**H. AYUNTAMIENTO DE LEÓN, GUANAJUATO**

**P R E S E N T E**

Los suscritos integrantes de la **Comisión de Gobierno, Seguridad Pública y Tránsito,** con fundamento en los artículos 81 de la Ley Orgánica Municipal para el Estado de Guanajuato; 50, 66, 70 y 71 del Reglamento Interior del H. Ayuntamiento de León, Guanajuato, sometemos a consideración de este Cuerpo Edilicio, la propuesta de acuerdo que se formula al final del presente dictamen, con base en las siguientes:

**C O N S I D E R A C I O N E S**

## Por acuerdo de la Comisión de Hacienda y Fiscalización de la Sexagésima Cuarta Legislatura del H. Congreso del Estado, remitió a este Ayuntamiento la ***Iniciativa de creación de la Ley de Publicidad y Comunicación Institucional para el Estado de Guanajuato,*** formulada por la diputada y el diputado integrantes del Grupo Parlamentario del Partido Verde Ecologista de México***,*** a efecto de que como parte de la metodología aprobada se reciban observaciones y propuestas a la misma.

## Dicha iniciativa, de acuerdo a su exposición de motivos, tiene como objetivo garantizar que el gasto de publicidad y comunicación institucional pagada con recursos públicos cumpla con los criterios de transparencia y honradez, respetando los límites presupuestales en dependencias y entidades de la Administración Pública Estatal y Municipal, de conformidad a la nueva Ley General de Comunicación Social.

## Dentro de las consideraciones relevantes que plantea la iniciativa en su exposición de motivos, se encuentran las siguientes:

1. Citando a la UNESCO, se menciona que el papel de los medios de comunicación en la promoción del buen gobierno es claro. Para la consolidación del buen gobierno es indispensable que los periodistas tengan la libertad de supervisar, investigar y criticar las políticas y acciones de la administración pública, de ahí la necesidad de que todas las acciones, programas, objetivos y logros de los entes de gobierno sean publicados de forma clara, objetiva, imparcial y transparente.
2. Sobre leyes vigentes, se exponen diversas áreas de oportunidad que pueden atenderse de forma paulatina, de forma que en los entes de gobierno exista un área que funja de forma autónoma y objetiva sobre temas de comunicación, inclusive la Ley de Contrataciones Públicas para el Estado de Guanajuato ha quedado rebasada en esta materia al no explicar objetivos, reglas, estrategias y auditorías respecto a la publicidad y comunicación institucional.
3. A pesar de no existir reglamentación en la materia que nos asiste, se menciona que en mayo de 2018 se publicó en el Diario Oficial de la Federación la Ley General de Comunicación Social, cuyo objetivo coincide con el que la iniciante propone, el cual se recapitula en la garantía para que el gasto en comunicación social cumpla con los criterios de eficiencia, eficacia, economía, transparencia y honradez, respetando los topes presupuestales, límites y condiciones de ejercicio establecidos en presupuestos de egresos respectivos, asimismo en su artículo tercero transitorio se establece un plazo no mayor a 90 días posterior a su publicación para que los congresos locales armonicen la legislación.

En razón de lo anteriormente expuesto y como resultado del análisis y estudio y para efectos de pronunciarnos sobre el contenido normativo de dicha iniciativa, los integrantes de la Comisión de Gobierno, Seguridad Pública y Tránsito, sometemos a este cuerpo edilicio la aprobación del siguiente:

**A C U E R D O**

**Único.** Para efectos del último párrafo del artículo 56 de la Constitución Política para el Estado de Guanajuato, envíese la respuesta al **oficio circular número 90,** correspondiente **a la iniciativa de creación de la Ley de Publicidad y Comunicación Institucional para el Estado de Guanajuato,** enviada por la Sexagésima Cuarta Legislatura del H. Congreso del Estado de Guanajuato. Lo anterior, a fin de manifestar las observaciones y aportaciones que se señalan en el anexo que forma parte del presente acuerdo, las cuales contribuirán a enriquecer el contenido de la iniciativa de referencia.

**A T E N T A M E N T E**

**“EL TRABAJO TODO LO VENCE”**

**“2019, Año del Caudillo del Sur, Emiliano Zapata”**

**León, Guanajuato, a 16 de julio de 2019**

**INTEGRANTES DE LA COMISIÓN DE GOBIERNO,**

**SEGURIDAD PÚBLICA Y TRÁNSITO**

**CHRISTIAN JAVIER CRUZ VILLEGAS**

**SINDICO**

**ANA MARÍA ESQUIVEL ARRONA**

**REGIDORA**

**MARÍA OLIMPIA ZAPATA PADILLA**

**REGIDORA**

**JORGE ARTURO CABRERA GONZÁLEZ**

**REGIDOR**

**VANESSA MONTES DE OCA MAYAGOITIA**

**REGIDORA**

**GABRIEL DURÁN ORTÍZ**

**REGIDOR**

**FERNANDA ODETTE RENTERÍA MUÑOZ**

**REGIDORA**

**OBSERVACIONES Y APORTACIONES TÉCNICO JURÍDICAS A LA INICIATIVA DE CREACIÓN DE LA LEY DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL PARA EL ESTADO DE GUANAJUATO:**

Este Ayuntamiento ha considerado la necesidad de incluir los principios de eficiencia, eficacia, economía, transparencia y honradez en temas de comunicación social, lo cual se contempla en el Programa de Gobierno 2018-2021 para el Municipio, estableciendo la implementación de programas como el de "Gobierno Facilitador” el cual tiene la finalidad de consolidar mecanismos de colaboración entre sociedad y gobierno para la creación y mejora de las políticas públicas a partir del acceso a la información y rendición de cuentas, propiciando un mayor involucramiento de la sociedad en las actividades de gobierno.

Sobre la propuesta de los iniciantes, se considera que no es viable la misma, toda vez que duplica de manera textual los supuestos normativos a los ya establecidos en la Ley General de Comunicación Social, no obstante de sustituir el concepto “Comunicación Social” por “Publicidad y Comunicación Institucional”, por lo que no es necesaria la emisión de la Ley que se pretende, tomando en cuenta que la Ley General es reglamentaria del artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, por lo tanto su cumplimiento es obligatorio en las entidades federativas y municipios.

No obstante lo anterior y en caso de considerar la necesidad de regular temas relativos a cualquier modalidad en materia de Comunicación Social, se sugiere que, en su caso, la creación de la Ley que pretende contenga únicamente bases y directrices generales que deban observar los Municipios y no replicar los ya establecidos en la Ley General.

De igual manera, se considera que la transparencia de los mecanismos y modalidades de Comunicación Social ya se encuentran regulados en diversos ordenamientos tales como la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, la Ley General de Responsabilidades Administrativas, la Ley de Fiscalización y Rendición de Cuentas de la Federación y la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, así como Ley de Instituciones y Procedimientos Electorales para el Estado de Guanajuato, Ley de Responsabilidades Administrativas para el Estado de Guanajuato, Ley para el Ejercicio y Control de los Recursos Públicos para el Estado y los Municipios de Guanajuato, así como las Leyes en materia de Transparencia y Acceso a la información pública para el Estado de Guanajuato.

Por último y respecto del tema de Transparencia y Rendición de Cuentas, es importante destacar que el contenido de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública para el Estado de Guanajuato resulta concordante con el texto de la iniciativa en su Capítulo IV, especialmente sobre el tema de los informes que reúnen información que trimestralmente se debe publicar con fundamento en los lineamientos que ha emitido el Sistema Nacional de Transparencia. Por lo anterior, se observa una clara desarmonización en el tema, pues los iniciantes no especifican claramente la sustitución del cumplimiento de la obligación mencionada, lo cual podría provocar un incumplimiento a las obligaciones o un doble procesamiento de la información al intentar incorporar informes semestrales y bimestrales.