

## ANÁLISIS TÉCNICO PRELIMINAR

No. Expediente: 2038-IPO2-16

### I.- DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA INICIATIVA

<b>1. Nombre de la Iniciativa.</b>	Que expide la Ley General de Propaganda Gubernamental y Comunicación Social, Reglamentaria del Artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; y reforma el artículo 1o. de la Ley de Fiscalización y Rendición de Cuentas de la Federación.
<b>2. Tema de la Iniciativa.</b>	Gobernación.
<b>3. Nombre de quien presenta la Iniciativa.</b>	Dip. Isaura Ivanova Pool Pech.
<b>4. Grupo Parlamentario del Partido Político al que pertenece.</b>	PRD.
<b>5. Fecha de presentación ante el Pleno de la Cámara.</b>	22 de noviembre de 2016.
<b>6. Fecha de publicación en la Gaceta Parlamentaria.</b>	13 de septiembre de 2016.
<b>7. Turno a Comisión.</b>	Unidas de Gobernación y de Transparencia y Anticorrupción, con opinión de Presupuesto y Cuenta Pública.

### II.- SINOPSIS

Crear un ordenamiento jurídico con el objeto de regular, fiscalizar y vigilar la asignación y contenidos de la comunicación gubernamental, que realicen las dependencias y entidades públicas de los tres órdenes de gobierno. Elaborar el programa anual de propaganda gubernamental de cada entidad y dependencia.

### **III.- ANÁLISIS DE CONSTITUCIONALIDAD.**

El derecho de iniciativa se fundamenta en la fracción II del artículo 71 y la facultad del Congreso de la Unión para legislar en la materia se sustenta en las fracciones XXIV y XXX del artículo 73, en relación con los artículos 74 fracciones II y VI, y 79, todos de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

### **IV.- ANÁLISIS DE TÉCNICA LEGISLATIVA**

En la parte relativa al texto legal que se propone, se sugiere lo siguiente:

- Incluir el fundamento legal en que se sustenta la facultad del Congreso para legislar en la materia de que se trata.

La iniciativa cumple en general con los requisitos formales que se exigen en la práctica parlamentaria y que son los siguientes:

Ser formulada por escrito, tener un título, contener el nombre y firma de la persona que presenta la iniciativa, una parte expositiva de motivos, el texto legal que se propone, el artículo transitorio que señala la entrada en vigor, la fecha de elaboración y ser publicada en la Gaceta Parlamentaria.

<b>V.- CUADRO COMPARATIVO DEL TEXTO VIGENTE Y DEL TEXTO QUE SE PROPONE</b>	
<b>TEXTO VIGENTE</b>	<b>TEXTO QUE SE PROPONE</b>
<p><b>Iniciativa con proyecto de Decreto por el que se expide la Ley General de Propaganda Gubernamental y Comunicación Social, Reglamentaria del Artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y se adiciona la Ley de Fiscalización y Rendición de Cuentas de la Federación</b></p> <p><b>Artículo Primero.</b> Se expide la Ley General de Propaganda Gubernamental y Comunicación Social Reglamentaria del Artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en los siguientes términos:</p> <p style="text-align: center;"><b>Ley General de Propaganda Gubernamental y Comunicación Social</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>No se realiza cuadro comparativo por tratarse de un nuevo ordenamiento, sin correlativo vigente.</u></li> </ul>	
<p><b>Ley de Fiscalización y Rendición de Cuentas de la Federación</b></p> <p><b>Artículo 1.-</b> La presente Ley es de orden público y tiene por objeto reglamentar los artículos 73 fracción XXIV, 74, fracciones II y VI, y 79 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en materia de revisión y fiscalización de:</p> <p><b>I. ...</b></p> <p><b>II. ...</b></p> <p><b>III. ...</b></p> <p><b>IV. ...</b></p> <p>...</p>	<p><b>Artículo Segundo.</b> Se adicionan tres párrafos al artículo 1º de la Ley de Fiscalización y Rendición de Cuentas de la Federación para quedar como sigue:</p> <p><b>Artículo 1. ...</b></p> <p><b>I. ...</b></p> <p><b>II. ...</b></p> <p><b>III. ...</b></p> <p><b>IV. ...</b></p> <p>...</p>



...

No tiene correlativo

...

La Auditoría Superior de la Federación, fiscalizará directamente los recursos federales que administren o ejerzan los estados, los municipios, la Ciudad de México y los órganos político-administrativos de sus demarcaciones territoriales por concepto de propaganda y comunicación social conforme a la ley de la materia.

En los términos que establezca esta ley fiscalizará, en coordinación con las entidades locales de fiscalización o de manera directa, las participaciones federales o bien en el caso de las entidades federativas y de los municipios cuyos recursos cuenten con la garantía de la Federación, el destino y ejercicio de los recursos correspondientes que hayan ejercido de manera directa o indirecta los gobiernos locales que se hayan destinado para gasto de propaganda y comunicación social conforme a la ley de la materia.

Asimismo, también fiscalizará los recursos federales que se destinen y se ejerzan por cualquier entidad, persona física o moral, pública o privada, y los transferidos a fideicomisos, fondos y mandatos, públicos y privados, o cualquier otra figura jurídica, de conformidad con los procedimientos establecidos en esta ley que se hayan utilizado con el propósito de invertirse directa o indirectamente en medios de propaganda o comunicación social conforme a la ley de la materia.



CÁMARA DE DIPUTADOS  
LXIII LEGISLATURA

DIRECCIÓN GENERAL DE APOYO PARLAMENTARIO  
DIRECCIÓN DE APOYO A COMISIONES  
SUBDIRECCIÓN DE APOYO TÉCNICO-JURÍDICO A COMISIONES

**Transitorios**

**Primero.** La presente ley entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

**Segundo.** La Auditoría Superior de la Federación y la Secretaría de Gobernación establecerán y publicarán los nuevos requisitos y disposiciones a la que deberán ajustarse las políticas de contratación y políticas de propaganda gubernamental, dentro de los 90 días siguientes a la entrada en vigor del presente decreto, en tanto, se mantendrán vigentes las disposiciones anteriores y mantendrán debidamente actualizado el Padrón de Medios de Comunicación.

**Tercero.** La Auditoría Superior de la Federación deberá emitir los criterios relativos a la revisión y fiscalización de la comunicación gubernamental y comunicación social, en un plazo no mayor de 100 días naturales, contado a partir de la entrada en vigor del presente decreto.

JJRP