competentes en la materia, emitirán anualmente los Lineamientos que contengan las reglas relativas a la difusión de las campañas de carácter industrial, comercial, mercantil y de promoción y publicidad que promuevan o publiciten la venta de productos o servicios que generan algún ingreso para el Estado, mismos que no podrán difundirse en tiempo asignado gratuitamente en Radio y Televisión de Aguascalientes.

Capítulo IV

De la Difusión de la Comunicación Social durante los Procesos Electorales

Artículo 21.- Durante el tiempo que comprendan las campañas electorales locales, y hasta la conclusión de la respectiva jornada comicial, deberá suspenderse la difusión de toda Campaña de Comunicación Social en los Medios de Comunicación.

Se exceptúan de lo anterior:



LA LEGISLATURA LXIV DE LA PARIDAD DE GÉNERO

I. Las campañas de información de las autoridades electorales;

II. Las relativas a servicios educativos y de salud; y

III. Las necesarias para la protección civil en casos de emergencia.

Cuando existan procesos electorales, las dependencias y entidades de la administración pública deben acatar la normatividad aplicable que ordene la suspensión de las campañas gubernamentales.

Capítulo V

De la Estrategia, Programa Anual y Campañas de Comunicación Social

Artículo 22.- La Secretaría Administradora será la encargada, en el ámbito de su competencia, de prestar asistencia técnica y evaluación de las Estrategias, Programas y las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la administración pública, a fin de que se lleven a cabo bajo los principios a los que se hace referencia en esta Ley.

La Secretaría Administradora será la encargada de la planeación y evaluación de los Programas Anuales de Comunicación Social que elaboren los Entes Públicos respectivos, a fin de que se lleven a cabo bajo los principios a los que se hace referencia en esta Ley.

Artículo 23.- Los Entes Públicos deben elaborar una Estrategia anual de Comunicación Social, para efectos de la difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales.



LXIV LEGISLATURA
H. CONGRESO DEL ESTADO
DE AGUASCALIENTES



DR. JESUS
DÍAZ DE LEÓN

CENTENARIO LUCTUOSO



ESTADOS UNIDOS MEXICANOS
ESTADO LIBRE Y SOBERANO
DE AGUASCALIENTES
PODER LEGISLATIVO

LA LEGISLATURA LXIV DE LA PARIDAD DE GÉNERO

La Estrategia Anual deberá contener, cuando sea aplicable:

I. Misión y Visión oficiales del Ente Público;

II. Objetivo u objetivos institucionales y objetivo de la Estrategia anual de Comunicación Social;

III. Metas estatales y/o estrategias transversales relacionadas con los objetivos señalados en el inciso anterior, establecidas en el Plan Estatal de Desarrollo;

IV. Programa o programas sectoriales o especiales correspondientes al Ente Público, de ser aplicable;

V. Objetivo estratégico o transversal, según corresponda, alineado y vinculado al Plan Estatal de Desarrollo, y

VI. Temas específicos derivados de los objetivos estratégicos o transversales que abordarán en las Campañas del Programa anual de Comunicación Social.

Artículo 24.- Los Entes Públicos que cuenten con recursos en el Presupuesto de Egresos para Comunicación Social, deben elaborar un Programa Anual de Comunicación Social.

El Programa Anual de Comunicación Social deberá comprender el conjunto de Campañas de Comunicación Social a difundirse en el ejercicio fiscal respectivo, mismas que estarán encaminadas al cumplimiento del objetivo institucional y de los principios rectores, y que podrán incluir:

I. Mensajes sobre programas y actividades gubernamentales;



II. Acciones o logros del Gobierno, y

III. Mensajes tendientes a estimular acciones de la ciudadanía para acceder a algún beneficio o servicio público.

Artículo 25.- Las dependencias y entidades de las administraciones públicas deberán presentar su Estrategia y Programa anual correspondiente y enviarla a la Secretaría Administradora, previo registro en el Sistema de Información de Normatividad de Comunicación u homólogo, en la primera quincena de enero de cada año, primero de manera electrónica, y posteriormente, con plazos establecidos para la entrega documental con firmas autógrafas.

La Secretaría Administradora emitirá las observaciones pertinentes o, en su caso, autorizará las Estrategias y Programas Anuales que corresponda.

Artículo 26.- Los Entes Públicos deberán elaborar el Programa Anual considerando la prioridad temática y cronología de la difusión de las campañas a efecto de dar cumplimiento con la Estrategia anual. Las campañas deben ser acordes al objetivo de comunicación que persiguen los Entes Públicos con la difusión de las mismas.

En la ejecución de sus Programas Anuales de Comunicación Social, los Entes Públicos deberán atender los siguientes criterios:

I. Que las Campañas de Comunicación Social tengan relación directa con las atribuciones y facultades de los sujetos obligados;

II. Que los recursos a utilizar sean proporcionales a los objetivos de la campaña;



LA LEGISLATURA LXIV DE LA PARIDAD DE GÉNERO

III. Que las herramientas y medios utilizados para la difusión de la campaña sean seleccionados de manera efectiva a fin de que la hagan llegar al público al que vaya dirigida;

IV. Que haya objetivos claros y precisos para comunicar;

V. Que se establezcan metas de resultados y procedimientos de evaluación de las campañas;

VI. Utilizar, en primera instancia, los tiempos oficiales conforme a las disposiciones legales y administrativas aplicables, en el caso de los sujetos obligados que tengan derecho a ello, y

VII. Que tengan un carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social.

Artículo 27.- Las dependencias y entidades remitirán sus propuestas de Estrategias, Programas Anuales y respectivas Campañas de Comunicación Social a la Secretaría Administradora, observando los Lineamientos que éstas emitan en el marco de sus respectivas competencias y atendiendo aquellos que en materia presupuestal establezca la Secretaría de Finanzas y sus equivalentes en los demás entes, según corresponda.

Artículo 28.- La Secretaría Administradora deberá tener registro de las campañas que cada dependencia y entidad prevé realizar, las vigencias generales, los montos del techo presupuestal y la inversión que representaría en el marco de su programación.

Artículo 29.- Una vez autorizada la Estrategia y el Programa Anual conforme al artículo 25 y de acuerdo a las vigencias establecidas en el



LA LEGISLATURA LXIV DE LA PARIDAD DE GÉNERO

mismo, las dependencias y entidades deberán presentar ante la Secretaría Administradora, la solicitud de autorización por cada campaña registrada en el Programa.

Salvo los mensajes extraordinarios previstos en el Capítulo VI del Título II de esta Ley, la Secretaría Administradora no autorizará solicitudes de campañas que hayan iniciado su difusión, por lo que las dependencias y entidades deben considerar los tiempos del procedimiento de autorización para llevar a cabo la planeación de sus campañas, mismos que se establecerán en los Lineamientos respectivos.

Cada solicitud de campaña registrada deberá contener, por lo menos:

I. Los Medios de Comunicación a utilizar;

II. Los recursos a erogar, y

III. Los requisitos adicionales que establezcan las autoridades correspondientes de conformidad con las disposiciones que para tal efecto emitan en el marco de sus respectivas competencias.

Artículo 30.- El Congreso del Estado, el Poder Judicial del Estado, así como los Órganos a los que la Constitución Política del Estado de Aguascalientes les otorga autonomía, deberán prever en su Reglamento Interior u ordenamiento equivalente, el mecanismo para la elaboración, aprobación y registro de sus Estrategias y Programas Anuales, de conformidad con lo establecido en el presente Capítulo.

Capítulo VI



LXIV LEGISLATURA
H. CONGRESO DEL ESTADO
DE AGUASCALIENTES



DR. JESÚS
DÍAZ DE LEÓN

CENTENARIO LUCTUOSO



ESTADOS LIBRE Y SOBERANO
DE AGUASCALIENTES
PODER LEGISLATIVO

LA LEGISLATURA LXIV DE LA PARIDAD DE GÉNERO

Del Mensaje Extraordinario

Artículo 31.- Las dependencias y entidades de las administraciones públicas podrán difundir a través de Medios de Comunicación, Mensajes extraordinarios que comprendan información relevante para atender una situación de carácter emergente o coyuntural y que, por no ser previsible, no estén incluidos en el Programa anual de Comunicación Social.

El registro posterior de los Mensajes Extraordinarios debe solicitarse a la Secretaría Administradora, justificando las razones de su emisión. Una vez autorizado el Mensaje Extraordinario, las dependencias y entidades deben integrar dicho mensaje en el Programa Anual.

Artículo 32.- El Congreso del Estado, el Poder Judicial del Estado, así como los Órganos a los que la Constitución Política del Estado de Aguascalientes les otorga autonomía, deberán prever en su Reglamento Interior u ordenamiento equivalente, el mecanismo para la difusión de Mensajes Extraordinarios, en caso de que la legislación aplicable así lo prevea.

Capítulo VII

De la Vigilancia y Control de la Contratación de la Comunicación Social

Artículo 33.- Las dependencias y entidades de la Administración Pública Estatal registrarán en el Sistema Público a cargo de la Contraloría del Estado, dentro de los primeros diez días naturales siguientes a la terminación de cada mes, la información de las erogaciones referidas a gasto en Comunicación Social.

Cada informe deberá contener lo siguiente:



LA LEGISLATURA LXIV DE LA PARIDAD DE GÉNERO

I. Partida de gasto afectada;

II. Fecha de la Erogación;

III. Descripción del servicio contratado;

IV. Unidad de medida;

V. Cantidad (número de unidades de medida contratadas);

VI. Costo, tarifa o cuota unitaria contratada;

VII. Monto total erogado (incluido el Impuesto al Valor Agregado), y

VIII. Nombre de la persona física o moral contratada y su Registro Federal de Contribuyentes.

Las administraciones públicas de los municipios reportarán a través de su Sistema Público la información en los términos del párrafo anterior a la Secretaría o unidad de control interno que corresponda, en el plazo que prevea la legislación aplicable.

Los Poderes Legislativo y Judicial, así como los órganos constitucionales autónomos o cualquier otro ente público, también reportarán la información a que se refiere el párrafo segundo de este artículo al Órgano Superior de Fiscalización, de conformidad con la legislación aplicable.

Artículo 34.- La responsabilidad del cumplimiento tanto del contenido de las campañas como que tengan la debida autorización, recaerá en cada Ente Público.



LXIV LEGISLATURA
H. CONGRESO DEL ESTADO
DE AGUASCALIENTES



DR. JESÚS
DÍAZ DE LEÓN
CENTENARIO LUCTUOSO



ESTADO LIBRE Y SOBERANO
DE AGUASCALIENTES
PODER LEGISLATIVO

LA LEGISLATURA LXIV DE LA PARIDAD DE GÉNERO

Capítulo VIII

Del Padrón Estatal de Medios de Comunicación

Artículo 35.- Los Medios de Comunicación que pretendan participar en la contratación de Comunicación Social a que se refiere la presente Ley, deberán estar inscritos previamente en el Padrón Estatal de Medios de Comunicación, a cargo de la Secretaría de Finanzas.

La información contenida en el Padrón Estatal de Medios de Comunicación será pública y accesible a distancia.

Artículo 36.- El empadronamiento de los Medios de Comunicación en ningún caso, por ese solo hecho, implicará la obligación de contratación por parte de los Entes Públicos.

Artículo 37.- La Secretaría de Finanzas llevará a cabo la organización del Padrón, de conformidad con los Lineamientos que para tal efecto expida.

Título III

De la Revisión y Fiscalización de los Recursos Públicos en materia de Comunicación Social

Capítulo Único

Del Órgano Superior de Fiscalización



LA LEGISLATURA LXIV DE LA PARIDAD DE GÉNERO

Artículo 38.- La revisión y fiscalización de los recursos públicos estatales en materia de Comunicación Social se realizará a través del Órgano Superior de Fiscalización del Estado de Aguascalientes, en términos de lo dispuesto por la Ley de Fiscalización Superior del Estado de Aguascalientes.

Artículo 39.- Cuando en un mismo acto o hecho estuvieren involucradas tanto autoridades de la Federación, como de las Entidades Federativas y recursos federales, la competencia se surtirá en favor de la Auditoría Superior de la Federación.

Título IV

De la Transparencia y Rendición de Cuentas

Capítulo Único

De los Informes

Artículo 40.- Los Entes Públicos deberán poner a disposición del público y mantener actualizada, en los respectivos sitios de Internet, de acuerdo con sus facultades, atribuciones, funciones u objeto social, según corresponda, la información, sobre los montos destinados a gastos relativos a Campañas de Comunicación Social desglosada por tipo de medio, proveedores, número de contrato y concepto o campaña, de conformidad con la legislación aplicable.

Artículo 41.- Cada uno de los Entes Públicos incorporará un informe semestral sobre el gasto en publicidad oficial en su portal de transparencia, que por lo menos contenga:

I. Recursos presupuestarios para Campañas de Comunicación Social;



LXIV LEGISLATURA
H. CONGRESO DEL ESTADO
DE AGUASCALIENTES



DR. JESÚS
DÍAZ DE LEÓN

CENTENARIO LUCTUOSO



ESTADO LIBRE Y SOBERANO
DE AGUASCALIENTES
PODER LEGISLATIVO

LA LEGISLATURA LXIV DE LA PARIDAD DE GÉNERO

II. Proveedores;

III. Contratación concertada hasta el momento, con número de contrato, y

IV. Pago realizado a los Medios de Comunicación.

Artículo 42.- La Secretaría Administradora informará bimestralmente al Congreso del Estado, a través de la Comisión competente, sobre la ejecución de los programas y actividades gubernamentales.

Dichos informes deberán contener, al menos, lo siguiente:

I. Monto total erogado por dependencia y entidad;

II. Empresas prestadoras de los servicios; y

III. Propaganda contratada.

Artículo 43.- La Secretaría Administradora, remitirá anualmente al Congreso del Estado, a través de la Comisión competente, la relación de todos los programas y Campañas de Comunicación Social, desglosadas por dependencias y entidades, así como la programación de las erogaciones destinadas a sufragarlos.

Los Poderes Legislativo y Judicial así como los órganos constitucionales autónomos o cualquier otro ente público, también reportarán la información a que se refiere el artículo 42 y el presente al Órgano Superior de Fiscalización, de conformidad con la legislación aplicable.

Título V



De las Infracciones y Sanciones

Capítulo Único

Artículo 44.- Constituyen infracciones de los Entes y Servidores Públicos a la presente Ley, según sea el caso:

I. Difundir Campañas de Comunicación Social violatorias de los principios establecidos en el artículo 5 de la presente Ley;

II. Exceder los límites y condiciones establecidas para los informes anuales de labores de los Servidores Públicos, y

III. El incumplimiento de cualquiera de las disposiciones contenidas en esta Ley.

Artículo 45.- Cuando las autoridades estatales o municipales cometan alguna infracción prevista en esta Ley, se dará vista al superior jerárquico y, en su caso, presentará la queja ante la autoridad competente por hechos que pudieran constituir responsabilidades administrativas o las denuncias o querrelas ante el agente del Ministerio Público que deba conocer de ellas, a fin de que se proceda en los términos de las leyes aplicables.

ARTÍCULOS TRANSITORIOS

Primero.- El presente Decreto iniciará su vigencia el 1o. de enero de 2020, sin perjuicio de lo previsto en los transitorios siguientes.

Segundo.- El Ejecutivo Estatal deberá realizar las adecuaciones reglamentarias correspondientes en un plazo que no exceda de 120 días a partir de la publicación del presente Decreto.



LXIV LEGISLATURA
H. CONGRESO DEL ESTADO
DE AGUASCALIENTES



DR. JESÚS
DÍAZ DE LEÓN

CENTENARIO LUCTUOSO



ESTADOS UNIDOS MEXICANOS
ESTADO LIBRE Y SOBERANO
DE AGUASCALIENTES
PODER LEGISLATIVO

LA LEGISLATURA LXIV DE LA PARIDAD DE GÉNERO

Igualmente, la Secretaría de Finanzas deberá crear el Padrón Estatal de Medios de Comunicación y deberá emitir los Lineamientos a que se refiere el artículo 37, una vez autorizado el Presupuesto de Egresos respectivo.

Las disposiciones normativas que se expidan, deberán entrar en vigor el mismo día que lo haga la Ley que se expide por virtud del presente Decreto.

Tercero.- Los ayuntamientos del Estado deberán adecuar su reglamentación, en un plazo no mayor a 90 días a partir de la publicación del presente Decreto.

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

Quinto.- Las solicitudes de autorización de campañas en trámite o pendientes de autorización al momento de entrada en vigor del presente Decreto, deben tramitarse y resolverse conforme a las disposiciones vigentes al momento en el que fueron presentadas.

Sexto.- Las erogaciones que, en su caso, deban realizar los Entes Públicos con motivo de la entrada en vigor del presente Decreto deberán cubrirse con cargo a su presupuesto aprobado para el ejercicio fiscal que corresponda.

Aguascalientes, Ags. a 19 de septiembre de 2019.

A T E N T A M E N T E

DIPUTADA ELSA AMABEL LANDÍN OLIVARES