



INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO

La Paz, Baja California Sur a 24 de Octubre de 2017.

**C. DIANA VICTORIA VONBORSTEL LUNA
DIPUTADA PRESIDENTA DE LA MESA DIRECTIVA
H. CONGRESO DEL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA SUR
XIV LEGISLATURA
P R E S E N T E**

La suscrita Diputada Guadalupe Rojas Moreno del Partido Morena, de conformidad con lo establecido en los artículos 57, fracción II, de la Constitución Política del Estado de Baja California Sur, y 101, fracción II, de la Ley Reglamentaria del Poder Legislativo de la entidad, me permito someter a la consideración de esta Asamblea la siguiente INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO mediante la cual se expide la nueva LEY DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL PARA EL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA SUR, al tenor de la siguiente:

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

Durante décadas, el derecho de la sociedad a mantenerse informada, ha sido subordinado al interés del control de la información que la clase política gobernante en turno, ha venido ejerciendo sobre los medios de comunicación tanto por la vía de la distribución de favores y canonjías para comprar su apoyo, o por la vía de la represión, ya sea abierta o encubierta.

De esta forma se ha distorsionado el papel de los medios en general y del periodismo en lo específico al punto de que el control de éstos fue pieza fundamental y una de las principales herramientas de la lucha política, a través de la que en el año 2006, se promovió el voto del miedo y la guerra sucia, contra del principal candidato de la izquierda presentándolo como “un peligro para México”.

De dicha experiencia surge una reforma política que en el año 2007, plantea una serie de cambios a la constitución general de los Estados Unidos Mexicanos, dentro de los que destacan, el referente al artículo 134, a efectos de incluir garantías para el ejercicio de la libertad de expresión, el derecho de réplica, la prohibición de contratación de propaganda



electoral en radio y televisión a partidos políticos, la prohibición para intervenir en los procesos electorales de cualquier forma a particulares y la regulación básica de la publicidad oficial.

Como resultado de dicha reforma, el 12 de marzo de 2010 se publica en el Boletín Oficial del Gobierno del Estado, el decreto No. 1839 donde se establece la redacción actual del artículo 163 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Baja California Sur, incorporando los preceptos que se habían incluido en la Federal.

CONSTITUCION POLÍTICA DEL ESTADO LIBRE Y SOBERANO DE BAJA CALIFORNIA SUR

Artículo 163...

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 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.

A pesar de que tales disposiciones hacían necesaria la revisión de la legislación secundaria para adecuarla a lo dispuesto por este artículo, el decreto no incluyó en su régimen transitorio, la definición de un plazo para la instrumentación de dichas modificaciones.

Hoy, a más de siete años se vuelve indispensable instrumentar en una ley particular, no sólo el ejercicio de los derechos de los ciudadanos, sino también limitar los excesos que desde el poder público se comete en el gasto destinado para la comunicación social.

A fin de conocer de distintos criterios para tal reglamentación, es importante mencionar que ya la Comisión Interamericana de Derechos Humanos, a través de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión, desde 1997 ha venido emitiendo criterios de interpretación, respecto al derecho a la libertad de expresión en todos sus aspectos.



Por otra parte, distintas organizaciones de la sociedad civil, han venido analizando el gasto en Comunicación Social y Propaganda por parte del Gobierno Federal, así como de las entidades federativas, sobresaliendo el estudio que hizo FUNDAR respecto al ejercicio presupuestal, que durante el año 2015 realizaron los gobiernos estatales, y en el que de inicio, todas las entidades integrantes de la federación, incluyendo la nuestra, mostraron nula transparencia en el acceso a la información de los gastos en comunicación social, referentes a los proveedores, tipos de medios de comunicación, la campaña publicitaria que se estuviera manejando, los contratos y el objeto de los mismos.

El estudio destaca que existe un enorme gasto en las entidades en materia de publicidad oficial, sin que se den a conocer los detalles de sus asignaciones, y que al no existir lineamientos o leyes locales que indiquen la forma de distribuir la publicidad entre los medios, ha generado una relación poco clara entre éstos y el gobierno, afectando severamente la calidad, objetividad e imparcialidad de la información que reciben los ciudadanos.

También del mismo estudio, se concluye que no hay un control adecuado del gasto, puesto que las entidades gastan el doble o más de lo aprobado por los Congresos, situación que en el caso de Baja California Sur, quedó de manifiesto con el sobre ejercicio de 258% en los gastos de comunicación social, por encima de lo aprobado por esta soberanía, situación que la coloca en el sexto lugar en cuanto a la mayor variación porcentual de las entidades federativas.

Finalmente como parte de sus recomendaciones, se concluye la necesidad de transparentar y planificar el gasto en materia de publicidad oficial, regularla a fin de evitar los sobre ejercicios y limitarla.

Es pues, necesario legislar en la materia, puesto que los incrementos que existen en el gasto en publicidad oficial, son absolutamente injustificables al constituirse como parte de una partida no prioritaria, si se le compara con los requerimientos en cuanto la atención en la prestación de servicios y en la efectividad en la protección de los derechos individuales y colectivos, así como la posibilidad de su en el ejercicio pleno, mismos que demandan los habitantes de nuestra entidad. Además, dicha disminución resulta en una condición necesaria para reconstruir la confianza en las autoridades de las que se espera, el recorte de gastos superfluos como una parte importante respecto a la recomposición de la credibilidad y legitimidad no sólo de la clase política gobernante, sino del sistema en sí mismo.



La alternativa a no legislar provoca falta de reglamentación de la publicidad gubernamental, restringiendo en consecuencia, la libertad de expresión, vulnerando el derecho a la información de la ciudadanía, y resultando además en una grave fuente de opacidad en cuanto al gasto de los recursos públicos, destinados a tales fines.

Por lo anterior es que se presenta la presente Iniciativa con Proyecto de decreto mediante la que se expide la LEY DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL PARA EL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA SUR, misma que reglamenta las disposiciones establecidas por el artículo 163 de la Constitución del Estado, en lo particular las características que deberá tener la propaganda de carácter gubernamental, la definición de la misma, los sujetos obligados a cumplir con dichas disposiciones, las autoridades competentes para conocer, investigar y sancionar las faltas así como el régimen de sanciones aplicables a las mismas.

Por lo anteriormente expuesto, la suscrita Diputada del Partido MORENA, someto a la consideración de esta Asamblea; la siguiente Iniciativa con Proyecto de Decreto en los términos siguientes:

ARTÍCULO ÚNICO.- La Décimo Cuarta Legislatura del Estado Libre y Soberano de Baja California Sur, expide la LEY DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL PARA EL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA SUR, para quedar como sigue:

LEY DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL PARA EL ESTADO DE BAJA CALIFORNIA SUR

CAPITULO I DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1. La presente Ley es de orden público e interés general y tiene por objeto normar la propaganda gubernamental que difundan los entes públicos del Estado y Municipios bajo cualquier modalidad de comunicación social, a través de los medios de comunicación en cuyo caso no deberá incluir nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción o difusión personalizada de determinado servidor público o partido político.

Además de lo anterior, la presente Ley, tendrá como objetivo el establecer los medios de control y de responsabilidades a los servidores públicos que con motivo de las funciones, atribuciones o competencias inherentes a su empleo, cargo a comisión, estén vinculados con la



distribución y contratación de propaganda gubernamental.

Artículo 2. Para efecto de lo dispuesto por la presente Ley son sujetos obligados a su observancia y cumplimiento los servidores públicos que desempeñen un empleo, cargo o comisión de cualquier naturaleza en el conjunto de dependencias, órganos y entidades que integran la Administración Pública Estatal, el Poder Legislativo o el Judicial del Estado, los órganos Autónomos, Los Ayuntamientos, las entidades y organismos descentralizados del gobierno estatal y de los ayuntamientos, las entidades paraestatales y paramunicipales, así como toda persona física o moral que maneje, recaude, aplique, administre, resguarde o distribuya recursos económicos estatales o municipales.

Artículo 3. Para efectos de la presente ley, se entenderá por:

- I. Ente público: Comprende a la Administración Pública Estatal del Poder Ejecutivo y los Órganos que conforman los Poderes Legislativo y Judicial del Estado, los Órganos Autónomos Constitucionales y los Municipios, así como toda persona física o moral que maneje, recaude, aplique, administre, resguarde o distribuya recursos económicos estatales o municipales.
- II. Imagen oficial o institucional: Cualquier tipo de símbolo, señal, tipografía, reproducción, nombre, fotografía, voz o imagen incluidos en cualquier tipo de promocionales difundidos por radio, televisión, propaganda impresa y visual, paginas o portales de internet, que desarrollen o contraten los entes públicos para difundir a la ciudadanía las actividades o resultados que sean del ámbito de su competencia.
- III. Medio de información o comunicación: La persona física o moral que presta servicios de televisión o audiovisuales restringidos, de radiodifusión o que de manera impresa o electrónica difunde masivamente información y que opera con sujeción a las disposiciones legales aplicables.
- IV. Padrón: El Padrón de prestadores de servicios relacionados con los medios de información y comunicación de los entes públicos.
- V. Propaganda gubernamental: La producción, asignación, distribución, contratación y los mensajes que a través de un espacio publicitario gratuito o contratado bajo cualquier modalidad y en cualquier soporte, realicen los sujetos obligados de esta ley.

Artículo 4.- Las disposiciones contenidas en la presente Ley no son aplicables a las campañas de carácter comercial que realizan las entidades paraestatales en cumplimiento de su objeto, excepto que se trate de propaganda institucional sin propósitos de promoción



directamente comercial.

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 contenidos en la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Estado de Baja California Sur y en Ley de Obras Públicas y Servicios Relacionados con las mismas del Estado y Municipios de Baja California Sur, y toda publicación o difusión de información sobre las actuaciones públicas que deban realizarse por mandato legal.

Capítulo II **Del contenido de la publicidad**

Artículo 5.- El contenido de la publicidad que provenga de los entes públicos deberá ser clara, objetiva, necesaria, útil y relevante para la sociedad.

Artículo 6.- Específicamente los sujetos obligados sólo podrán contratar publicidad cuyos objetivos sean:

- I. La promoción de campañas en materia de derechos humanos, salud, educación, protección al medio ambiente, turismo, protección civil y seguridad pública;
- II. La información relativa a programas de desarrollo económico y social; la ejecución de obras de infraestructura; la prestación de servicios públicos, así como aspectos relacionados con las políticas públicas, el funcionamiento de los entes públicos y las condiciones de acceso y uso de los espacios y bienes de dominio público;
- III. La información relativa al contenido y publicidad 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; y
- IV. La información relativa al cumplimiento de las obligaciones tributarias.

Artículo 7.- La publicidad oficial debe transmitirse en versiones y formatos accesibles para personas



con capacidades diferentes.

Artículo 8.- Los entes públicos contribuirán a fomentar la igualdad entre hombres y mujeres, la convivencia armónica y los principios de libertad, democracia y justicia social entre los sudcalifornianos.

Artículo 9.- En la publicidad oficial queda prohibido cualquier contenido:

- I. Dirigido a polemizar con o a desprestigiar a, cualquiera de los demás sujetos obligados;
- II. Que incluya imagen, voz o nombre de cualquier persona física;
- III. Que no contenga el logotipo y nombre de la institución del Estado que paga el mensaje publicitario, es decir, cualquier texto en forma de “gacetilla”, reportaje, nota periodística u otros que no indique claramente que se trata de publicidad oficial;
- IV. Que haga proselitismo directo o indirecto en favor de algún partido político, candidato a puesto de elección popular o servidor público, y
- IV. Distinto de los señalados en la fracción anterior o que viole de cualquier forma las normas establecidas en la presente ley.

En los casos contemplados en este artículo se aplicará lo dispuesto en la presente ley, con independencia de lo dispuesto por la legislación penal o electoral según corresponda.

Artículo 10.- Ningún ente público o persona física o moral de carácter privado que contrate publicidad con recursos públicos podrá adquirirla a un costo mayor que las tarifas que logren los sujetos públicos obligados.

Artículo 11.- 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 12.- 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.

CAPITULO III DEL AMBITO DE APLICACIÓN Y DE LAS AUTORIDADES COMPETENTES

Artículo 13.- La presente Ley será aplicada en los casos de propaganda gubernamental que se difunda en medios de comunicación masiva o haya sido contratada con recursos públicos estatales o municipales por los entes públicos, siendo aplicables las normas de este ordenamiento en cuanto al contenido de la publicidad y los efectos de la difusión de mensajes o imágenes oficiales.



Artículo 14.- Son autoridades competentes para conocer, investigar y sancionar los hechos o actos que contravengan lo dispuesto en la presente Ley: en los Poderes Legislativo y Judicial sus respectivos Órganos de control interno; en el Poder Ejecutivo, la Contraloría; en los Órganos Autónomos del Estado sus respectivos órganos de control interno; en el Gobierno Municipal, los Contralores Internos o equivalentes.

Artículo 15.- En lo no dispuesto por la presente Ley, se aplicará con carácter supletorio, a la Ley de Responsabilidades Administrativas del Estado y Municipios de Baja California Sur, la Ley Estatal Electoral o el Código Penal para el Estado Libre y Soberano de Baja California Sur, según corresponda.

CAPÍTULO IV DE LA DISTRIBUCION, ASIGNACION Y CONTRATACION DE LA PUBLICIDAD

Artículo 16.- Los entes públicos deberán cumplir con el contenido, distribución, asignación y contratación de la publicidad gubernamental conforme a lo dispuesto en el presente Capítulo.

Artículo 17.- Podrán participar en la asignación de publicidad gubernamental oficial los medios de comunicación que se encuentren inscritos y con sus datos actualizados, en el Padrón de Medios de Comunicación del ente público de que se trate.

Artículo 18.- Todo ente público deberá llevar el registro y control de su Padrón de Medios de Comunicación, el cual se integrara con, cuando menos, los siguientes datos de los prestadores de servicios de información o comunicación:

- | | | |
|------|---|--------------|
| I. | Social; | Razón |
| II. | ión comercial; | Denominac |
| III. | directora; | Director o |
| IV. | cas del medio, especificando el tiraje y soporte documental, en caso de que sea impreso; el horario y duración, en caso de tratarse de un programa televisivo o radiofónico o en su caso; la dirección electrónica del sitio de internet, tratándose de medios digitales. | Característi |
| V. | de Cobertura Estatal, Regional y Municipal; | Definición |



VI.	n o en caso de tenerlo, audiencia;	Circulació
VII.	ad;	Periodicid
VIII.	comercial de publicidad promedio que tuvieron en el año fiscal anterior.	Tarifa

Los datos serán proporcionados por los prestadores de servicios de medios de comunicación o información al titular del ente público y deberán ser actualizados a más tardar el día quince de enero de cada año.

Los entes públicos serán responsables de recibir, sin mayor trámite, la información, organizarla y actualizarla conforme le sean notificados cambios en cualquiera de los datos proporcionados.

Artículo 19.- A más tardar el día treinta y uno de enero de cada año, los entes públicos remitirán su Padrón de Medios de Comunicación al Gobernador del Estado, para su publicación en el Diario Oficial del Gobierno de Baja California Sur.

Artículo 20.- Los entes públicos distribuirán el presupuesto que tengan asignado o hayan autorizado sus órganos internos para propaganda gubernamental de la siguiente forma:

- I. Programas de medios de comunicación electrónicos con cobertura estatal, incluyendo radio, televisión e internet;
- II. Medios de comunicación impresa de cobertura estatal; y
- III. Otros medios de comunicación como anuncios espectaculares, folletos, volantes y carteles.

El techo de gasto para la propaganda gubernamental de los entes públicos, estará determinado por la partida específica aprobada para tal fin, por el Congreso del Estado. Los entes públicos sólo superar dicho monto en casos de emergencias sanitarias, desastres naturales, o situaciones que afecten la seguridad y patrimonio de la ciudadanía, mismos que además, deberán ser acreditados y soportados con elementos claros y objetivos, informando de tal situación al propio Congreso.

CAPITULO IV



DE LA TRANSPARENCIA DE LA PUBLICIDAD

Artículo 21.- Los entes públicos deberán mantener actualizado el Padrón de Medios de Comunicación en su respectivo portal electrónico o página de internet, para accesibilidad y conocimiento del público en general.

Artículo 22.- Cada uno de los sujetos obligados incorporara un informe trimestral sobre el gasto en publicidad gubernamental oficial en su portal de transparencia, que contenga mínimamente:

- | | | |
|------|---|------------------|
| I. | asignado a publicidad; | Presupuesto |
| II. | gasto; | Distribución del |
| III. | concertada hasta el momento, y | Contratación |
| IV. | número de anuncios publicados o transmitidos en los medios de comunicación. | Pago realizado y |

CAPITULO V DEL CONSEJO CIUDADANO DE PROPAGANDA GUBERNAMENTAL

Artículo 23.- El Congreso del Estado convocara a periodistas, académicos, editores y representantes de universidades y organismos civiles dedicados al estudio de los medios de comunicación, con el fin de crear el Consejo Ciudadano de Propaganda Gubernamental, y proveerá las facilidades necesarias para su funcionamiento.

Artículo 24.- Dicho Consejo tendrá las siguientes funciones:

- | | | |
|------|---|-------------|
| I. | informe sobre el cumplimiento de la presente ley para su presentación ante el Congreso del Estado; | Emitir un |
| II. | aplicación de planes, programas o políticas públicas para optimizar la asignación de los recursos públicos destinados a la propaganda gubernamental; | Proponer la |
| III. | mecanismos complementarios a los señalados por este ordenamiento para erradicar cualquier tipo de condicionamiento a la libertad de expresión por medio de la publicidad oficial; | Proponer |
| IV. | | Las demás |



que establezcan las disposiciones aplicables.

CAPITULO VI DE LAS SANCIONES

Artículo 25.- Al servidor público que demore u obstaculice la publicación del Padrón de Medios de Comunicación de un ente público será acreedor a una multa equivalente al valor de 50 Unidades de Medida y Actualización, por cada día que se demore la publicación.

Artículo 26.- El servidor público responsable de la demora en el pago a prestadores de los medios de comunicación será acreedor a la destitución de su empleo, cargo o comisión e inhabilitación durante un año.

Artículo 27.- El servidor público responsable de la asignación o del pago de publicidad prohibida en la presente ley será acreedor a la destitución e inhabilitación durante tres años.

Artículo 28.- Las sanciones establecidas en este capítulo serán aplicadas con independencia de las infracciones que contemple la Ley de Responsabilidades de los Servidores Públicos, la Ley Electoral para el Estado de Baja California Sur o el Código Penal, según corresponda.

TRANSITORIOS:

PRIMERO. El presente decreto entrara en vigor el día siguiente al de su publicación en el Boletín Oficial del Gobierno del Estado.

SEGUNDO. El Congreso del Estado tendrá 180 días a partir de la publicación del presente Decreto para emitir las disposiciones legales que rijan al Consejo Ciudadano de Propaganda Gubernamental.

ATENTAMENTE

**DIPUTADA GUADALUPE ROJAS MORENO
MORENA**