



INSTITUTO DE INVESTIGACIONES LEGISLATIVAS
UNIDAD DE INFORMATICA LEGISLATIVA

**LEY DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL
ESTADO Y MUNICIPIOS DE SAN LUIS POTOSÍ**

Fecha de Aprobación: 22 DE ABRIL DE 2021
Fecha de Promulgación: 23 DE ABRIL DE 2021
Fecha de Publicación: 20 DE MAYO DE 2021
Fecha Última Reforma: 27 DE FEBRERO DE 2023

La edición de las disposiciones jurídicas del ámbito Federal o Estatal, en medios electrónicos no representa una versión oficial, ya que de acuerdo al artículo 3º del Código Civil Federal; los artículos 2º, 3º, 4º y 8º de la Ley del Diario Oficial de la Federación; los artículos 3º, 4º y 5º de la Ley del Periódico Oficial del Estado de San Luis Potosí; y el artículo 2º del Código Civil para el Estado de San Luis Potosí, las únicas publicaciones que dan validez jurídica a una norma es el propio Diario Oficial de la Federación, la Gaceta Oficial del Distrito Federal o los Periódicos Oficiales Estatales, en este caso el Periódico Oficial del Estado de San Luis Potosí.

LEY DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL ESTADO Y MUNICIPIOS DE SAN LUIS POTOSI

ULTIMA REFORMA PUBLICADA EN EL PERIODICO OFICIAL: EL LUNES 27 DE FEBRERO DE 2023.

Ley publicada en el Periódico Oficial, El Jueves 20 de Mayo de 2021.

LIC. JUAN MANUEL CARRERAS LOPEZ, Gobernador Constitucional del Estado Libre y Soberano de San Luis Potosí, a sus habitantes sabed:

Que la Sexagésima Segunda Legislatura Constitucional del Estado Libre y Soberano de San Luis Potosí decreta lo siguiente:

DECRETO 1171

**LEY DE COMUNICACION SOCIAL PARA EL ESTADO
Y MUNICIPIOS DE SAN LUIS POTOSI**

EXPOSICION 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. Disposición que se armonizó en el artículo 135, de la Constitución Política de los Estados Libre y Soberano de San Luis Potosí

Si bien es cierto que los poderes públicos realizan cotidianamente actividades de comunicación social para cumplir con fines informativos, educativos o de orientación social, y pagan por la difusión de los mismos, es evidente que esos recursos que los medios de comunicación obtienen por esta difusión deben ser

Por ello es fundamental la expedición de la legislación en materia de comunicación social en nuestro Estado, con el propósito de 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 que respete los topes presupuestales, límites y condiciones de ejercicio que establezcan los presupuestos de egresos respectivos; garantizar que la difusión de comunicación social de los entes públicos sea de carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social; evitar el uso de la comunicación social para la promoción personalizada de servidores públicos; preservar los principios de imparcialidad y equidad en la competencia política.

No es óbice mencionar que en observancia a la Ley de Disciplina Financiera para las Entidades Federativas y los Municipios, respecto a la estimación de estimación de impacto presupuestal, no se requiere una fuente de ingresos adicional, toda vez que la misma no incluye mayores obligaciones, que las impuestas por la legislación general.

**LEY DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA EL ESTADO
Y MUNICIPIOS DE SAN LUIS POTOSÍ**

TÍTULO PRIMERO

DISPOSICIONES GENERALES CAPÍTULO ÚNICO

ARTÍCULO 1º. La presente Ley es de orden público, interés social, y observancia general en el Estado y municipios de San Luis Potosí; y reglamentaria del artículo 135 párrafo séptimo, de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de San Luis Potosí, relativo a la propaganda, bajo cualquier modalidad de comunicación social.

ARTÍCULO 2º. La presente Ley tiene por objeto:

I. 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 que respete los topes presupuestales, límites y condiciones de ejercicio que establezcan los presupuestos de egresos respectivos;

II. Garantizar que la difusión de comunicación social de los entes públicos sea de carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social;

III. Evitar el uso de la comunicación social para la promoción personalizada de servidores públicos, y

IV. Preservar los principios de imparcialidad y equidad en la competencia política.

ARTÍCULO 3º. Son sujetos obligados al cumplimiento de lo dispuesto en esta Ley, los poderes públicos; los órganos a los que la Constitución Política del Estado Libre y Soberano del Estado de San Luis Potosí dota de autonomía; las dependencias y entidades de la administración pública estatal; los municipios del Estado; y cualquier otro ente público.

ARTÍCULO 4º. 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: 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 Ejecutivo, Legislativo y Judicial 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 Electoral del Estado de San Luis Potosí;

VI. Medios de comunicación: 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 o municipal 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 del Estado, en su caso el municipal; o los presupuestos correspondientes;

X. Secretaría Administradora: la Secretaría General de Gobierno, y el área 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;

XI. 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;

XII. Sistema Público: en singular o plural, se refiere al sistema que es administrado por la contraloría de los poderes del Estado, o los órganos de control interno de 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, y

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 5º. En el ejercicio del gasto público en materia de comunicación social, los entes públicos deberán observar los siguientes principios rectores:

I. Eficacia, en el uso de los recursos públicos;

II. Eficiencia, de los recursos públicos destinados a la contratación o gastos de comunicación social;

III. Economía y racionalidad presupuestaria, que comprende la administración prudente de los recursos destinados a la comunicación social;

IV. Transparencia y máxima publicidad, a fin de evitar la discrecionalidad y garantizándose el acceso a toda información relacionada con la contratación y manejo de recursos públicos 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; Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de San Luis Potosí; y demás disposiciones aplicables en la materia;

V. 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;

VI. 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;

VII. Institucionalidad, en virtud de sus fines informativos, educativos o de orientación social;

VIII. Necesidad, de comunicar los asuntos públicos a la sociedad para su información y/o atención;

IX. Congruencia, entre el contenido del mensaje, el objetivo de comunicación y la población objetivo;

X. Salvaguarda y fomento al derecho a la información, se difunde bajo criterios de veracidad, precisión, objetividad, suficiencia y accesibilidad de contenidos;

XI. Promoción de los principios constitucionales de diversidad, igualdad, pluriculturalidad, laicidad, no discriminación, cohesión social y respeto a los derechos humanos;

XII. Promoción del pleno acceso a la información a la mayor cantidad de personas, incluyendo a quienes hablan lenguas originarias o personas con alguna discapacidad, y

XIII. Preservación de la lealtad entre instituciones del Estado, para que no se denigre u obstruyan las funciones de otros entes públicos.

Adicionalmente, deberá atender el respeto a la libertad de expresión y al fomento del acceso ciudadano a la información

La secretaría administradora deberá contemplar en los lineamientos que emita, los criterios de selección del medio de comunicación correspondiente, a fin de garantizar el cumplimiento de los principios previstos en el presente artículo.

ARTÍCULO 6º. Serán aplicables de manera supletoria, en lo conducente, las disposiciones contenidas en el Código Procesal Administrativo para el Estado de San Luis Potosí; la Ley Electoral del Estado de San Luis Potosí; la Ley de Responsabilidades Administrativas para el Estado y Municipios de San Luis Potosí; la Ley de Fiscalización y Rendición de Cuentas del Estado de San Luis Potosí; la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de San Luis Potosí; y la Ley de Adquisiciones del Estado de San Luis Potosí.

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, y sus homólogos de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de San Luis Potosí.

ARTÍCULO 7º. Esta Ley es aplicable a cualquier campaña de comunicación social estatal, pagada con recursos públicos que sea transmitida en el territorio estatal o nacional, e inclusive en el extranjero.

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 SEGUNDO

DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL DE LOS ENTES PÚBLICOS

CAPÍTULO I

De las Reglas de la Comunicación Social

ARTÍCULO 8º. 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 las lenguas que se hablan en el Estado, y el patrimonio histórico estatal;

(REFORMADA, P.O. 27 DE FEBRERO DE 2023)

VII. Comunicar programas y actuaciones públicas;

(ADICIONADA, P.O. 27 DE FEBRERO DE 2023)

VIII. Utilizar lenguaje incluyente, no sexista, libre de discriminación eliminando cualquier tipo de violencia en contra de las mujeres, y

IX. Los demás establecidos en las leyes.

ARTÍCULO 9º. Además de lo previsto en el artículo 18 de esta Ley, no se podrán difundir campañas de comunicación social, cuyos contenidos:

- 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;
- IV. Induzcan a la confusión con los símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes empleadas por cualquier organización política o social, y
- V. Denigren, obstruyan, o limiten las funciones de otros entes públicos.

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 a los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público.

ARTÍCULO 11. La comunicación social que difunda programas que otorguen subsidios o beneficios directos a la población, así como los programas de desarrollo social, 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”, en los términos del artículo 29 Bis de la Ley de Desarrollo Social para el Estado y Municipios de San Luis Potosí.

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 alguna discapacidad.

Las campañas de comunicación social deberán considerar el uso de la lengua de señas mexicanas por medio de un intérprete, subtítulo, así como de textos o tecnologías que permitan el acceso a los contenidos de comunicación social en televisión a las personas con discapacidad auditiva.

En comunidades indígenas, se procurará que las campañas de comunicación social se difundan en la lengua o las lenguas correspondientes.

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 para darlos a conocer que se difundan en canales de televisión y estaciones de radio, no serán considerados como propaganda, 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 siete días anteriores y cinco posteriores a la fecha en que se rinda el informe, lo anterior en términos del artículo 347 de la Ley Electoral del Estado de San Luis Potosí.

En ningún caso la difusión de tales informes podrá tener fines electorales, ni realizarse dentro del periodo de campaña electoral, debiéndose respetar en todo momento, los periodos de veda electoral que determine para tal efecto la autoridad 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.

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

Del Gasto en Comunicación Social

ARTÍCULO 15. Los entes públicos estatales, podrán destinar recursos presupuestarios para tiempos comerciales, siempre que estos se encuentren debidamente presupuestados, para tales efectos.

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, y en su caso deberán contar con la autorización para la adecuación presupuestaria, por parte de la Secretaría de Finanzas, sin que ello en ningún momento afecte algún programa prioritario.

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.

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

ARTÍCULO 16. Las contrataciones de tiempos comerciales que realicen los entes públicos con los medios de comunicación para la difusión de campañas de comunicación social, deberán apegarse a la Ley de Adquisiciones para el Estado de San Luis Potosí; y demás disposiciones aplicables.

En la contratación, el ente contratante, deberá justificar que el medio o los medios de comunicación seleccionados, son los idóneos en razón de la cobertura geográfica y población objetivo, al que pretende dirigirse.

ARTÍCULO 17. La Secretaría Administradora correspondiente, de conformidad con lo establecido en el Presupuesto de Egresos del Estado de San Luis Potosí, así como los presupuestos de los municipios, emitirá 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.

CAPÍTULO III

De la Difusión de la Comunicación Social durante los Procesos Electorales

ARTÍCULO 18. Durante el tiempo que comprendan las campañas electorales en el Estado, 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:

- I. Las campañas de información de las autoridades electorales;
- II. Las relativas a servicios educativos y de salud;
- III. Las necesarias para la protección civil en casos de emergencia, y
- IV. Cualquier otra que autorice el Consejo General del Instituto Nacional Electoral y/o el Consejo Estatal Electoral y de Participación Ciudadana, de manera específica durante los procesos electorales, sin que ello implique que sólo las campañas aprobadas por la referida autoridad administrativa son las que podrían difundirse.

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 IV

De la Estrategia, Programa Anual y Campañas de Comunicación Social

ARTÍCULO 19. Cada 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 20. Los entes públicos deben elaborar una Estrategia Anual de Comunicación Social, para efectos de la difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales.

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, o Municipal 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, o Municipal de Desarrollo, y

VI. Temas específicos derivados de los objetivos estratégicos o transversales que se abordarán en las campañas del programa anual de comunicación social.

ARTÍCULO 21. 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 22. Las dependencias y entidades de la administración pública deberán presentar su Estrategia y Programa anual correspondiente y enviarla a la Secretaría Administradora correspondiente, previo registro en el Sistema de Información de Normatividad de Comunicación u homóloga, en la primera quincena de enero de cada año, en un primer momento 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 23. Los entes públicos deberán elaborar el Programa Anual pconsiderando 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;

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, y

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

ARTÍCULO 24. Las entidades de la administración pública deberán someter a consideración de sus respectivos órganos de Gobierno, la Estrategia y Programa Anual, sin este requisito, la Secretaría Administradora, no autorizará la misma, ni procederá al registro correspondiente.

ARTÍCULO 25. Las dependencias y entidades remitirán sus propuestas de estrategias, programas anuales y respectivas campañas de comunicación social a la Secretaría Administradora correspondiente, observando los lineamientos que éstas emitan en el marco de sus respectivas competencias y atendiendo aquellos que en materia presupuestal establezca la Secretaría Finanzas o su equivalente en los municipios, según corresponda.

ARTÍCULO 26. Cada Secretaría Administradora deberá tener registro de las campañas que su dependencia respectiva y entidad prevé realizar, las vigencias generales, los montos del techo presupuestal, la inversión que representaría en el marco de su programación; así como las metas y resultados que se pretenden alcanzar

ARTÍCULO 27. Una vez autorizada la Estrategia y el Programa Anual conforme al artículo 22 de esta Ley y de acuerdo a las vigencias establecidas en el 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 V 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;

III. Las metas y objetivos, y

IV. 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 28. El Congreso del Estado; el Poder Judicial del Estado; así como los Órganos a los que la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de San Luis Potosí, les otorga autonomía, deberán prever en sus reglamentos, u ordenamiento equivalentes, el mecanismo para la elaboración, aprobación y registro de sus estrategias y programas anuales, de conformidad con lo establecido en el presente capítulo.

CAPÍTULO V

Del Mensaje Extraordinario

ARTÍCULO 29. 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.

La emisión de un mensaje extraordinario, debe contar con la aprobación de la Secretaría de Finanzas, misma que determinará la ampliación presupuestal o en su caso, el cambio de recursos entre partidas presupuestales.

El registro posterior de los mensajes extraordinarios debe solicitarse a la Secretaría Administradora correspondiente, 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 30. El Congreso del Estado; el Poder Judicial del Estado, así como los órganos a los que la Constitución Política del Estado les otorga autonomía, deberán prever en su respectivo reglamento Interior u ordenamiento equivalente, el mecanismo para la difusión de mensajes extraordinarios.

Para el caso del sector paraestatal de la administración pública local o municipal, la difusión del mensaje extraordinario, deberá contar con la aprobación de su respectivo órgano de Gobierno.

CAPÍTULO VI

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

ARTÍCULO 31. Las dependencias y entidades de la Administración Pública Estatal registrarán en el Sistema Público a cargo de la Contraloría, 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:

- I. Partida de gasto afectada;
- II. Fecha de la erogación;
- III. Descripción del servicio contratado;
- IV. Unidad de Medida y Actualización;
- 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 datos de su Registro Federal de Contribuyentes.

Los ayuntamientos reportarán a través de su sistema público la información en los términos del párrafo anterior al órgano de control interno que corresponda, en un plazo no mayor a quince días naturales, a la terminación de cada mes.

El Congreso del Estado; y el Poder Judicial, así como los órganos a los que la Constitución Estatal otorga autonomía, reportarán la información a que se refiere el párrafo segundo de este artículo, a la Auditoría Superior del Estado.

La responsabilidad del cumplimiento tanto del contenido de las campañas como que tengan la debida autorización, recaerá en cada ente público.

ARTÍCULO 32. La Contraloría del Estado, operará un sistema público de gastos de comunicación social, la cual registrará la información prevista en el artículo 31 de esta Ley, misma que deberá estar contenida en su portal de transparencia.

Los órganos de control interno de los ayuntamientos, deberán tener un registro propio, en los términos de la presente Ley; en los casos en que los los órganos de control interno no tengan la capacidad de operar el sistema de información, podrán solicitar a la Auditoría Superior del Estado, lleve el registro correspondiente.

TÍTULO TERCERO

DE LA REVISIÓN Y FISCALIZACIÓN DE LOS RECURSOS PÚBLICOS EN MATERIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CAPÍTULO ÚNICO

ARTÍCULO 33. La revisión y fiscalización de los recursos públicos federales en materia de comunicación social, se realizará a través de la Auditoría Superior del Estado, en términos de lo dispuesto por la Ley de Fiscalización y Rendición de Cuentas del Estado de San Luis Potosí.

ARTÍCULO 34. Cuando en un mismo acto o hecho estuvieren involucradas tanto autoridades de la Federación, como del Estado, y recursos federales, la competencia se surtirá en favor de la Auditoría Superior de la Federación.

TÍTULO CUARTO

DE LA TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS

CAPÍTULO I

De la Transparencia y acceso a la información

ARTÍCULO 35. 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 36. 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:

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

ARTÍCULO 37. Los entes obligados deberán observar lo preceptuado en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de San Luis Potosí; así como la Ley de Protección de Datos Personales en Posesión de los Sujetos Obligados del Estado de San Luis Potosí, aplicables para resguardar la información que se confíe por parte de los particulares y empresas con quienes contraten.

CAPÍTULO II

De la Fiscalización

ARTÍCULO 38. La revisión y fiscalización de los recursos públicos en materia de comunicación social de los entes públicos del Estado, y los municipios de la Entidad, se realizará a través de la Auditoría Superior del Estado, en términos de lo dispuesto por la legislación aplicable en cada caso, en materia de fiscalización.

TÍTULO QUINTO

DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

CAPÍTULO ÚNICO

ARTÍCULO 39. Para la planeación institucional, podrán integrarse consejos consultivos ciudadanos, que serán los órganos de participación ciudadana, creados para asegurar la participación ciudadana en materia de comunicación social, a fin de que se tome en cuenta sus opiniones, y estarán integrados por ciudadanas y ciudadanos que no pertenezcan al servicio público, sus cargos serán honoríficos y concluirán en los términos que establezca el Reglamento de esta Ley.

TÍTULO SEXTO

DE LAS INFRACCIONES Y SANCIONES

CAPÍTULO ÚNICO

ARTÍCULO 40. Constituyen infracciones a la presente Ley de los entes, y servidores públicos, según sea el caso:

- I. Difundir campañas de comunicación social violatorias de los principios establecidos en el artículo 5º 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 41. Cuando las autoridades estatales o municipales comentan 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 querellas ante el Ministerio Público que deba conocer de ellas, a fin de que se proceda en los términos de la legislación aplicable.

ARTÍCULO 42. Se sancionará en los términos de la Ley de Responsabilidades Administrativas para el Estado y Municipios de San Luis Potosí, a todos aquellos servidores públicos, que no se cercioren de manera adecuada, antes de la celebración de cualquier contrato en materia de comunicación social, que el particular manifieste bajo protesta de decir verdad que no desempeña empleo, cargo o comisión en el servicio público o, en su caso, que a pesar de desempeñarlo, con la formalización del contrato correspondiente no se actualiza un conflicto de interés. Las manifestaciones respectivas deberán constar por escrito y hacerse del conocimiento del órgano interno de control, previo a la celebración del acto en cuestión. En caso de que el contratista sea persona moral, dichas manifestaciones deberán presentarse respecto a los socios o accionistas que ejerzan control sobre la sociedad.

ARTÍCULO 43. Queda prohibido para la o el servidor público que se desempeñe dentro de la Secretaría Administradora o en las áreas que señala esta Ley; así como en cualquier área administrativa ejecutora del gasto en comunicación social, la celebración de contratos con el sector público, en materia de comunicación social. Tales acciones, serán sancionadas en los términos de la Ley de Responsabilidades Administrativas para el Estado y Municipios de San Luis Potosí.

ARTÍCULO 44. La restricción prevista en el artículo anterior, será aplicable inclusive cuando la o el servidor público se haya retirado del empleo, cargo o comisión, hasta por un plazo de un año.

TRANSITORIOS

PRIMERO. La ley que se expide en este Decreto entrará en vigor el uno de enero del 2022, previa publicación en el Periódico Oficial del Estado “Plan de San Luis”, sin perjuicio de lo siguiente:

SEGUNDO. El Ejecutivo del Estado deberá expedir el reglamento correspondiente en un plazo que no exceda de ciento veinte días a partir de la publicación del presente Decreto.

TERCERO. Se derogan todas las disposiciones que se opongan a este Decreto.

CUARTO. 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.

QUINTO. La Secretaría General de Gobierno, en los términos del artículo Octavo Transitorio del Decreto que expide la Ley General de Comunicación, publicada en el Diario Oficial de la Federación el once de mayo de dos mil dieciocho, podrá suscribir convenios con la Secretaría de Gobernación, para recibir apoyo y asesoría en el cumplimiento de las obligaciones que le asigna la ley.

Lo tendrá entendido el Ejecutivo del Estado, lo hará publicar, circular y obedecer.

D A D O en el salón de sesiones “Ponciano Arriaga Leija” del Honorable Congreso del Estado, en Sesión Ordinaria, el veintidós de abril del dos mil veintiuno.

Honorable Congreso del Estado. Por la Directiva. Presidenta: Diputada Vianey Montes Colunga; Primera Secretaria: Diputada María del Rosario Berridi Echavarría; Segunda Secretaria: Diputada Rosa Zúñiga Luna. (Rúbricas)

Por tanto, mando se cumpla y ejecute el presente Decreto y que todas las autoridades lo hagan cumplir y guardar y al efecto se imprima, publique y circule a quienes corresponda.

D A D O en el Palacio de Gobierno, sede del Poder Ejecutivo del Estado Libre y Soberano de San Luis Potosí, el día veintitrés del mes de abril del año dos mil veintiuno.

El Gobernador Constitucional del Estado

**Juan Manuel Carreras López
(Rúbrica)**

El Secretario General de Gobierno

**Jorge Daniel Hernández Delgadillo
(Rúbrica)**

***N. DE E. A CONTINUACIÓN SE TRANSCRIBEN LOS ARTICULOS TRANSITORIOS DE LOS
DECRETOS DE REFORMAS A LA PRESENTE LEY.***

P.O. 27 DE FEBRERO DE 2023

PRIMERO. Este Decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Periódico Oficial del Estado “Plan de San Luis”.

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