

## ANÁLISIS TÉCNICO PRELIMINAR

No. Expediente: 1258-2CP1-16

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

<b>1. Nombre de la Iniciativa.</b>	Que reforma el artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, se deroga el artículo 242 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales y se reforma el artículo 28 de la Ley General de Desarrollo Social, en materia de publicidad gubernamental.
<b>2. Tema de la Iniciativa.</b>	Gobernación.
<b>3. Nombre de quien presenta la Iniciativa.</b>	Dip. Clemente Castañeda Hoeflich.
<b>4. Grupo Parlamentario del Partido Político al que pertenece.</b>	Movimiento Ciudadano.
<b>5. Fecha de presentación ante el Pleno de la Comisión Permanente.</b>	18 de mayo de 2016.
<b>6. Fecha de publicación en la Gaceta Parlamentaria.</b>	23 de mayo de 2016.
<b>7. Turno a Comisión.</b>	Puntos Constitucionales.

### II.- SINOPSIS

Crear el Instituto Nacional de Comunicación y Publicidad Gubernamental, con el objeto de regular y supervisar los contenidos en materia de publicidad gubernamental, así como de las erogaciones derivadas de los servicios de publicidad y de comunicación social.

### **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 siguientes fracciones del artículo 73: XXX en relación con el artículo 135 para la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; XXX en relación con el artículo 41 por los que hace a la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales; y, XXX en relación con los artículos 4º, párrafo 1º y 25, párrafo primero para la Ley General de Desarrollo Social, 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.



**V.- CUADRO COMPARATIVO DEL TEXTO VIGENTE Y DEL TEXTO QUE SE PROPONE**

**TEXTO VIGENTE**

**TEXTO QUE SE PROPONE**

**CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS  
ESTADOS UNIDOS MEXICANOS**

**DECRETO**

**Que reforma el artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, se deroga el artículo 242 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales y se reforma el artículo 28 de la Ley General de Desarrollo Social, en materia de publicidad gubernamental.**

**ARTÍCULO PRIMERO.-** Se reforma octavo párrafo, se adicionan los párrafos noveno, décimo y onceavo, recorriéndose y modificándose el párrafo que anteriormente ocupaba la posición novena del artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, para quedar como sigue:

**Artículo 134. ...**

**Artículo 134. [...]**

...

[...]

...

[...]

...

[...]

...

[...]

...

[...]

...

[...]

**La propaganda, bajo cualquier modalidad de comunicación social,**

**Queda prohibida la propaganda, bajo cualquier modalidad de**



que difundan como tales, los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, deberá *tener* carácter *institucional* y *finés informativos, educativos* o de orientación social. En ningún caso esta propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público.

No tiene correlativo

comunicación social, que difundan como tales, los poderes públicos, los órganos autónomos, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, **exceptuando aquella en materia de salud, protección civil y turismo, la cual** deberá ser de carácter **informativo**, o de orientación social. En ningún caso esta propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público.

**Para garantizar el cumplimiento de estas disposiciones se crea el Instituto Nacional de Comunicación y Publicidad Gubernamental, el cual es un órgano autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propio, que tiene por objeto la regulación y supervisión de los contenidos en materia de publicidad gubernamental, así como de las erogaciones derivadas de los servicios de publicidad y comunicación social.**

**El Instituto Nacional de Comunicación y Publicidad Gubernamental será independiente en sus decisiones y funcionamiento, profesional en su desempeño e imparcial en sus actuaciones, y tendrá las siguientes atribuciones:**

**I. Emitir los lineamientos generales para todos los niveles de gobierno en materia de gasto, contenido y características de la publicidad gubernamental;**

**II. Vigilar el destino de los recursos asignados para Servicios de Comunicación Social y Publicidad;**

**III. Garantizar la máxima transparencia de la información sobre las erogaciones generadas por servicios de comunicación**

No tiene correlativo

social y publicidad bajo los principios establecidos en la ley en la materia;

IV. Promover las sanciones correspondientes a los servidores públicos que hagan mal uso de la publicidad gubernamental o de los recursos públicos destinados a ella;

V. Administrar el Padrón Nacional de Medios de Comunicación;

VI. Emitir los lineamientos generales para la asignación de contratos por servicios de comunicación social y publicidad;

VII. Dirigir a las instituciones públicas recomendaciones sobre los topes máximos de gasto en publicidad;

VIII. Recibir y atender las quejas y denuncias ciudadanas que se presenten por el mal uso de la publicidad gubernamental; y

IX. Las demás que determine la ley.

El Instituto Nacional de Comunicación y Publicidad Gubernamental estará integrado por 5 consejeros ciudadanos designados por la Cámara de Diputados a partir de una convocatoria pública. Dichos consejeros deberán tener experiencia en el ámbito de la comunicación, ya sea en el académico, social o privado. El nombramiento de los Consejeros deberá seguir un proceso de evaluación de conocimientos y audiencias públicas, conforme a la legislación en la materia.

Las leyes, en sus respectivos ámbitos de aplicación, garantizarán

Las leyes, en sus respectivos ámbitos de aplicación, garantizarán



<p>el estricto cumplimiento de lo previsto en los <i>dos</i> párrafos <i>anteriores</i>, incluyendo el régimen de sanciones a que haya lugar.</p>	<p>el estricto cumplimiento de lo previsto en los párrafos <b>séptimo y octavo del presente artículo</b>, incluyendo el régimen de sanciones a que haya lugar.</p>
<p style="text-align: center;"><b>LEY GENERAL DE INSTITUCIONES Y PROCEDIMIENTOS ELECTORALES</b></p> <p><b>Artículo 242.</b></p> <p><b>1. a 4. ...</b></p> <p><i>5. Para los efectos de lo dispuesto por el párrafo octavo del artículo 134 de la Constitución, el informe anual de labores o gestión de los servidores públicos, así como los mensajes que para darlos a conocer se difundan en los medios de comunicación social, no serán considerados como propaganda, siempre que la difusión se limite a una vez al año en estaciones y canales con cobertura regional correspondiente al ámbito geográfico 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. En ningún caso la difusión de tales informes podrá tener fines electorales, ni realizarse dentro del periodo de campaña electoral.</i></p>	<p><b>ARTÍCULO SEGUNDO.-</b> Se deroga el numeral 5 del artículo 242 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, para quedar como sigue:</p> <p><b>Artículo 242.</b></p> <p><b>1. a 4.[...]</b></p> <p><b>5.Se deroga</b></p>
<p style="text-align: center;"><b>LEY GENERAL DE DESARROLLO SOCIAL</b></p> <p><b>Artículo 28.</b> La publicidad y la información relativa a los programas de desarrollo social <i>deberán identificarse con el Escudo Nacional en los términos que establece la ley</i></p>	<p><b>ARTÍCULO TERCERO.-</b> Se reforma el artículo 28 de la Ley General de Desarrollo Social, para quedar como sigue:</p> <p><b>Artículo 28.</b> La publicidad y <b>propaganda</b> relativa a los programas sociales <b>deberá apegarse a los lineamientos que establezca el Instituto Nacional de Comunicación y Publicidad</b></p>



CÁMARA DE DIPUTADOS  
LXIII LEGISLATURA

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

*correspondiente e incluir la siguiente leyenda: "Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos al desarrollo social".*

**Gubernamental.**

**TRANSITORIOS**

**PRIMERO.-** El presente decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

**SEGUNDO.-** El Congreso de la Unión tendrá un plazo de 90 días contados a partir de la publicación del presente decreto, para emitir la Ley General de Publicidad Gubernamental.

**TERCERO.-** La Cámara de Diputados contará con un plazo de 90 días a partir de la publicación del presente decreto, para emitir la convocatoria correspondiente a la selección de los Consejeros Ciudadanos del Instituto Nacional de Comunicación y Publicidad Gubernamental.

JJRP