



3004721

*"2016, Año de Rafael Nieto Compeán, promotor del sufragio femenino y la autonomía universitaria".*

San Luis Potosí, S. L. P. A de 14 de noviembre de 2016

**SEÑORAS Y SEÑORES DIPUTADOS DE LA LXI LEGISLATURA DEL H. CONGRESO DEL ESTADO DE SAN LUIS POTOSÍ.**

**LEGISLADORAS Y LEGISLADORES SECRETARIOS.**

**P r e s e n t e s .**

La que suscribe, **Josefina Salazar Báez**, diputada integrante de esta Sexagésima Primera Legislatura y del **Grupo Parlamentario del Partido Acción Nacional**, con fundamento en lo que disponen los artículos 61 de la **Constitución Política del Estado Libre y Soberano de San Luis Potosí**; 130 y 131 de la **Ley Orgánica del Poder Legislativo del Estado**; y 61, 62, 65 y 66 del **Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso del Estado**, elevo a la digna consideración de esta Soberanía, la presente **Iniciativa con Proyecto de Decreto** que tiene como objetivo **REFORMAR** las fracciones I, II, y III; **ADICIONAR** fracción V; y **REORDENAR** todas las del artículo 196 del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso del Estado de San Luis Potosí, con el objetivo de **ampliar las atribuciones de la Coordinación de Comunicación Social del Congreso para que, bajo instrucciones y lineamientos establecidos por la Directiva del Congreso, establezca una política de comunicación institucional del Poder Legislativo.** Sustento lo anterior en la siguiente:

#### **EXPOSICIÓN DE MOTIVOS**

De acuerdo al artículo 196 del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso del Estado de San Luis Potosí, le corresponde a la Coordinación de Comunicación Social:

- I. Bajo las instrucciones de la Directiva del Congreso, la difusión de las actividades



*"2016, Año de Rafael Nieto Compeán, promotor del sufragio femenino y la autonomía universitaria".*

institucionales del Congreso en los medios de comunicación;

- II. La difusión de la legislación del Estado;
- III. La edición bimestral impresa de la Gaceta Parlamentaria; y
- IV. El apoyo en las relaciones públicas del Congreso.

Como se puede apreciar, en las atribuciones de la Coordinación de Comunicación Social, se abarcan los criterios de comunicación que el Congreso del Estado ha de seguir ante la ciudadanía y ante las instituciones públicas. Ahora bien, es necesario apreciar la importancia de la comunicación como una herramienta para poder mejorar la imagen institucional de esta Soberanía y fomentar un mejor acercamiento con los ciudadanos.

Los profesionales de la comunicación (un área que tiene varias aplicaciones), han captado las dinámicas que se dan en el ámbito que nos compete dentro del concepto de comunicación institucional, que puede definirse como:

*"El tipo de comunicación realizada de modo organizado por una institución o sus representantes, y dirigida a las personas y grupos del entorno social en el que desarrolla su actividad. Tiene como objetivo establecer relaciones de calidad entre la institución y los públicos con quienes se relaciona, adquiriendo una notoriedad social e imagen pública adecuada a sus fines y actividades." Así mismo, este tipo de comunicación es altamente dinámica ya que "tiene un carácter dialógico porque busca relacionarse con la sociedad en la que está presente, contribuyendo al bien común a través de sus fines específicos."*



*"2016, Año de Rafael Nieto Compeán, promotor del sufragio femenino y la autonomía universitaria".*"

En ese contexto, la comunicación se vuelve parte esencial de la relación entre la institución y la sociedad así como un área de responsabilidad, puesto que *"no puede separarse la identidad de una institución, sus valores, del modo de comunicar. Su identidad debe estar en armonía con el contenido, con el modo y con la finalidad de su comunicación. Las instituciones son responsables de sus acciones ante la sociedad y su comunicación debe tener muy en cuenta esa responsabilidad."*<sup>1</sup>

En este sentido, y de acuerdo a los expertos, no es posible desdeñar la comunicación institucional como un elemento superficial, sino que, por el contrario, influye en las percepciones y en la credibilidad que se formen y se mantengan sobre una institución:

*"Según el comunicólogo y consultor europeo Joan Costa, la imagen pública de las empresas e instituciones no es producto exclusivamente de sus mensajes visuales, sino de un conjunto de percepciones y sensaciones diversas; la organización es la generadora y gestora de su propia imagen, que irradia hacia los distintos públicos. Lo comunicado y lo hecho deberían constituir una unidad inseparable; lo contrario deviene en una pérdida de credibilidad de la organización, valor cuya recuperación es muy difícil y muy costosa."*<sup>2</sup>

En virtud de lo anterior, la conducción de la comunicación institucional del Congreso del Estado es un tema que reviste de la mayor importancia.

---

<sup>1</sup> <http://www.umaza.edu.ar/nota-presentacion-de-comunicacion-institucional> consultado el 8 de noviembre 2016

<sup>2</sup> "El modelo de la comunicación institucional de Joan Costa, y su aplicación en las organizaciones argentinas". en: Reflexión Académica en Diseño y Comunicación Nº VII. Pp. 220.



*“2016, Año de Rafael Nieto Compeán, promotor del sufragio femenino y la autonomía universitaria”.*”

Por tal razón, esta propuesta considera necesario establecer cauces para la conducción de una política de comunicación institucional; ampliando y apoyando en la legislación el desempeño del área de Comunicación Social, teniendo como objetivo el desarrollo de una política de comunicación institucional.

Desde la perspectiva del derecho comparado, se realizó un contraste entre la legislación local y las de otras entidades federativas del país, como las de Hidalgo, Guanajuato, Nuevo León, Michoacán, Nayarit, Puebla, Quintana Roo y Zacatecas, y a través de ese ejercicio, fue posible encontrar distintas áreas y temas que se podrían fortalecer en la comunicación social del Congreso del Estado de San Luis Potosí, como son: difusión social, imagen institucional y planeación y programación. Por esa razón, propongo incluir tales elementos en las atribuciones de la Coordinación de Comunicación Social del Congreso del Estado por medio de una reforma al artículo 196 del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso del Estado de San Luis Potosí.

Primero, la importancia del tema de difusión social para el Poder Legislativo es clave, ya que es del todo necesario que la ciudadanía conozca las leyes vigentes que afectan sus actividades y su vida cotidiana, de hecho, de acuerdo a la autora Carmen Jerez, *“la publicidad es un elemento esencial de la norma jurídica, pues (...) está en la base del principio según el cual la ignorancia de las leyes no excusa de su cumplimiento”*.

Además en la actualidad, refiriéndose a las posibilidades de los medios electrónicos, *“la sociedad de la información*



*“2016, Año de Rafael Nieto Compeán, promotor del sufragio femenino y la autonomía universitaria”.*”

*cuenta con las mejores herramientas para hacer posibles las aspiraciones de publicidad y ordenación normativa propias de los juristas de todos los tiempos, la publicación de las normas y la adecuada difusión del conocimiento de las mismas cuentan hoy con los mejores medios.”*

A este respecto, Constituciones de habla hispana como las de Perú y de España, consideran el principio de publicidad de las normas como una de las bases para un Estado Democrático de Derecho.<sup>3</sup>

Además de que en la actualidad ese principio, *“amplía su ámbito: de la publicación oficial (aspecto formal), a la política de difusión eficaz del conocimiento de las normas (aspecto sustantivo)”*<sup>4</sup>

Aunque en nuestra Carta Magna no se considera expresamente ese principio, debemos contemplar su potencial sustantivo para conformar una política de difusión de las normas, siendo ese el sentido de la reforma y la adición que se proponen respectivamente para las fracciones II y V del artículo en comento.

Actualmente la fracción II, establece la atribución de la Coordinación de Comunicación Social para realizar la difusión de la legislación del Estado; se propone que dicha fracción II pase a ser la III y quede de la siguiente manera:

---

<sup>3</sup>Resolución N.º 02050-2002-AA/TC, del Tribunal Constitucional de Perú. [http://www.tc.gob.pe/jurisprudencia\\_sistematizada/jurisprudencia\\_constitucional/2551.html](http://www.tc.gob.pe/jurisprudencia_sistematizada/jurisprudencia_constitucional/2551.html) consultado el 28 de octubre 2016

<sup>4</sup> Citas de: Jerez Delgado, Carmen. “Publicidad de las normas y técnica legislativa en la sociedad de la información.” En: Anuario de derecho civil, ISSN 0210-301X, Vol. 58, Nº 2, 2005. Pp. 775, 778.



*"2016, Año de Rafael Nieto Compeán, promotor del sufragio femenino y la autonomía universitaria".*

**III. Bajo criterios de atención a las necesidades y problemáticas sociales de la entidad, realizar la difusión de la legislación del Estado, tanto en sus aspectos generales como específicos, mediante campañas en los medios disponibles.**

El propósito es que se difunda la existencia y conocimiento de los ordenamientos en general, así como de artículos específicos que puedan ser de interés para la ciudadanía, debido a sus implicaciones prácticas, mediante campañas en los medios disponibles.

La difusión social también se expresa en la adición propuesta para la fracción V, que establecería como nueva atribución de la Coordinación:

**V. Promover y publicitar las publicaciones de textos, tanto electrónicos como físicos, del Congreso del Estado**

Esto con la finalidad de difundir entre los ciudadanos otros aspectos de las actividades institucionales del Congreso, como sus contribuciones a la investigación de temas de la entidad, así como al conocimiento de la dimensión social, política, jurídica e histórica de la legislación local; y otros temas abarcados en esas publicaciones.

En segundo término se propone abarcar el tema de imagen institucional, que de ninguna manera es ajeno al ámbito público, por ejemplo el gobierno del Estado Plurinacional de Bolivia la define como:

*"El conjunto de elementos que identifican y distinguen a una empresa, institución u organización, como pueden ser las marcas, logotipos, impresos, colores, uniformes, etc.*



*“2016, Año de Rafael Nieto Compeán, promotor del sufragio femenino y la autonomía universitaria”.*”

*(...) es su carta de presentación, su cara frente a la sociedad; de esta identidad dependerá su imagen pública.”<sup>5</sup>*

Si bien, en el Congreso del Estado, ciertamente existe una conducción de los aspectos que integran su imagen pública, se considera indispensable incluir lo relativo al tema en el Reglamento en cuestión, para dar reconocimiento y cauce a tales actividades así como para actualizar nuestra normativa respecto a otras legislaciones en el país; al tiempo que se sigue el sentido y organización básica del artículo reformado.

Por lo tanto la fracción I quedaría de la siguiente manera:

I. Bajo los lineamientos establecidos por la Directiva del Congreso, **realizar** la difusión de las actividades institucionales del Congreso en los medios de comunicación; **procurando mantener la buena imagen institucional, y conduciéndose con criterios de pluralidad, objetividad, imparcialidad y acercamiento a la ciudadanía;**

Esta reforma aspira a establecer los marcos para la conformación de una política de comunicación institucional, pero estaría incompleta sin la etapa de diseño y planeación de un programa de imagen y comunicación institucional, que exprese de modo sustantivo los principios contenidos en la reforma propuesta para la fracción I; por eso, se propone reformar la fracción II, con una atribución para la Coordinación de Comunicación Social:

---

<sup>5</sup> <http://www.abc.gob.bo/imagen-institucional-0> consultado el 4 de noviembre 2016



*“2016, Año de Rafael Nieto Compeán, promotor del sufragio femenino y la autonomía universitaria”.*”

**II. Atendiendo las instrucciones de la Directiva del Congreso, y con el objetivo de conformar una política de comunicación institucional, diseñar y ejecutar el programa de imagen institucional del Congreso del Estado y el programa general de comunicación social del Congreso del Estado.**

La política de comunicación institucional quedaría bajo las instrucciones de la Directiva, en armonía con la primera fracción vigente. La programación y planeación en la comunicación del Poder Legislativo es un tema recurrente en las legislaciones de las entidades de México, y sin embargo no está presente en la normativa potosina, de manera que también se trata de una actualización.

Finalmente, la conformación de una política de comunicación institucional de parte del Poder Legislativo es una gran oportunidad para mejorar los términos de la relación de esta Soberanía con las ciudadanas y ciudadanos; por medio del desarrollo de la difusión social, de la imagen institucional y de la conformación de planes para ese propósito, sería posible acercar aspectos específicos de la legislación a los ciudadanos, difundir las actividades que se desarrollan en el Poder Legislativo, trabajar para mejorar la percepción que se tiene del Congreso y apegar los criterios de la comunicación a los principios institucionales de pluralidad y a la cercanía y utilidad para la ciudadanía. Con base en los motivos expuestos presento a consideración de este honorable pleno, el siguiente:

**PROYECTO DE DECRETO**



*“2016, Año de Rafael Nieto Compeán, promotor del sufragio femenino y la autonomía universitaria”.*”

ÚNICO. Se REFORMAN las fracciones I, II, y III; se ADICIONA fracción V; y se REORDENAN todas las del artículo 196 del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso del Estado de San Luis Potosí, para quedar como sigue:

**REGLAMENTO PARA EL GOBIERNO INTERIOR  
DEL CONGRESO DEL ESTADO DE SAN LUIS  
POTOSI**

**TITULO DECIMO**

**DE LOS ORGANOS TECNICOS, ADMINISTRATIVOS Y DE APOYO**

**CAPITULO X**

**DE LA COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

ARTICULO 196. Corresponde a la Coordinación de Comunicación Social:

- I. Bajo los lineamientos que le establezca la Directiva del Congreso, realizar la difusión de las actividades institucionales del Congreso en los medios de comunicación; procurando mantener la buena imagen institucional, y conduciéndose con criterios de pluralidad, objetividad, imparcialidad y acercamiento a la ciudadanía;
- II. Atendiendo las instrucciones de la Directiva del Congreso, y con el objetivo de conformar una política de comunicación institucional, diseñar y ejecutar el Programa de Imagen Institucional del Congreso del Estado, y el Programa General de Comunicación Social del Congreso del Estado;
- III. Bajo criterios de atención a las necesidades y problemáticas sociales de la entidad, realizar la difusión de la legislación del Estado, tanto en sus aspectos generales como específicos, mediante campañas en los medios disponibles;



*"2016, Año de Rafael Nieto Compeán, promotor del sufragio femenino y la autonomía universitaria".*

- IV. La edición bimestral impresa de la Gaceta Parlamentaria;
- V. Promover y publicitar las publicaciones de textos, tanto electrónicos como físicos, del Congreso del Estado; y
- VI. El apoyo en las relaciones públicas del Congreso.

#### TRANSITORIOS

**PRIMERO.** Este decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Periódico Oficial del Gobierno Estado "Plan de San Luis".

**SEGUNDO.** Se derogan todas aquellas disposiciones legales que se opongan al presente decreto.

ATENTAMENTE

JOSEFINA SALAZAR BÁEZ

Diputada Local

Grupo Parlamentario del Partido Acción Nacional

004721