

ACTA NÚMERO 1,308
DEL SEGUNDO AÑO DE EJERCICIO DEL H. AYUNTAMIENTO
CONSTITUCIONAL DE SAN FRANCISCO DEL RINCÓN, GUANAJUATO
ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL 2021-2024.

EN EL MUNICIPIO DE SAN FRANCISCO DEL RINCÓN, ESTADO DE GUANAJUATO, ATENDIENDO LO QUE ESTABLECE LA LEY ORGÁNICA MUNICIPAL PARA EL ESTADO DE GUANAJUATO, EN SU ARTÍCULO 69 TERCER Y CUARTO PÁRRAFOS (ADICIONADOS Y PUBLICADOS EN EL PERIÓDICO OFICIAL DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE GUANAJUATO, EJEMPLAR NO. 97 TERCERA PARTE, DE FECHA 14 DE MAYO DEL 2020); Y ARTICULO 29 Y 29-BIS DEL REGLAMENTO INTERIOR DEL H. AYUNTAMIENTO (ADICIONADOS Y PUBLICADO EN EL PERIÓDICO OFICIAL DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE GUANAJUATO, EJEMPLAR NO. 104 SEGUNDA PARTE, DE FECHA 25 DE MAYO DEL 2020); SIENDO **LAS 12:40 (DOCE HORAS CON CUARENTA MINUTOS) DEL DÍA VIERNES 03 DE FEBRERO DE 2023**, DOS MIL VEINTITRÉS, FECHA Y HORA PARA QUE TENGA VERIFICATIVO EL DESAHOGO DE LA **SESIÓN EXTRAORDINARIA DEL H. AYUNTAMIENTO DEL H. AYUNTAMIENTO ADMINISTRACIÓN MUNICIPAL 2021-2024, EN LA MODALIDAD A DISTANCIA REMOTA, QUE POR NÚMERO CORRESPONDE A LA 1,308, CON LA CONEXIÓN VÍA REMOTA DE LOS INTEGRANTES DEL H. AYUNTAMIENTO SIGUIENTES: -----**

LIC. ALEJANDRO ANTONIO MARUN GONZÁLEZ	PRESIDENTE MUNICIPAL
L.A.E. LUZ REBECA ESPINOSA ROBLEDO	SÍNDICA MUNICIPAL
ING. SERGIO ABEL MÉNDEZ BARBA.	REGIDOR
LIC. MA. DE LOS ÁNGELES PADILLA GÓMEZ	REGIDORA
C. JOSÉ DE JESÚS MARTÍNEZ VALERIO.	REGIDOR
LEP. LINA MILDRED GÓMEZ CANDELAS.	REGIDORA
LIC. RICARDO ARTURO CARRANZA VEGA.	REGIDOR
LIC. LORENA VILLALOBOS OLIVARES.	REGIDORA
C. JUAN MANUEL CORONADO CABRERA.	REGIDOR
MTRA. OLGA RÍOS SEGURA.	REGIDORA
L.A.E JUAN GERARDO MORALES PÉREZ.	REGIDOR
C. MONTSERRAT PAULINA SERNA TORRES	REGIDORA

ASÍ COMO EL LIC. CHRISTIAN ROBERTO CASAS LAGUNA, SECRETARIO DEL H. AYUNTAMIENTO, POR LO QUE, COMPROBADO EL QUÓRUM LEGAL, **SE DECLARÓ ABIERTA LA SESIÓN EXTRAORDINARIA** DESAHOGANDO ASÍ **PRIMER PUNTO** DEL ORDEN DEL DÍA, POR LO QUE TODOS Y CADA UNO DE LOS ACUERDOS QUE EN ESTA SESIÓN TOMEN, SERÁN TOTALMENTE VÁLIDOS PARA LOS EFECTOS LEGALES CORRESPONDIENTES.-----

DANDO TRÁMITE AL **SEGUNDO PUNTO**, DE LA ORDEN DEL DÍA, EL **SECRETARIO DEL H. AYUNTAMIENTO**, PONE A CONSIDERACIÓN LA ORDEN DEL DÍA, LA CUAL FUE ENVIADA CON ANTELACIÓN. -----

Y SOMETIDA QUE FUE A CONSIDERACIÓN Y VOTO SU CONTENIDO, RESULTA APROBADA POR UNANIMIDAD DOCE VOTOS A FAVOR DE LOS INTEGRANTES DEL H. AYUNTAMIENTO PRESENTES, EN LOS SIGUIENTES TÉRMINOS: -----



I.-	LISTA DE ASISTENCIA Y DECLARACIÓN DE QUÓRUM .
II.-	LECTURA Y APROBACIÓN EN SU CASO DE LA ORDEN DEL DÍA .
III.-	PRESENTACIÓN, Y EN SU CASO APROBACIÓN DEL H. AYUNTAMIENTO, DE LA PROPUESTA QUE PROMUEVE DEMANDA DE CONTROVERSIA CONSTITUCIONAL EN CONTRA DEL PODER EJECUTIVO FEDERAL Y EL HONORABLE CONGRESO DE LA UNIÓN POR LA PROMULGACIÓN Y PUBLICACIÓN DEL DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DE LA LEY GENERAL DE RESPONSABILIDADES ADMINISTRATIVAS.
IV.-	SOMETER A CONSIDERACIÓN Y EN SU CASO APROBACIÓN DE LOS INTEGRANTES DEL H. AYUNTAMIENTO EL ACTA NÚMERO 1,308 QUE EMANE DE LA PRESENTE SESIÓN EXTRAORDINARIA.
V.-	CLAUSURA DE LA SESIÓN EXTRAORDINARIA.

EN DESAHOGO DEL **TERCER PUNTO** DEL ORDEN DEL DÍA, **PRESENTACIÓN, Y EN SU CASO APROBACIÓN DEL H. AYUNTAMIENTO, DE LA PROPUESTA QUE HACE EL LIC. ALEJANDRO ANTONIO MARUN GONZÁLEZ, PRESIDENTE MUNICIPAL, QUE PROMUEVE DEMANDA DE CONTROVERSIA CONSTITUCIONAL EN CONTRA DEL PODER EJECUTIVO FEDERAL Y EL HONORABLE CONGRESO DE LA UNIÓN POR LA PROMULGACIÓN Y PUBLICACIÓN DEL DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DE LA LEY GENERAL DE RESPONSABILIDADES ADMINISTRATIVAS. LA CUAL ENTRO EN VIGOR AL SIGUIENTE DÍA AL DE SU PUBLICACIÓN EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN LOS TÉRMINOS SIGUIENTES:** -----

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos. - Presidencia de la República.

ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR, Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, a sus habitantes sabed:

Que el Honorable Congreso de la Unión, se ha servido dirigirme el siguiente

DECRETO

"EL CONGRESO GENERAL DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, D E C R E T A :

SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DE LA LEY GENERAL DE RESPONSABILIDADES ADMINISTRATIVAS

Artículo Primero.- Se **reforman** los artículos 1; 2; 3; el párrafo primero y sus fracciones I, II, IV, VI, VII, VIII, X y XII del artículo 4; el párrafo primero y sus incisos a), b), d), e), f), g), h), i) y j), y actual párrafo tercero del artículo 5; los artículos 6 y 7; el párrafo primero y sus fracciones III y VIII del artículo 8; el párrafo primero y las fracciones I y II del artículo 9; el artículo 10; el párrafo primero del artículo 14; el párrafo segundo, fracción IV del artículo 17; los artículos 19 y 20; los párrafos primero y segundo del artículo 21; el artículo 22; el párrafo primero y párrafo segundo, fracciones I, II, III, IV, V y VI del artículo 23; los párrafos primero y segundo del artículo 24; el artículo 25; el párrafo primero y el párrafo segundo y sus fracciones I, II, III, IV, V, VI y VII del artículo 26; los artículos 27 y 28; el párrafo primero del artículo 29; el párrafo primero del artículo 30; el artículo 31; el párrafo primero del artículo 32; el párrafo primero del artículo 38; los artículos 39 y 40; el párrafo primero, el párrafo segundo y su fracción I del artículo 42; el párrafo primero del artículo 43; el párrafo primero y sus fracciones I y II del artículo 44, y el artículo 45, así como las denominaciones de los Capítulos I y V del Título II; se **adicionan** los párrafos segundo, tercero y cuarto al artículo 2; el artículo 3 Bis; la fracción VIII Bis al artículo 4; el inciso k) al artículo 5; el artículo 5 Bis; los incisos a), b), c), d), e) y f) a la fracción I, y los incisos a), b) y c) a la fracción II del artículo 9; el artículo 14 Bis; el artículo 18 Bis; el artículo 18 Ter; el artículo 18 Quater; el párrafo tercero al artículo 23; los párrafos tercero y cuarto al artículo 26; los párrafos segundo y tercero al artículo 27; el artículo 27 Bis y los párrafos segundo y tercero al artículo 28, y se **derogan** el inciso

Documento publicado para fines de consulta.- Para usos legales deberá obtener copia certificada expedida por el Secretario del H. Ayuntamiento en los términos señalados por el artículo 128 fracción VI de la Ley Orgánica Municipal para el Estado de Guanajuato.

c) del párrafo primero y el párrafo segundo del artículo 5; las fracciones III y IV del artículo 9; los párrafos segundo, tercero y cuarto del artículo 14; las fracciones I, II y III del párrafo segundo del artículo 24; los párrafos segundo y tercero del artículo 29; el párrafo segundo del artículo 30; el párrafo segundo del artículo 32, y la fracción III del artículo 44, de la Ley General de Comunicación Social, para quedar como sigue:

Artículo 1.- La presente Ley es de orden público e interés social, de observancia general en toda la República y reglamentaria del párrafo octavo del artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, relativo a la Propaganda gubernamental, bajo cualquier modalidad de Comunicación Social, que difundan los Entes Públicos señalados en el artículo 3 de esta Ley.

Artículo 2.- La presente Ley tiene por objeto garantizar el derecho de la ciudadanía a la información sobre la actuación y rendición de cuentas de los Entes Públicos, a través de la Propaganda gubernamental.

Las Campañas de Comunicación Social que impliquen Propaganda gubernamental deben apegarse a los principios rectores, criterios para la aplicación de gasto y reglas de asignación establecidas en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y la presente Ley.

La Propaganda gubernamental debe ser de carácter institucional; tener fines informativos, educativos o de orientación social; corresponder al interés público, y ser objetiva, oportuna, necesaria, clara, útil, accesible e incluyente.

El concepto de publicidad oficial a que se refieran otras disposiciones nacionales o instrumentos internacionales debe entenderse como Propaganda gubernamental o como Comunicación Social con cargo al presupuesto público, etiquetado específicamente para ese fin por un Ente Público.

Artículo 3.- Son Entes Públicos al cumplimiento de lo dispuesto en esta Ley los Entes Públicos que integran a los tres poderes de la Federación, de las Entidades Federativas, los municipios y las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, así como los órganos a los que la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos dota de autonomía y cualquier otra institución o entidad de carácter público.

Artículo 3 Bis.- Los Entes Públicos pueden difundir, por medio de Campañas de Comunicación Social, información respecto de:

- I. Ejecución de obras de infraestructura, prestación de servicios públicos y desarrollo de programas económicos y sociales;
- II. Aspectos relevantes de las políticas públicas, rendición de cuentas, promoción y garantía de los derechos humanos;
- III. Funcionamiento de las instituciones públicas y ejercicio de sus atribuciones;
- IV. Contenidos que fomenten el derecho al acceso a la información, y
- V. Acciones que tengan relevancia directa para la población, como las siguientes:
 - a) Protección de la salud y alimentación;
 - b) Respeto a la integridad física y familiar;
 - c) Protección a los grupos de personas en situación de vulnerabilidad o de sectores de población históricamente desprotegidos;
 - d) Igualdad de género;
 - e) Educación y valores culturales;
 - f) Educación cívica y participación ciudadana;
 - g) Historia, patrimonio cultural y social de México;
 - h) Fomento del derecho a la memoria y reconocimiento de las violaciones graves a derechos humanos;
 - i) Valores y principios constitucionales;
 - j) Cuidado del medio ambiente, y
 - k) Promoción de la igualdad y no discriminación.

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

- I. Campaña de Comunicación Social: Estrategia específicamente diseñada y ejecutada por los Entes Públicos en diversos medios de comunicación para promocionar e informar sobre los servicios públicos, programas, obras, normas y demás acciones relevantes a la población, de conformidad con el artículo 6o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos;
- II. Coemisión de Campaña: 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. ...



- IV. Estrategia de Comunicación Social: Instrumento de planeación que expresa los temas gubernamentales prioritarios a ser difundidos durante el ejercicio fiscal por los Entes Públicos;
- V. ...
- VI. Medios de Comunicación: Canales o instrumentos que difunden mensajes a un amplio conjunto de personas. Pueden ser electrónicos, impresos, digitales y complementarios, así como de carácter público, privado o social, en los términos que señalen los lineamientos que emita la Unidad Administradora;
- VII. Padrón: Padrón Nacional de Medios de Comunicación;
- VIII. Programa Anual de Comunicación Social: Conjunto de Campañas de Comunicación Social a difundirse en un ejercicio fiscal, derivadas de la Estrategia de Comunicación Social del Ente Público;
- VIII Bis. Propaganda gubernamental: Conjunto de escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones y proyecciones difundidas con cargo al presupuesto público, etiquetado de manera específica para ese fin, o mediante el uso de tiempos oficiales, por un Ente Público, con el objeto de difundir el quehacer, las acciones o los logros relacionados con sus fines; información de interés público tendiente al bienestar de la población o a estimular acciones de la ciudadanía para ejercer derechos, obligaciones o acceder a beneficios, bienes o servicios públicos, a través de cualquier medio de comunicación. Sus características deben ajustarse a lo señalado en el artículo 134, párrafo octavo, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
- No constituyen Propaganda gubernamental las manifestaciones de las personas servidoras públicas que realicen en uso de su libertad de expresión y en el ejercicio de sus funciones públicas.
- Tampoco constituye Propaganda gubernamental la información de interés público que realicen las personas servidoras públicas, conforme a la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, difundida en cualquier formato de manera gratuita;
- IX. ...
- X. Unidad Administradora: Unidad administrativa encargada de regular el gasto en materia de Comunicación Social y vigilar que se cumpla con las disposiciones de la presente Ley;
- XI. ...
- XII. Sistema de Información de Normatividad de Comunicación: Sistema a cargo de la Unidad Administradora mediante el cual se registran los Programas Anuales de Comunicación Social, a través de formatos preestablecidos y contraseñas de acceso;

XIII. a XVI. ...

Artículo 5.- En materia de Comunicación Social, los Entes Públicos deben observar los siguientes principios rectores:

- a) **Eficacia:** Capacidad de hacer llegar el contenido de la Comunicación Social al público al que va dirigido;
- b) **Eficiencia:** Selección de los Medios de Comunicación para el cumplimiento de los fines de Comunicación Social al menor costo posible o bien, ofrezcan las mejores condiciones para el Ente Público;
- c) Derogado.
- d) **Transparencia y máxima publicidad:** Difusión de la información relativa al gasto en materia de Comunicación Social, a través de sistemas y registros de datos abiertos, públicos y accesibles, conforme a lo dispuesto en la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública y demás disposiciones jurídicas aplicables;
- e) **Honradez:** Abstención de utilizar un cargo en el servicio público para obtener provecho o ventaja personal o a favor de terceras personas, mediante criterios objetivos que impidan actos de corrupción;
- f) **Objetividad e imparcialidad:** Asignación del gasto de Comunicación Social en congruencia con los principios de no discriminación, eficacia y eficiencia, así como de respeto al pluralismo, la diversidad de opiniones y la libertad de expresión;
- g) **Institucionalidad:** Contratación de campañas de Comunicación Social adecuadas al objeto, programas y fines del Ente Público;
- h) **Necesidad:** Justificación de la Campaña de Comunicación Social con base en derechos y servicios públicos para la población;



- i) **Congruencia:** Alineación del contenido del mensaje con objetivos programáticos del Ente Público, derechos humanos, el fin de la Campaña de Comunicación Social y la población objetivo;
- j) **Veracidad de la información:** Respeto al derecho de las personas a recibir información pública cierta, y
- k) **Interculturalidad:** Con el pleno reconocimiento de la Nación como una composición pluricultural sustentada originalmente en sus pueblos y comunidades indígenas y afromexicanas; el contenido deberá promover la convivencia armónica entre personas y comunidades para el respeto y reconocimiento de sus diferencias y derechos, en un marco de inclusión social.

Derogado.

La Unidad Administradora debe prever 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 5 Bis.- Los criterios para aplicación de gasto público en Propaganda gubernamental, conforme a los principios señalados en el artículo anterior, serán los siguientes:

- I. **Austeridad Republicana:** Medidas que los Entes Públicos están obligados a acatar de conformidad con el orden jurídico, para combatir la desigualdad social, la corrupción y el despilfarro de los bienes y recursos nacionales, y administrar los recursos con eficiencia, eficacia, economía, transparencia y honradez, así como satisfacer los objetivos a los que están destinados;
- II. **Economía y racionalidad presupuestaria:** Administración recta y prudente del erario, así como respeto irrestricto a los topes presupuestales establecidos para cada ejercicio fiscal.

Los Entes Públicos no podrán reclasificar el gasto público en materia de Comunicación Social de una manera distinta a la aprobada en el presupuesto de egresos respectivo, salvo los casos que sean autorizados por las autoridades correspondientes. Toda vez que provienen de un proceso enfocado en la administración de resultados.

Se prohíbe contratar Campañas de Comunicación Social a precios superiores a los que pagan anunciantes privados. Los Entes Públicos tomarán como referencia las tarifas registradas ante la Secretaría de Hacienda y Crédito Público;

- III. **Finalidad:** Beneficio informativo que genera a la población en términos del artículo 2 de esta Ley;
- IV. **Legalidad:** Administración de bienes y recursos públicos con estricta sujeción a la normativa en la materia;
- V. **Oportunidad:** La relación de contenidos de interés general y atención prioritaria en un momento determinado, y
- VI. **Territorialidad:** Área geográfica donde se difunde la información que puede ser nacional, regional, estatal o municipal, conforme a la competencia territorial de los Entes Públicos.

Artículo 6.- Son aplicables de manera supletoria a la presente Ley, en lo conducente, las disposiciones contenidas en la Ley Federal de Procedimiento Administrativo, la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, la Ley General de Responsabilidades Administrativas, la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, la Ley de Fiscalización y Rendición de Cuentas de la Federación, la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, la Ley Federal de Austeridad Republicana y la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público.

Los Medios de Comunicación tienen garantizado el pleno ejercicio de la libertad de expresión, que permite el establecimiento de un espacio abierto informativo esencial para la formación y el mantenimiento de una opinión pública independiente y bien informada, 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 difundida en el territorio nacional o en el extranjero.

No es aplicable en los casos de resoluciones y actos administrativos o judiciales y demás información sobre actos de los Entes Públicos que deban publicarse por mandato legal.

Capítulo I

De las Campañas de Comunicación Social

Artículo 8.- Las Campañas de Comunicación Social deben:

- I. y II. ...



III. Informar a la ciudadanía de sus derechos y obligaciones de aspectos relevantes del funcionamiento de los Entes Públicos, y de las condiciones de acceso y uso de los espacios y servicios públicos;

IV. a VII. ...

VIII. Cumplir cualquier otro objetivo señalado en las demás disposiciones jurídicas aplicables.

Artículo 9.- Queda prohibido difundir Campañas de Comunicación Social:

I. Cuyo contenido:

- a) Tenga por finalidad destacar, de manera personalizada, nombres, imágenes, voces o símbolos de cualquier persona servidora pública, con excepción de lo previsto en el artículo 14 de esta Ley;
- b) Incluya mensajes discriminatorios, estigmatizantes, sexistas o contrarios a los valores, principios constitucionales y derechos humanos;
- c) Incite, de forma directa o indirecta, al odio, la violencia o a comportamientos contrarios al ordenamiento jurídico;
- d) Induzca a la confusión utilizando los símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes empleadas por cualquier organización política o social;
- e) Presente como información con fines periodísticos menciones, notas, entrevistas o imágenes pagadas con recursos públicos, y
- f) Se dirija a influir en la competencia entre los partidos políticos, o personas precandidatas o candidatas, en periodo electoral y no electoral, y

II. Sea utilizada para:

- a) Presionar, castigar, premiar, privilegiar o coaccionar a comunicadores o Medios de Comunicación determinados;
- b) Otorgar recursos públicos encubiertos que beneficien, directa o indirectamente, a Medios de Comunicación o terceras personas, y
- c) Difundir publicidad con contenidos y demás fines prohibidos por las disposiciones jurídicas aplicables.

III. Derogada.

IV. Derogada.

Artículo 10.- Por ningún motivo el contenido de la Comunicación Social que difundan los Entes Públicos puede incluir mensajes que impliquen un ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceras personas, provoquen algún delito, o perturben el orden público.

Artículo 14.- El informe anual de labores o gestión de las personas servidoras públicas, así como los mensajes que para darlos a conocer se difundan en canales de televisión y estaciones de radio, deben cumplir con lo que resulte aplicable de esta Ley y con la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.

Derogado.

Derogado.

Derogado.

Artículo 14 Bis.- Las Unidades Administradoras deben 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, y señalar al o a los Entes Públicos que participen en la Coemisión de Campaña.

Corresponde a la Unidad Administradora coordinar y dar seguimiento a la vinculación de los esfuerzos comunicacionales con base en las Estrategias y Programas anuales presentados por los Entes Públicos.

Artículo 17.- ...

...

I. a III. ...



IV. Veinte por ciento a los órganos constitucionales autónomos.

...

...

Artículo 18 Bis.- Sin perjuicio de los principios rectores y criterios establecidos en esta Ley, los Entes Públicos deben cumplir las siguientes reglas de asignación de Campañas de Comunicación Social:

- I. Verificar la idoneidad del Medio de Comunicación para difundir un mensaje determinado en una población objetivo;
- II. Revisar el alcance, circulación e impacto en el público de los medios impresos o en la audiencia de los medios electrónicos y digitales adecuados respecto de las condiciones previstas en la campaña;
- III. Observar que la contratación se realice en igualdad de condiciones entre los Medios de Comunicación establecidos como idóneos para cada campaña, así como entre los diferentes tipos de Medios respecto de la totalidad de campañas;
- IV. Considerar las características, tarifas, público o audiencia, cobertura territorial y especialidad del Medio de Comunicación, y
- V. Se pueden realizar contrataciones directas de espacios para la difusión de Campañas de Comunicación Social, en casos de emergencia o extrema urgencia ante situaciones que pongan en riesgo o peligro a las personas en términos de lo que determinen las leyes y autoridades correspondientes.

Los Entes Públicos deben ponderar las reglas establecidas en este artículo, a fin de seleccionar la combinación de Medios de Comunicación requeridos para la campaña, en función de la equidad del gasto y los objetivos de comunicación para difundir el mensaje.

Artículo 18 Ter.- Los Entes Públicos pueden realizar estudios previos para el análisis de los mensajes, de conformidad con los Lineamientos que emitan para tal efecto.

Los estudios de pertinencia o efectividad podrán considerarse en el proceso de planificación de las campañas conforme a los Lineamientos a que hace referencia el párrafo anterior.

Artículo 18 Quater.- Para la evaluación de las campañas, los Entes Públicos pueden elaborar estudios posteriores, los que, en su caso, procurarán medir:

- I. El grado de cumplimiento de las metas y objetivos de la información difundida, y
- II. El impacto en la población objetivo por medio de evaluaciones para valorar su efectividad.

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 deben apegarse a la normativa en materia de adquisiciones, arrendamientos y servicios aplicables.

Artículo 20.- Las Campañas de Comunicación Social dirigidas a promover actividades, productos o servicios de carácter industrial o mercantil que generen algún ingreso para el Estado deben cumplir las mismas normas señaladas en la presente Ley y no podrán difundirse en Tiempos Oficiales.

Artículo 21.- Durante el tiempo que comprendan los procesos de consulta popular y de revocación de mandato, así como las campañas electorales, debe suspenderse la difusión de Propaganda gubernamental, en los términos establecidos en la legislación de la materia.

Para los efectos del párrafo primero del presente artículo, en el caso de los procesos electorales locales, deberá suspenderse la difusión de Campañas de Comunicación Social en los Medios de Comunicación con Cobertura Geográfica y ubicación exclusivamente en la Entidad Federativa de que se trate.

...

I. a IV. ...

...

Capítulo V

Del procedimiento para la autorización de Campañas de Comunicación Social

Artículo 22.- La Unidad Administradora es 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 los Entes Públicos, a fin de que se lleven a cabo bajo los principios a los que se hace referencia en esta Ley.

La Unidad Administradora es 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 conforme a la presente 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 o servicios que prestan.

La Estrategia de Comunicación Social debe contener:

- I. Misión y visión del Ente Público;
- II. Los objetivos generales en materia de Comunicación Social del Ente Público, relacionados con sus funciones y los objetivos establecidos en el Plan Nacional de Desarrollo;
- III. Los objetivos específicos en congruencia con los programas sectoriales o especiales que rijan la actuación del Ente Público;
- IV. Los objetivos específicos relacionados con el programa institucional del Ente Público;
- V. Metas nacionales o estrategias transversales relacionadas con los objetivos señalados, y
- VI. Temas específicos que se prevean abordar en las Campañas de Comunicación Social, conforme a los objetivos generales y específicos señalados en la propia Estrategia.

La Unidad Administradora evaluará la Estrategia de Comunicación Social presentada por cada Ente Público con base en el contenido señalado y, en su caso, realizará las observaciones pertinentes, que deberán ser atendidas por el Ente Público.

Artículo 24.- Con base en su Estrategia de Comunicación Social y en el Presupuesto de Egresos correspondiente aprobado en cada ejercicio fiscal, en el mes de enero de cada año, el Ente Público debe elaborar y presentar a la Unidad Administradora su Programa Anual de Comunicación Social.

Dicho programa debe comprender el conjunto de Campañas de Comunicación Social que se difundirá durante el año fiscal que corresponda.

- I. Derogada.
- II. Derogada.
- III. Derogada.

Artículo 25.- El Programa Anual de Comunicación Social debe presentarse ante la Unidad Administradora acompañado por el documento que acredite la disponibilidad de recursos asignados en el Presupuesto de Egresos correspondiente o, en su caso, por la Junta de Gobierno o equivalente.

La Unidad Administradora emitirá los lineamientos que especifiquen los requisitos específicos que se deban presentar para la autorización del Programa Anual de Comunicación Social.

Artículo 26.- Los Entes Públicos deben elaborar el Programa Anual de Comunicación Social considerando la prioridad temática y cronología de la difusión de las Campañas a efecto de dar cumplimiento con la Estrategia de Comunicación Social. Las Campañas se sujetarán al objetivo de comunicación que persigan los Entes Públicos.

En los Programas Anuales de Comunicación Social, los Entes Públicos deben observar:

- I. Que las Campañas de Comunicación Social tengan relación directa con sus atribuciones y facultades;
- II. Que los recursos a utilizar sean proporcionales a los objetivos de la campaña no rebasen los límites de ejercicio establecidos en esta Ley;
- III. Que las herramientas y medios previstos para la difusión de la campaña sean idóneos para tener impacto en el público objetivo;
- IV. Que sus objetivos sean claros y precisos para comunicar;
- V. Que establezcan metas y procedimientos de evaluación de las campañas;
- VI. Que utilicen, en primera instancia, los tiempos oficiales conforme a las disposiciones legales y administrativas aplicables, en el caso de los Entes Públicos que tengan derecho a ello, y
- VII. Que cumplan con los principios rectores de la Comunicación Social, los criterios para la aplicación del gasto y las reglas para la asignación de Campañas de Comunicación Social previstas en esta Ley.

El límite del gasto del Programa Anual de Comunicación Social, en su conjunto, no debe rebasar el 0.1 por ciento del Presupuesto de Egresos Anual correspondiente.

En las Entidades Federativas, el límite de gasto que se haga en Comunicación Social a que refiere este artículo deberá estar homologado con lo dispuesto en el párrafo anterior.

Artículo 27.- Los Entes Públicos pueden presentar a la Unidad Administradora modificaciones al contenido del Programa Anual de Comunicación Social, a más tardar, el último día hábil de febrero del siguiente ejercicio fiscal.

En caso de que la modificación implique un incremento del gasto asignado, el Ente Público debe explicar en la solicitud las situaciones de carácter emergente, caso fortuito, fuerza mayor o, en su caso, si fueran necesarias para generar ingresos para el Estado.

Corresponde a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público autorizar las adecuaciones presupuestarias en los términos de la normativa aplicable.

Artículo 27 Bis.- En caso de que un Ente Público cancele por alguna circunstancia el Programa Anual de Comunicación Social, lo comunicará a la Unidad Administradora a más tardar al concluir el bimestre en que se encuentre.

El Ente Público debe justificar bajo su más estricta responsabilidad la cancelación del Programa.

Artículo 28.- Los Entes Públicos deben presentar ante la Unidad Administradora la solicitud de autorización de cada Campaña incluida en el Programa Anual de Comunicación Social autorizado.

Salvo los mensajes extraordinarios previstos en el Capítulo VI del Título II de esta Ley, la Unidad Administradora no autorizará solicitudes de Campañas que hayan iniciado su difusión, por lo que los Entes Públicos deben considerar los tiempos del procedimiento de autorización para llevar a cabo la planeación de sus Campañas de Comunicación Social, los cuales se establecerán en los Lineamientos respectivos.

Salvo los mensajes extraordinarios señalados en el Capítulo VI del Título II de esta Ley, la Unidad Administradora no autorizará solicitudes de campañas que hayan iniciado su difusión sin estar previstos en el Programa Anual de Comunicación Social respectivo.

Artículo 29.- La Unidad Administradora debe tener registro de las Campañas de Comunicación Social que cada Ente Público prevé realizar, las vigencias generales, los montos del techo presupuestal y la inversión que representa en el marco de su programación.

Derogado.

Derogado.

Artículo 30.- Los órganos de los Poderes Legislativos y Judiciales federal y de las Entidades Federativas, así como los Órganos autónomos federales o locales, deben prever en su Reglamento Interior u ordenamiento equivalente, el mecanismo para la elaboración y aprobación de sus Estrategias y Programas Anuales de Comunicación Social, de conformidad con lo establecido en el presente Capítulo.

Derogado.

Artículo 31.- Los Entes Públicos 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 Unidad Administradora, justificando las razones de su emisión. Una vez autorizado el Mensaje Extraordinario, los Entes Públicos deben integrar dicho mensaje en su Programa Anual de Comunicación Social.

Artículo 32.- Los órganos de los Poderes Legislativos y Judiciales federal y de las Entidades Federativas, así como los Órganos autónomos federales o locales, deben prever en su Reglamento Interior u ordenamiento equivalente los casos específicos en que proceda la difusión de Mensajes Extraordinarios.

Derogado.

Artículo 38.- La revisión y fiscalización de los recursos públicos que en materia de Comunicación Social ejerzan los Entes Públicos se realizará a través de la Auditoría Superior de la Federación, en términos de lo dispuesto por la Ley de Fiscalización y Rendición de Cuentas de la Federación.

...

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 Auditoría Superior de la Federación es el órgano competente fiscalizador.

Artículo 40.- Los Entes Públicos deben brindar información sobre los montos destinados a gastos relativos a Campañas de Comunicación Social desglosada por tipo de medio, proveedores,

Documento publicado para fines de consulta.- Para usos legales deberá obtener copia certificada expedida por el Secretario del H. Ayuntamiento en los términos señalados por el artículo 128 fracción VI de la Ley Orgánica Municipal para el Estado de Guanajuato.



número de contrato y concepto o campaña de manera pública, completa, oportuna y accesible, así como cumplir, en general, con lo señalado en la normativa aplicable en materia de transparencia y acceso a la información pública.

Artículo 42.- La Unidad Administradora informará bimestralmente a la Cámara de Diputados o Congreso local correspondiente, sobre la ejecución de los programas y actividades gubernamentales.

Dichos informes deben contener, al menos, lo siguiente:

- I. Monto total erogado por el Ente Público;
- II. a IV. ...

Artículo 43.- La Unidad Administradora remitirá anualmente a la Cámara de Diputados o Congreso local correspondiente la relación de todos los programas y Campañas de Comunicación Social, desglosadas por Entes Públicos, así como la programación de las erogaciones destinadas a sufragarlos.

...

...

Artículo 44.- Son infracciones en los términos de la Ley General de Responsabilidades Administrativas, las siguientes conductas que cometan las personas servidoras públicas:

- I. Difusión de Campañas de Comunicación Social ajenas al Programa Anual de Comunicación Social autorizado, y
- II. Abstenerse de presentar los informes a que se refiere el título anterior.
- III. Derogada.

Artículo 45.- Cuando las personas servidoras públicas federales, de las Entidades Federativas, los municipios o las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México cometan alguna infracción prevista en esta Ley, se dará vista a la autoridad competente para conocer de los hechos que pudieran constituir responsabilidades administrativas, a fin de que se proceda en los términos de las leyes aplicables.

Artículo Segundo.- Se reforman las fracciones IX y X del párrafo primero del artículo 49, y el artículo 73, y se adiciona la fracción XI al párrafo primero del artículo 49, de la Ley General de Responsabilidades Administrativas, para quedar como sigue:

Artículo 49. ...

I. a VIII. ...

- IX. Cerciorarse, antes de la celebración de contratos de adquisiciones, arrendamientos o para la enajenación de todo tipo de bienes, prestación de servicios de cualquier naturaleza o la contratación de obra pública o servicios relacionados con ésta, 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;
- X. Sin perjuicio de la obligación anterior, previo a realizar cualquier acto jurídico que involucre el ejercicio de recursos públicos con personas jurídicas, revisar su constitución y, en su caso, sus modificaciones con el fin de verificar que sus socios, integrantes de los consejos de administración o accionistas que ejerzan control no incurran en Conflicto de Interés, y
- XI. Abstenerse de realizar Propaganda gubernamental con recursos públicos que incluya nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público.

...

Artículo 73. Se consideran Faltas de particulares en situación especial, aquéllas realizadas por candidatos a cargos de elección popular, miembros de equipos de campaña electoral o de transición entre administraciones del sector público, y líderes de sindicatos del sector público, que impliquen exigir, solicitar, aceptar, recibir o pretender recibir alguno de los beneficios a que se refiere el artículo 52 de esta Ley, ya sea para sí, para su campaña electoral o para alguna de las personas a las que se refiere el citado artículo, a cambio de otorgar u ofrecer una ventaja indebida en el futuro en caso de obtener el carácter de Servidor Público.



A los particulares que se encuentren en situación especial conforme al presente Capítulo, incluidos los directivos y empleados de los sindicatos, podrán ser sancionados cuando incurran en las conductas a que se refiere el Capítulo anterior.

Transitorios

Primero. El presente Decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Segundo. La persona titular del Ejecutivo Federal debe realizar las adecuaciones reglamentarias correspondientes en un plazo no mayor a 180 días hábiles a partir de la publicación del presente Decreto.

En el mismo plazo, la Secretaría de Gobernación emitirá los Lineamientos a que se refieren los artículos 4, 25, 28 y 37 de la Ley General de Comunicación Social.

Tercero. Los Entes Públicos, en un plazo máximo de 120 días hábiles siguientes a la entrada en vigor del presente Decreto, adecuarán conforme a éste, sus disposiciones legales y reglamentarias.

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

Quinto. En caso de inicio de labores o de gestión, los Entes Públicos emitirán su Estrategia y Programa Anual de Comunicación Social de ese ejercicio fiscal a los tres meses siguientes a que se haya emitido y publicado su Programa de trabajo, o equivalente.

En los ordenamientos locales se establecerán las disposiciones transitorias conducentes para el procedimiento referido en el párrafo anterior.

Sexto. Las erogaciones que se generen con motivo de la entrada en vigor del presente Decreto se realizarán con cargo a los presupuestos aprobados a los ejecutores de gasto responsables para el presente ejercicio fiscal, por lo que no se autorizarán recursos adicionales para tales efectos.

Ciudad de México, a 15 de diciembre de 2022.- Sen. **Alejandro Armenta Mier**, Presidente.- Dip. **Santiago Creel Miranda**, Presidente.- Sen. **Verónica Noemí Camino Farjat**, Secretaria.- Dip. **María Macarena Chávez Flores**, Secretaria.- Rúbricas."

En cumplimiento de lo dispuesto por la fracción I del Artículo 89 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y para su debida publicación y observancia, expido el presente Decreto en la Residencia del Poder Ejecutivo Federal, en la Ciudad de México, a 26 de diciembre de 2022.- Andrés Manuel López Obrador.- Rúbrica.- El Secretario de Gobernación, Lic. Adán Augusto López Hernández.- Rúbrica.-----

ASÍ LO ANTERIOR, **EL LIC. CHRISTIAN ROBERTO CASAS LAGUNA, SECRETARIO DEL H. AYUNTAMIENTO**, MANIFIESTA QUE LA PROPUESTA FIRMADA Y RUBRICADA POR EL ALCALDE MUNICIPAL, LIC. ALEJANDRO ANTONIO MARUN GONZÁLEZ, MEDIANTE LA CUAL SE PROMUEVE DEMANDA DE CONTROVERSIA CONSTITUCIONAL EN CONTRA DEL PODER EJECUTIVO FEDERAL Y EL HONORABLE CONGRESO DE LA UNIÓN POR LA PROMULGACIÓN Y PUBLICACIÓN DEL DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DE LA LEY GENERAL DE RESPONSABILIDADES ADMINISTRATIVAS. LA CUAL SE HIZO LLEGAR PREVIAMENTE VÍA CORREO ELECTRÓNICO A CADA UNO DE LOS INTEGRANTES DEL H. AYUNTAMIENTO, PARA SU CONOCIMIENTO, Y MEDIANTE LA CUAL EL LIC. ALEJANDRO ANTONIO MARUN GONZÁLEZ PRESIDENTE MUNICIPAL DE SAN FRANCISCO DEL RINCÓN, GUANAJUATO. COMPARECE ANTE EL PLENO DEL H. AYUNTAMIENTO, CON FUNDAMENTO EN LO DISPUESTO POR LOS ARTÍCULOS 7, Y 76, FRACCIÓN I, INCISO R), DE LA LEY ORGÁNICA MUNICIPAL PARA EL ESTADO DE GUANAJUATO, ASÍ COMO 1, 14, 16, 17, 105, FRACCIÓN I, INCISO B), 115 Y 133 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, ASÍ COMO EN LOS ARTÍCULOS 1, 2, 3, 8,10, 11, 14, 21 FRACCIÓN LL, 22 Y DEMÁS APLICABLES DE LA LEY REGLAMENTARIA DE LAS FRACCIONES I Y II DEL ARTÍCULO 105 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS; BAJO ESE CONTEXTO, PREVIO ACUERDO DE ESTE H. AYUNTAMIENTO, PUEDA PROMOVER CONTROVERSIA CONSTITUCIONAL SOLICITANDO QUE PUEDA CONOCER DE ESTE ASUNTO EL



TRIBUNAL EN PLENO DE LA SUPREMA CORTE DE JUSTICIA DE LA NACIÓN, POR SER COMPETENTE DE CONFORMIDAD CON LO DISPUESTO EN LOS ARTÍCULOS 105, FRACCIÓN I, INCISO B), DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, 10, FRACCIÓN I, DE LA LEY ORGÁNICA DEL PODER JUDICIAL DE LA FEDERACIÓN, Y 1 DE LA LEY REGLAMENTARIA DE LAS FRACCIONES I Y II DEL ARTÍCULO 105 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, TODA VEZ QUE SE SUSCITA LA PRESENTE CONTROVERSIA CONSTITUCIONAL ENTRE LA FEDERACIÓN Y, EN ESTE CASO, EL MUNICIPIO DE SAN FRANCISCO DEL RINCÓN, GUANAJUATO, CONTRA LA PROMULGACIÓN Y PUBLICACIÓN EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN EL 27 DE DICIEMBRE DE 2022, POR EL PODER EJECUTIVO DE LA UNIÓN, DEL DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DE LA LEY GENERAL DE RESPONSABILIDADES ADMINISTRATIVAS.-----

LO ANTERIOR POR CONSIDERAR COMO PRECEPTOS CONSTITUCIONALES VIOLATORIOS LOS PRECEPTOS CONSTITUCIONALES DEL ARTÍCULO 115, FRACCIÓN IV, DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS EN LO TOCANTE A LA LIBRE ADMINISTRACIÓN DE LA HACIENDA PÚBLICA MUNICIPAL, ASIMISMO, EN MATERIA DEL DERECHO DE ACCESO A LA INFORMACIÓN, LOS ARTÍCULOS 1º, 6º, 115 FRACCIÓN II Y 133 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, ASÍ COMO LOS ARTÍCULOS 19 DE LA DECLARACIÓN UNIVERSAL DE LOS DERECHOS HUMANOS, 19 DEL PACTO INTERNACIONAL DE DERECHOS CIVILES Y POLÍTICOS Y 13 DE LA CONVENCIÓN AMERICANA SOBRE DERECHOS HUMANOS O PACTO DE SAN JOSÉ.-----

AL EFECTO, EXISTE FRANCA VIOLACIÓN AL PRINCIPIO DE AUTONOMÍA MUNICIPAL, Y EL PRINCIPIO DE EJERCICIO DIRECTO DEL MUNICIPIO DE LOS RECURSOS QUE INTEGRAN LA HACIENDA PÚBLICA MUNICIPAL, COMO SE PREVÉ EN EL ARTÍCULO 115, FRACCIÓN IV, DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS. EL CITADO PRECEPTO CONSTITUCIONAL ESTABLECE DIVERSOS PRINCIPIOS, DERECHOS Y FACULTADES DE CONTENIDO ECONÓMICO, FINANCIERO Y TRIBUTARIO A FAVOR DE LOS MUNICIPIOS PARA EL FORTALECIMIENTO DE SU AUTONOMÍA A NIVEL CONSTITUCIONAL.-----

EN TAL SENTIDO CUANDO LA AUTORIDAD INVASORA, CUALQUIERA QUE SEA SU ORIGEN O DENOMINACIÓN, LESIONE LA AUTONOMÍA MUNICIPAL, SUPLANTANDO O MEDIATIZANDO SUS FACULTADES CONSTITUCIONALES E INVADIENDO LA ESFERA COMPETENCIAL DEL AYUNTAMIENTO, ACTÚA COMO AUTORIDAD INTERMEDIA, EL CONGRESO DE LA UNIÓN NO PUEDE LIMITAR A UN MUNICIPIO EN EL DISEÑO CUANTITATIVO DE SU PRESUPUESTO, MENOS CON UN PORCENTAJE COMO EL PREVISTO EN EL ARTÍCULO 26 DE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DEL 0.1% APLICADO AL PRESUPUESTO DE EGRESOS ANUAL.-----

-EN OTRO CONTEXTO, EL ACCESO A LA INFORMACIÓN COBRA UNA NUEVA DIMENSIÓN PORQUE, ADEMÁS DE SER UN DERECHO HUMANO, FORTALECE DIRECTAMENTE A LOS GOBIERNOS PUES LES PERMITE RENDIR CUENTAS Y COMUNICAR LOS SERVICIOS ESENCIALES A LOS QUE ESTÁ OBLIGADO PROPORCIONAR, AL RESPECTO, LA PORCIÓN NORMATIVA CUYA INVALIDEZ SE RECLAMA, DISMINUYE DE MANERA DESPROPORCIONADA DICHA OBLIGACIÓN, YA QUE LIMITA EL DERECHO AL ACCESO A LA INFORMACIÓN DE LAS PERSONAS, LO QUE DERIVA EN EL DESCONOCIMIENTO DE LA ACTIVIDAD GUBERNAMENTAL.-----

TAL PORCIÓN NORMATIVA CONLLEVA A LOS GOBIERNOS, DIRECTA Y/O INDIRECTAMENTE A INCUMPLIR CON LA OBLIGACIÓN DE PROMOVER, RESPETAR, GARANTIZAR Y PROTEGER LOS DERECHOS HUMANOS, LO ANTERIOR AL REDUCIR DE MANERA DESMEDIDA LOS INSUMOS NECESARIOS PARA ASEGURAR LA

COMUNICACIÓN ENTRE LA POBLACIÓN Y EL GOBIERNO.-----
DE AHÍ QUE EL DERECHO DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA HA SIDO RECONOCIDO JURÍDICAMENTE COMO UN DERECHO FUNDAMENTAL E INSTRUMENTAL A NIVEL INTERNACIONAL Y REGIONAL. ASIMISMO, DICHO DERECHO HA SERVIDO COMO UNA HERRAMIENTA EFECTIVA PARA PROMOVER LA PARTICIPACIÓN DE LAS PERSONAS CONTRIBUYENDO, DE ESTA FORMA, A LA GOBERNABILIDAD.-----

POR LO ANTES EXPUESTO, CON FUNDAMENTO EN LO DISPUESTO EN EL INCISO R) DE LA FRACCIÓN I, DEL ARTÍCULO 76 DE LA LEY ORGÁNICA MUNICIPAL PARA EL ESTADO DE GUANAJUATO, SOLICITO A ESTE H. AYUNTAMIENTO AUTORIZAR LA SIGUIENTE:-----

PROPUESTA:-----

PRIMERO. PROMOVER ANTE LA SUPREMA CORTE DE JUSTICIA DE LA NACIÓN, LA CONTROVERSIAS CONSTITUCIONALES EN CONTRA DEL PODER EJECUTIVO FEDERAL Y EL HONORABLE CONGRESO DE LA UNIÓN POR LA PROMULGACIÓN Y PUBLICACIÓN DEL DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DE LA LEY GENERAL DE RESPONSABILIDADES ADMINISTRATIVAS.-----

SEGUNDO. SE INSTRUYE AL REPRESENTANTE LEGAL DEL AYUNTAMIENTO DE ESTE MUNICIPIO, PARA QUE REALICE LAS GESTIONES PERTINENTES PARA DAR CUMPLIMIENTO A LA PRESENTE PROPUESTA.-----

-AL RESPECTO, **EL LIC. CHRISTIAN ROBERTO CASAS LAGUNA, SECRETARIO DEL H. AYUNTAMIENTO,** PREGUNTA A LOS INTEGRANTES DE ESTE CUERPO COLEGIADO, TUVIERAN ALGÚN PRONUNCIAMIENTO, OBSERVACIÓN O COMENTARIO QUE MANIFIESTAR CON RESPECTO A LA PRESENTE PROPUESTA.-----

ENSEGUIDA, **EL REGIDOR LIC. RICARDO ARTURO VEGA CARRANZA,** REALIZA CUESTIONAMIENTO EN EL SENTIDO DE SABER EN QUÉ FECHA SE LES NOTIFICÓ LA PROMULGACIÓN Y POR ENDE LA PUBLICACIÓN DEL DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DE LA LEY GENERAL DE RESPONSABILIDADES ADMINISTRATIVAS. **AL RESPECTO, EL LIC. CHRISTIAN ROBERTO CASAS LAGUNA, SECRETARIO DEL H. AYUNTAMIENTO,** REFIERE QUE POR SER UN PRONUNCIAMIENTO DE ÍNDOLE FEDERAL POR PARTE DEL CONGRESO DE LA UNIÓN Y PROMULGADO POR EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA, Y QUE SE ENCUENTRA DISPONIBLE PARA SU CONSULTA, EN DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN. POR LO QUE NO TUVO QUE SER NECESARIA SU NOTIFICACIÓN.-----

LA REGIDORA LIC. LORENA VILLALOBOS OLIVARES, REALIZA CUESTIONAMIENTO EN SENTIDO DE SABER, EN QUÉ FECHA SE TUVO CONOCIMIENTO DE ESTA PROMULGACIÓN. **AL RESPECTO, EL LIC. CHRISTIAN ROBERTO CASAS LAGUNA, SECRETARIO DEL H. AYUNTAMIENTO,** RESPONDE QUE PARA SUS EFECTOS LEGALES EN FECHA 27 DE DICIEMBRE DE 2022, Y AGREGA, NO EXISTE UNA OBLIGACIÓN LEGAL QUE ESTABLEZCA QUE SE TENGA QUE NOTIFICAR A CADA AYUNTAMIENTO, ESTA INFORMACIÓN DE CARÁCTER GENERAL PUBLICADA EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN, A LA PUEDE TENER ACCESO CUALQUIER, CIUDADANO, PARTICULAR Y AUTORIDAD MUNICIPAL, ESTATAL Y FEDERAL.-----

EL REGIDOR L.A.E. JUAN GERARDO MORALES PÉREZ, SEÑALA QUE EL DOCUMENTO, QUE EL ALCALDE MUNICIPAL, SE HIZO LLEGAR VÍA CORREO ELECTRÓNICO A TRAVÉS DE LA SECRETARÍA DEL H. AYUNTAMIENTO, REFIERE EN SU SEGUNDO PÁRRAFO AL MUNICIPIO DE LEÓN, POR LO QUE SUPONE, ESTE ES UNA COPIA DE ESE MUNICIPIO, SABIDO QUE TODOS LOS MUNICIPIOS DEL ESTADO POR LO MENOS DONDE GOBIERNA EL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL, SE ESTARÁN PRONUNCIANDO POR ESTA CONTROVERSIAS CONSTITUCIONALES. **AL RESPECTO, EL LIC. CHRISTIAN**



ROBERTO CASAS LAGUNA, SECRETARIO DEL. H. AYUNTAMIENTO, REFIERE HUBO UN ERROR DE REDACCIÓN EN LA PALABRA DE UNOS DE LOS PÁRRAFOS, QUE SERA SUBSANADA, LO ANTERIOR, NO PREVÉ NINGUNA DISPOSICIÓN LEGAL QUE IMPIDA EL SEGUIMIENTO A ESTA PROPUESTA. -----

EL REGIDOR L.A.E. JUAN GERARDO MORALES PÉREZ, INTERVIENE NUEVAMENTE PARA MANIFESTAR SU VOTO EN CONTRA DE LA PRESENTE PROPUESTA, Y LITERALMENTE AGREGA: "RECHAZO TOTALMENTE APROBAR LA PROPUESTA, TODA VEZ QUE EL RECURSO DESTINADO A LA PUBLICIDAD, ES UTILIZADO GENERALMENTE PARA LA SATISFACCIÓN DE LA IMAGEN PÚBLICA, NO HABLO EN CASO CONCRETO AL MUNICIPIO DE SAN FRANCISCO DEL RINCÓN, GTO, SINO DE MANERA GENERAL, TANTO EN ENTIDADES MUNICIPALES Y FEDERALES, EL DINERO DEBE SER EMPLEADO PARA SATISFACER NECESIDADES DE LA CIUDADANA, LA PROMULGACIÓN Y PUBLICACIÓN DEL DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PUBLICADA EN FECHA 27 DE DICIEMBRE DE 2022, LO ÚNICO QUE BUSCA ES FRENAR LOS GASTOS EXCESIVOS Y DESPILFARRO DEL RECURSO, PARA LO CUAL ESTABLECE UN TOPE DEL DEL 0.1% APLICADO AL PRESUPUESTO DE EGRESOS ANUAL, PARA EL GASTO EN PUBLICIDAD, ESTO REPRESENTARÍA APROXIMADAMENTE QUINIENTOS MIL PESOS PARA EL MUNICIPIO DE SAN FRANCISCO DEL RINCÓN, COMO UN EJEMPLO, CITO QUE EN EL ESTADO DE GUANAJUATO, SE GASTAN MÁS DE 500 MILLONES DE PESOS ANUALES EN PUBLICIDAD, CON ESTAS REFORMAS A LA LEY, EL ESTADO PODRÁ GASTAR UN POCO MÁS DE 100 MILLONES DE PESOS, LO QUE LE DEJARÍA APROXIMADAMENTE 400 MILLONES PARA REPARTIR A LOS MUNICIPIOS, CON ESE DINERO SE PODRÍAN HACER MÁS OPCIONES EN BENEFICIO DE LA CIUDADANÍA, CUANDO UN CIUDADANO VE MEJORÍA EN SU COMUNIDAD O COLONIA, LO EXTERNA Y LO COMPARTE CON SUS CONOCIDOS, ASÍ PUES, LA MEJOR PUBLICIDAD ES DE BOCA EN BOCA, APROVECHO ESTE ESPACIO PARA DECIR A LA GENTE DE SAN FRANCISCO DEL RINCÓN, QUE ESTE AÑO EL MUNICIPIO VA A RECIBIR UN 20% DE RECURSOS FEDERALES, LO QUE PERMITIRÁ AL MUNICIPIO DE SAN FRANCISCO DEL RINCÓN, GENERAR MÁS BENEFICIOS PARA LOS CIUDADANOS, AUNADO A LAS REFORMAS DE LA LEY DE COMUNICACIÓN SOCIAL, QUE EVITA EL DESPILFARRO QUE SE HA VENIDO HACIENDO, NO PROPIAMENTE EN ESTE MUNICIPIO, SINO GENERALMENTE EN LOS ESTADOS, ESO NOS VA AYUDAR A LIBERAR RECURSOS EN BENEFICIO DE LA GENTE DE ESTE MUNICIPIO..." -----

EL REGIDOR ING. SERGIO ABEL MÉNDEZ BARBA, MANIFIESTA SI LA CUESTIÓN ES HABLAR DE DESPILFARROS, ENTONCES PARA QUE UTILIZAR LOS MEDIOS PARA TRANSMITIR "LA MAÑANERA", AGREGA, QUE NO SE PUEDE COARTAR LA LIBERTAD DE INFORMAR A LA CIUDADANÍA EN QUE SE ESTÁ GASTANDO CADA UNO DE LOS RUBROS DEL PRESUPUESTO DEL MUNICIPIO. LOS CIUDADANOS TIENEN EL DERECHO DE ESCUCHAR TODA ESTA COMUNICACIÓN CON RESPECTO A LAS OBRAS Y ACCIONES QUE ESTÁ HACIENDO EL MUNICIPIO, EXISTEN LOS PRINCIPIOS DE AUSTERIDAD Y DISCIPLINA DEL GASTO PÚBLICO. AL MUNICIPIO SE LE QUITA SU INDEPENDENCIA Y AUTONOMÍA AL DECIDIR ELLOS, EN QUÉ Y CUANTO SE VA APLICAR DE LOS RECURSOS.-----

LA SINDICO L.A.E. LUZ REBECA ESPINOSA ROBLEDO, MANIFIESTA QUE LA PROMULGACIÓN Y PUBLICACIÓN DEL DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL PUBLICADA EN FECHA 27 DE DICIEMBRE DE 2022, ES UNA VIOLACIÓN AL PRINCIPIO DE AUTONOMÍA MUNICIPAL, Y EL PRINCIPIO DE EJERCICIO DIRECTO DEL MUNICIPIO DE LOS RECURSOS QUE INTEGRAN LA HACIENDA PÚBLICA MUNICIPAL, COMO SE PREVÉ EN EL ARTÍCULO 115, FRACCIÓN IV, DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS. ESTE NO



ES UN TEMA DE DESPILFARRO, NO SE PUEDE QUITAR EL DERECHO A QUE LA CIUDADANÍA ESTE INFORMADA MEDIANTE LA DIFUSIÓN NO ÚNICAMENTE DE LOS PROGRAMAS SOCIALES, SINO DE TODAS LAS ACCIONES QUE COMO AUTORIDAD ESTA HACIENDO, OTRA SITUACIÓN ES QUE LOS MUNICIPIOS AUTÓNOMOS TIENEN QUE TENER LIBERTAD HACENDARIA Y TAMBIÉN TRANSPARENCIA EN LAS ACCIONES DE GOBIERNO DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA MUNICIPAL.-----

EL REGIDOR L.A.E. JUAN GERARDO MORALES PÉREZ, INTERVIENE NUEVAMENTE PARA SOLICITAR AL SECRETARIO DEL H. AYUNTAMIENTO UN INFORME Y/O RESUMEN DEL COMPORTAMIENTO DEL GASTO DEL MUNICIPIO EN LOS RUBROS DE PUBLICIDAD, DIFUSIÓN Y PROPAGANDA, ELLO PARA ENTERAR A LA CIUDADANÍA DE A CUÁNTO ASCIENDE EL GASTO. **AL RESPECTO, EL LIC. CHRISTIAN ROBERTO CASAS LAGUNA, SECRETARIO DEL. H. AYUNTAMIENTO**, MANIFIESTA QUE LA SITUACIÓN PRESUPUESTAL, SE ENCUENTRA EN LOS TÉRMINOS QUE HA SIDO APROBADO POR EL H. AYUNTAMIENTO, EL PRONÓSTICO DE INGRESOS Y PRESUPUESTO DE EGRESOS ANUAL, ASÍ COMO LAS SUBSECUENTES MODIFICACIONES AL MISMO Y POR ENDE PUBLICADOS EN EL PERIÓDICO OFICIAL DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE GUANAJUATO.-----

LA REGIDORA LIC. LORENA VILLALOBOS OLIVARES, SOLICITA SE SUBSANE EL ERROR DE REDACCIÓN CONTENIDO EN EL SEGUNDO PÁRRAFO DEL ESCRITO FIRMADO Y RUBRICADO POR EL ALCALDE MUNICIPAL, Y QUE FORMARA PARTE DEL APÉNDICE DE LA PRESENTE ACTA. -----

EN USO DE LA VOZ, **EL LIC. CHRISTIAN ROBERTO CASAS LAGUNA, SECRETARIO DEL. H. AYUNTAMIENTO**, CONTINUA CON EL ORDEN DEL DIA Y AGREGA QUE **EN VIRTUD QUE EL MENCIONADO DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DE LA LEY GENERAL DE RESPONSABILIDADES ADMINISTRATIVAS, FUE PUBLICADO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN EL DIA 27 DEDICIEMBRE DE 2022, Y DE CONFORMIDAD CON LO DISPUESTO EN EL INCISO B), DE LA FRACCIÓN I, DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, Y EL ARTICULO 21 FRACCIÓN II, Y 3º DE LA LEY REGLAMENTARIA DE LAS FRACCIONES I Y II DEL ARTÍCULO 105 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, EN DONDE SE ESTABLECE QUE TRATÁNDOSE DE NORMAS GENERALES EL PLAZO PARA INTERPOSICIÓN DE DEMANDA ES DE TREINTA DÍAS CONTADOS A PARTIR DEL DÍA SIGUIENTE A LA FECHA DE SU PUBLICACIÓN, O DEL DÍA SIGUIENTE AL EN QUE SE PRODUZCA EL PRIMER ACTO DE APLICACIÓN DE LA NORMA QUE DÉ LUGAR A LA CONTROVERSIA. SE SOMETE A CONSIDERACIÓN Y EN SU CASO APROBACIÓN DE LOS INTEGRANTES DEL H. AYUNTAMIENTO, LA PROPUESTA QUE PROMUEVE DEMANDA DE CONTROVERSIA CONSTITUCIONAL EN CONTRA DEL PODER EJECUTIVO FEDERAL Y EL HONORABLE CONGRESO DE LA UNIÓN POR LA PROMULGACIÓN Y PUBLICACIÓN DEL DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y DE LA LEY GENERAL DE RESPONSABILIDADES ADMINISTRATIVAS. EN LOS TÉRMINOS ANTES EXPUESTOS, RESULTANDO APROBADA CON ONCE VOTOS A FAVOR DE LOS INTEGRANTES DEL. H. AYUNTAMIENTO Y UN VOTO EN CONTRA POR PARTE DEL REGIDOR L.A.E JUAN GERARDO MORALES PÉREZ. -**

EN RELACIÓN AL **CUARTO PUNTO, SE SOMETE A CONSIDERACIÓN Y EN SU CASO APROBACIÓN DE LOS INTEGRANTES DEL H. AYUNTAMIENTO EL ACTA NÚMERO 1,308 EMANADA DE LA PRESENTE SESIÓN EXTRAORDINARIA, DE FECHA 03 DE FEBRERO DE 2023. RESULTANDO APROBADA POR UNANIMIDAD DE DOCE VOTOS DE LOS INTEGRANTES DEL H. AYUNTAMIENTO, Y LOS ACTOS EMANADOS DE LA MISMA PARA SU CORRESPONDIENTE IMPRESIÓN.** -----



EN RELACIÓN AL **QUINTO PUNTO** DE LA ORDEN DEL DÍA, HABIENDO SIDO AGOTADOS TODOS Y CADA UNO DE LOS PUNTOS DEL ORDEN DEL DÍA, SIENDO LAS **12:57 (DOCE HORAS CON CINCUENTA Y SIETE MINUTOS)**, SE DECLARÓ CLAUSURADA Y SE LEVANTA LA SESIÓN EXTRAORDINARIA DEL H. AYUNTAMIENTO CONSTITUCIONAL DE SAN FRANCISCO DEL RINCÓN, GUANAJUATO PARA EL PERIODO 2021-2024. FIRMANDO AL CALCE QUIENES EN ELLA INTERVINIERON. **CONSTE. DOY FE.**-----
LA PRESENTE ACTA SE FIRMA EN **09 FOLIOS.**-----

LIC. ALEJANDRO ANTONIO MARUN GONZÁLEZ
PRESIDENTE MUNICIPAL

L.A.E. LUZ REBECA ESPINOSA ROBLEDO
SINDICA DEL H. AYUNTAMIENTO

ING. SERGIO ABEL MÉNDEZ BARBA
REGIDOR DEL H. AYUNTAMIENTO

LIC. MA. DE LOS ÁNGELES PADILLA GÓMEZ
REGIDORA DEL H. AYUNTAMIENTO

C. JOSÉ DE JESÚS MARTÍNEZ VALERIO
REGIDOR DEL H. AYUNTAMIENTO

LEP. LINA MILDRED GÓMEZ CANDELAS
REGIDORA DEL H. AYUNTAMIENTO.

LIC. RICARDO ARTURO CARRANZA VEGA
REGIDOR DEL H. AYUNTAMIENTO

LIC. LORENA VILLALOBOS OLIVARES
REGIDORA DEL H. AYUNTAMIENTO



C. JUAN MANUEL CORONADO CABRERA
REGIDOR DEL H. AYUNTAMIENTO

MTRA. OLGA RÍOS SEGURA
REGIDORA DEL H. AYUNTAMIENTO

L.A.E. JUAN GERARDO MORALES PÉREZ
REGIDOR DEL H. AYUNTAMIENTO

C. MONTSERRAT PAULINA SERNA TORRES
REGIDORA DEL H. AYUNTAMIENTO

LIC. CHRISTIAN ROBERTO CASAS LAGUNA
SECRETARIO DEL H. AYUNTAMIENTO