



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

Diario de los Debates

ÓRGANO OFICIAL DE LA CÁMARA DE DIPUTADOS
DEL CONGRESO DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

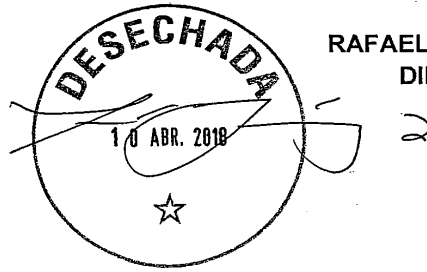
Segundo Periodo de Sesiones Ordinarias del Tercer Año de Ejercicio

Director General de Crónica y Gaceta Parlamentaria Gilberto Becerril Olivares	Presidente Diputado Edgar Romo García	Directora del Diario de los Debates Eugenia García Gómez
Año III	Ciudad de México, martes 10 de abril de 2018	Sesión 21 Anexo I

SUMARIO

Reservas al dictamen de la Comisión de Gobernación, con proyecto de decreto por el que se expide la Ley General de Comunicación Social.

-Grupo Parlamentario del Partido de la Revolución Democrática	3
-Grupo Parlamentario de Morena	16
-Grupo Parlamentario del Partido Verde Ecologista de México	73
-Grupo Parlamentario de Movimiento Ciudadano	74
-Grupo Parlamentario del Partido Encuentro Social	112




RAFAEL HERNÁNDEZ SORIANO
DIPUTADO FEDERAL

PRD
9

Palacio Legislativo de San Lázaro, 10 de abril de 2018.

Dip. Edgar Romo García
Presidente de la Mesa Directiva
Cámara de Diputados
Presente

Con fundamento en lo dispuesto por los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, el suscrito Dip. Rafael Hernández Soriano, integrante del Grupo Parlamentario del Partido de la Revolución Democrática, somete a la consideración del Pleno de esta Soberanía, **LA ADICIÓN DEL ARTÍCULO 38 BIS AL DICTAMEN DE LA COMISIÓN DE GOBERNACIÓN CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**, para quedar como sigue:

TEXTO DEL DICTAMEN	MODIFICACIÓN PROPUESTA
<p>Sin correlativo</p> 	<p>Artículo 38 Bis. La Auditoría Superior de la Federación tendrá las facultades siguientes:</p> <p>I. Recibir de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal los apartados relativos a la propaganda gubernamental contenidos en sus proyectos de programa anual de trabajo y emitir las observaciones que considere pertinentes para garantizar su apego a los principios y disposiciones de la presente Ley, conforme a los lineamientos que emita con oportunidad;</p> <p>II. Recibir del Ejecutivo, en forma oportuna, el proyecto de Programa Anual de Propaganda de la Administración Pública Federal y emitir las observaciones que considere pertinentes para garantizar su apego a los principios y disposiciones de la presente ley, en forma previa a la</p>

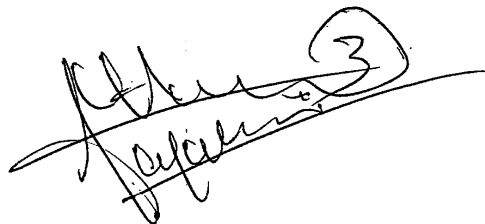
Edgar A
10 Abr. 18
12:10

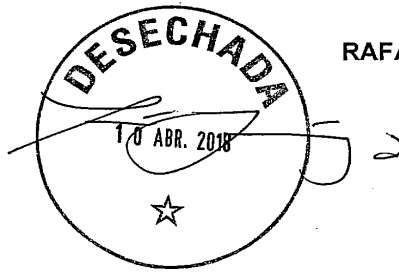


**RAFAEL HERNÁNDEZ SORIANO
DIPUTADO FEDERAL**

	<p>remisión a la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión del proyecto de Presupuesto de Egresos de la Federación para el ejercicio correspondiente;</p> <p>III. Vigilar el estricto cumplimiento del Programa Anual de Propaganda de la Administración Pública Federal y de los programas anuales en la ejecución de la propaganda gubernamental;</p> <p>IV. Ordenar a los sujetos obligados la modificación o el retiro, según corresponda, de la propaganda que no cumpla con las disposiciones de la presente ley, y</p> <p>V. Las demás que se establezcan en esta ley.</p>
--	--

Suscribe,





RAFAEL HERNÁNDEZ SORIANO
DIPUTADO FEDERAL

10
PRD

Palacio Legislativo de San Lázaro, 10 de abril de 2018.

Dip. Edgar Romo García
Presidente de la Mesa Directiva
Cámara de Diputados
Presente



Con fundamento en lo dispuesto por los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, el suscrito Dip. Rafael Hernández Soriano, integrante del Grupo Parlamentario del Partido de la Revolución Democrática, somete a la consideración del Pleno de esta Soberanía, **LA MODIFICACIÓN DE LOS ARTÍCULOS 4 FRACCIÓN VII, 35, 36 Y 37 DEL DICTAMEN DE LA COMISIÓN DE GOBERNACIÓN CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**, para quedar como sigue:

TEXTO DEL DICTAMEN	MODIFICACIÓN PROPUESTA
<p>Artículo 4.- Para los efectos de esta Ley, se entenderá por:</p> <p>...</p> <p>VII. Padrón: El Padrón Nacional de Medios de Comunicación;</p> <p>Artículo 35.- Los Medios de Comunicación que pretendan participar en la contratación de Comunicación Social a que se refiere la presente Ley, deberán estar inscritos previamente en el Padrón Nacional de Medios de Comunicación, a cargo de la Secretaría de Gobernación.</p> <p>La información contenida en el Padrón Nacional de Medios de Comunicación será pública y accesible a distancia.</p>	<p>Artículo 4.- Para los efectos de esta Ley, se entenderá por:</p> <p>...</p> <p>VII. Padrón: El Padrón Nacional de Prestadores de Servicio de Publicidad y Comunicación;</p> <p>Artículo 35. El Padrón Nacional de Prestadores de Servicio de Publicidad y Comunicación será un sistema informativo de carácter público, administrado por la Auditoría Superior de la Federación, que contendrá el registro de medios de comunicación y agencias de publicidad, con residencia en el territorio nacional o en el extranjero, que prestan servicios de producción y difusión de propaganda gubernamental dentro del territorio nacional o bien que su trabajo tenga efectos dentro del mismo.</p>

Edgar A
10 Dic 18
12:10



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

RAFAEL HERNÁNDEZ SORIANO
DIPUTADO FEDERAL

El órgano competente de las entidades federativas elaborará y administrará los Padrones de Prestadores de Servicio de Publicidad y Comunicación en el ámbito de su competencia. Dichas autoridades locales podrán convenir con la Auditoría Superior de la Federación la coordinación en la elaboración de los padrones a efecto de mantener formatos y criterios unificados.

Las autoridades de las entidades federativas no podrán adquirir la difusión de propaganda de alcances regionales o nacionales.

Los medios de comunicación que no estén debidamente registrados en el padrón que corresponda no podrán ser considerados para contratar la realización de propaganda gubernamental federal o local.

El Padrón Nacional y los padrones de las entidades federativas contendrán las tarifas bajo las cuáles ofertarán sus servicios los medios de comunicación. Los sujetos obligados no podrán adquirir servicios a tarifas distintas a las registradas.

A efecto de privilegiar el principio de máxima publicidad, los contenidos de los padrones se mantendrán accesibles a todo ciudadano en el portal de internet de la Secretaría de Gobernación y de la Auditoría Superior de la Federación y de la

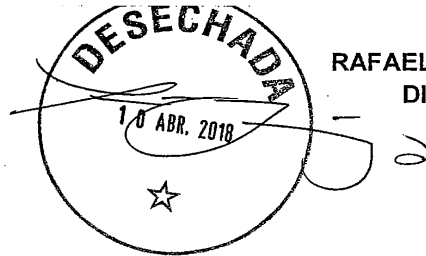


CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

RAFAEL HERNÁNDEZ SORIANO
DIPUTADO FEDERAL

<p>Artículo 36.- El empadronamiento de los Medios de Comunicación en ningún caso, por ese solo hecho, implicará la obligación de contratación por parte de los Entes Públicos.</p> <p>Artículo 37.- La Secretaría de Gobernación llevará a cabo la organización del Padrón, de conformidad con los lineamientos que para tal efecto expida.</p>	<p>dependencia competente de cada una de las entidades federativas, según corresponda.</p> <p>Se elimina</p> <p>Se elimina</p>
---	---

Suscribe,



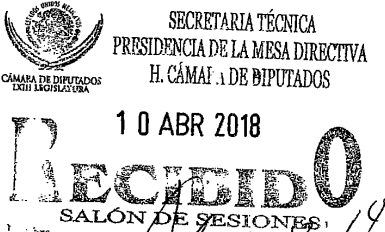
RAFAEL HERNÁNDEZ SORIANO
DIPUTADO FEDERAL

11
PRD

Palacio Legislativo de San Lázaro, 10 de abril de 2018.

Dip. Edgar Romo García
Presidente de la Mesa Directiva
Cámara de Diputados
Presente

Con fundamento en lo dispuesto por los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, el suscrito Dip. Rafael Hernández Soriano, integrante del Grupo Parlamentario del Partido de la Revolución Democrática, somete a la consideración del Pleno de esta Soberanía, **LA ADICIÓN DE LOS ARTÍCULOS 22 BIS Y 22 TER, AL DICTAMEN DE LA COMISIÓN DE GOBERNACIÓN CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**, para quedar como sigue:

TEXTO DEL DICTAMEN	MODIFICACIÓN PROPUESTA
<p>Sin correlativo</p>	<p>Artículo 22 Bis. Se crea el Instituto de Comunicación y Publicidad Gubernamental, como un órgano desconcentrado de la Secretaría de Gobernación, con personalidad jurídica y patrimonio propios, 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.</p>
<p>Sin correlativo</p> 	<p>Artículo 22 Ter. El Instituto de Comunicación y Publicidad Gubernamental administrará los tiempos oficiales en Radio y Televisión, con la debida fiscalización y vigilancia por parte de la Auditoría Superior de la Federación, exceptuando aquellos que corresponden al Instituto Nacional Electoral, de conformidad con lo previsto en la presente ley, la legislación en</p>

Edgar A
10 Abr 18
12:17



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

RAFAEL HERNÁNDEZ SORIANO
DIPUTADO FEDERAL

	materia de telecomunicaciones y radiodifusión y las demás disposiciones jurídicas aplicables.
--	---

Suscribe,

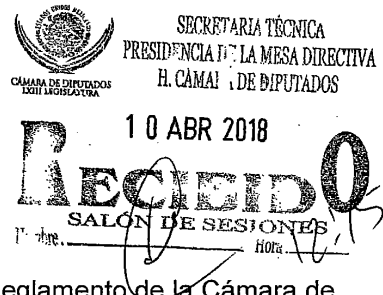


RAFAEL HERNÁNDEZ SORIANO
DIPUTADO FEDERAL

12
PRD

Palacio Legislativo de San Lázaro, 10 de abril de 2018.

Dip. Edgar Romo García
Presidente de la Mesa Directiva
Cámara de Diputados
Presente



Con fundamento en lo dispuesto por los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, el suscrito Dip. Rafael Hernández Soriano, integrante del Grupo Parlamentario del Partido de la Revolución Democrática, somete a la consideración del Pleno de esta Soberanía, **LA ADICIÓN DE LOS ARTÍCULOS 30 BIS, 30 TER, 30 QUÁTER Y 30 QUINTUS, AL DICTAMEN DE LA COMISIÓN DE GOBERNACIÓN CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**, para quedar como sigue:

TEXTO DEL DICTAMEN	MODIFICACIÓN PROPUESTA
Sin correlativo	<p>Artículo 30 Bis. El Presupuestos de Egresos de la Federación y los presupuestos de egresos de las entidades federativas consignarán en un apartado específico el gasto asignado para propaganda gubernamental totalizado para la administración pública y desglosado por cada dependencia, órgano y entidad, así como en apartados específicos para los Poderes Legislativo y Judicial y los organismos autónomos de ambos niveles de gobierno y los municipios y demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, en el caso de los presupuestos locales.</p>

Edgar R
10 Abr. 18
12:17



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

RAFAEL HERNÁNDEZ SORIANO
DIPUTADO FEDERAL

<p>Sin correlativo</p>	<p>Artículo 30 Ter. El gasto anual en propaganda gubernamental no deberá exceder del cero punto cero tres por ciento del gasto corriente aprobado en el presupuesto para el ejercicio fiscal correspondiente a la Administración Pública Federal o local, y en particular, a cada ejecutor de gasto, tanto de la federación como en las entidades federativas. Tampoco podrá destinarse el gasto de inversión en propaganda gubernamental.</p> <p>El mismo monto máximo y restricción aplicarán a los presupuestos de egresos de los Poderes Legislativo y Judicial y de los órganos autónomos en ambos niveles de gobierno, así como de los municipios y demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, en el caso de los presupuestos locales.</p>
<p>Sin correlativo</p>	<p>Artículo 30 Quáter. Ningún medio de comunicación podrá recibir más de diez por ciento de la inversión anual en comunicación gubernamental. Ningún medio de comunicación podrá ser adjudicatario de un porcentaje mayor al veinte por ciento de la totalidad de la pauta oficial prevista para una campaña. Ningún medio de comunicación podrá ser adjudicatario del diez por ciento del presupuesto destinado a una clase de medios de comunicación o podrá obtener más de 40 por ciento de sus ingresos por concepto de comunicación gubernamental durante más de 3 años consecutivos.</p>

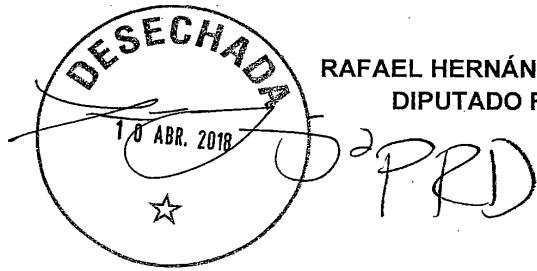


CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

RAFAEL HERNÁNDEZ SORIANO
DIPUTADO FEDERAL

<p>Sin correlativo</p>	<p>Artículo 30 Quintus. Se prohíbe la asignación de la comunicación gubernamental a medios de comunicación cuyos titulares fuesen funcionarios públicos o candidatos a cargos de elección popular, nacionales, estatales o municipales o tengan conflicto de interés dentro del medio de las comunicaciones.</p>
-------------------------------	---

Suscribe,



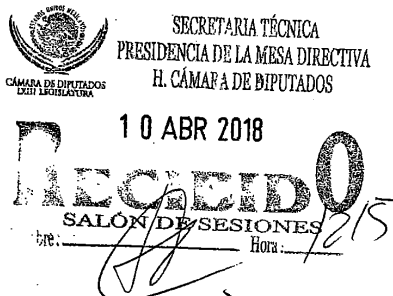
RAFAEL HERNÁNDEZ SORIANO
DIPUTADO FEDERAL

13

Palacio Legislativo de San Lázaro, 10 de abril de 2018.

Dip. Edgar Romo García
Presidente de la Mesa Directiva
Cámara de Diputados
Presente

Con fundamento en lo dispuesto por los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, el suscrito Dip. Rafael Hernández Soriano, integrante del Grupo Parlamentario del Partido de la Revolución Democrática, somete a la consideración del Pleno de esta Soberanía, **LA ADICIÓN DE LOS ARTÍCULOS 20 BIS Y 20 TER, AL DICTAMEN DE LA COMISIÓN DE GOBERNACIÓN CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**, para quedar como sigue:

TEXTO DEL DICTAMEN	MODIFICACIÓN PROPUESTA
<p>Sin correlativo</p> 	<p>Artículo 20 Bis. Los sujetos obligados no podrán realizar ampliaciones o trasposos de recursos de otros capítulos o conceptos de gasto al concepto de gasto correspondiente a la propaganda gubernamental, ni incrementar dichos conceptos de gasto, salvo en un límite de dos por ciento del total programado para realizar exclusivamente las adecuaciones derivadas del ajuste en las tarifas de contratación, y sean debidamente fundadas y motivadas, haciéndolo del conocimiento de la Auditoría Superior de la Federación tal decisión.</p> <p>Lo anterior, con excepción de las ampliaciones o incrementos presupuestales requeridos para hacer frente estrictamente a los casos a que se</p>

Edgar R
10 Abr 18
12:17



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

RAFAEL HERNÁNDEZ SORIANO
DIPUTADO FEDERAL

	<p>refieren los casos de emergencia señalados en esta ley.</p> <p>Artículo 20 Ter. Los sujetos obligados no podrán destinar los recursos derivados de donaciones, créditos, patrocinios o recursos de terceros para pagar servicios relacionados con la propaganda gubernamental.</p> <p>Tampoco podrán convenir el pago de créditos fiscales, ni de cualquier otra obligación de pago a su favor a través de la prestación de servicios de publicidad, impresiones, inserciones y demás relativos a las actividades de propaganda gubernamental.</p>
--	--

Suscribe,



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

Grupo Parlamentario del PRD

14
PRD

Palacio Legislativo de San Lázaro, 10 de abril de 2018.

Dip. Edgar Romo García,
Presidente de la Mesa Directiva
de la Cámara de Diputados.
P r e s e n t e.



Con fundamento en lo dispuesto por los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, el suscrito **Dip. Eduardo Villafuerte García**, integrante del **Grupo Parlamentario del Partido de la Revolución Democrática**, someto a consideración del Pleno de esta Soberanía **la reforma del artículo 21, del Dictamen de la Comisión de Gobernación con Proyecto de Decreto por el que se expide la Ley General de Comunicación Social**, para quedar como sigue:

Texto del dictamen Capítulo IV	Modificación propuesta Capítulo IV
<p>De la difusión de la Comunicación Social durante los procesos electorales</p> <p>Artículo 21.- Durante el tiempo que comprendan las campañas electorales federales y locales, y hasta la conclusión de la respectiva jornada comicial, deberá suspenderse la difusión de toda campaña de Comunicación Social en los Medios de Comunicación.</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>I. a IV. ...</p> <p>...</p>	<p>De la difusión de la Comunicación Social durante los procesos electorales</p> <p>Artículo 21.- Durante el tiempo que comprendan las precampañas, el periodo de intercampañas y las campañas electorales federales y locales, y hasta la conclusión de la respectiva jornada comicial, deberá suspenderse la difusión de toda campaña de Comunicación Social en los Medios de Comunicación.</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>I. a IV. ...</p> <p>...</p>

Edgari A
10 Abr 18
12:17

SECRETARÍA TÉCNICA
PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA
H. CÁMARA DE DIPUTADOS
10 ABR 2018
RESIDIDO
SALÓN DE SESIONES
Hora: 12:17

Suscribe,

Dip. Eduardo Villafuerte García.



Virgilio Caballero
MORENA

1

Palacio Legislativo de San Lázaro, 10 de abril de 2018.

DIP. EDGAR ROMO GARCÍA
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA DE LA
CÁMARA DE DIPUTADOS DEL
CONGRESO DE LA UNIÓN
LXIII LEGISLATURA



PRESENTE

Quien suscribe, Diputado Virgilio Dante Caballero Pedraza, integrante del Grupo Parlamentario de MORENA, con fundamento en los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, solicita someter a la consideración del Pleno la reserva mediante la cual se adiciona el Título VI Del Consejo Consultivo para la Evaluación y Seguimiento de la Comunicación Social y la Publicidad Oficial, con los artículos 46, 47 y 48, al Dictamen con Proyecto de Decreto por el que se expide la Ley General de Comunicación Social, que presenta la Comisión de Gobernación, para quedar como sigue:

Dictamen	Propuesta de modificación
<p>Sin correlativo</p> <p>SECRETARÍA TÉCNICA PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA H. CÁMARA DE DIPUTADOS</p> <p>10 ABR 2018</p>	<p>Título VI</p> <p>Del Consejo Consultivo para la Evaluación y Seguimiento de la Comunicación Social y la Publicidad Oficial</p> <p>Artículo 46. La Cámara de Diputados convocará a foros públicos en los que se invitará a periodistas, académicos, editores, representantes de universidades, medios sociales, organismos civiles dedicados al estudio de los medios de comunicación, la libertad de expresión y los derechos humanos con el fin de conformar un Consejo Consultivo Ciudadano para la Evaluación y Seguimiento de la Publicidad</p>

Edgar D
10 Abr 18
11:55



RECIBIDO
SALÓN DE SESIONES
Nombre: [Signature] Hora: 11:55



	<p>Oficial, y proveerá de financiamiento para su operación.</p> <p>El Consejo trabajará en coordinación con la Secretaría y la Auditoría como un órgano plural de representación social.</p> <p>El Consejo tendrá autonomía técnica y de gestión, será conformado por quince personas de amplio y reconocido prestigio profesional, en el campo de los medios de comunicación y radios comunitarias, designadas por las dos terceras partes de los diputados presentes en la Cámara de Diputados, durarán en su cargo tres años y podrán ser reelectos por una ocasión más; garantizarán independencia, imparcialidad, objetividad, equidad y transparencia en los procedimientos del Consejo y en sus decisiones.</p> <p>El cargo es a título honorífico y no genera relación laboral alguna; su actuación y participación es de carácter personal y, por lo tanto, intransferible; las instituciones que los hayan propuesto no ejercerán en ellos representación alguna.</p> <p>Las sesiones y los procedimientos ante el Consejo serán públicos.</p>
--	--



<p><i>Sin correlativo</i></p>	<p>Artículo 47. Los candidatos a consejeros serán seleccionados por la Secretaría en consulta con la Comisión de Vigilancia de la Auditoría Superior de la Federación de la Cámara de Diputados, a propuesta de instituciones académicas, organizaciones civiles u otras de comprobada trayectoria y amplio reconocimiento, cuyas actividades y objetivos profesionales se relacionen principalmente con la comunicación social. La Secretaría proporcionará el apoyo administrativo y logístico necesario para que el Consejo pueda desarrollar sus funciones.</p>
<p><i>Sin correlativo</i></p>	<p>Artículo 48. El Consejo tendrá las siguientes funciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Aprobar los lineamientos generales expedidos por la Secretaría, que normarán con fundamento en esta Ley los procedimientos para la planeación, asignación, registro, autorización, coordinación, supervisión, difusión y evaluación de la publicidad oficial y la comunicación social; II. Evaluación y seguimiento del gasto ejercido por los sujetos obligados en materia de comunicación social y publicidad, así como emitir observaciones y propuestas a la Secretaría; III. Emitir informes semestrales de carácter público sobre el cumplimiento de la presente ley y los trabajos desarrollados durante el año; IV. Recibir, analizar y dar trámite o seguimiento a las denuncias que se reciban en torno a la comunicación gubernamental o iniciar por iniciativa



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

	<p>propia el proceso de evaluación o denuncia;</p> <p>V. Ser órgano de consulta para la Secretaría en asuntos relacionados con la comunicación social, publicidad oficial y tiempos del Estado;</p> <p>VI. Requerir a la Secretaría de Gobernación cualquier tipo de información sobre las funciones que esa dependencia desempeña en el cumplimiento de los objetivos de esta ley;</p> <p>VII. Conocer de los procedimientos y de la aplicación de sanciones en los casos que determina esta ley;</p> <p>VIII. Proponer la aplicación de sanciones en caso de incumplimiento de la ley,</p> <p>IX. Proponer a la Secretaría la sanción o suspensión de una campaña de comunicación social y publicidad por violaciones a la presente ley.</p> <p>X. Dar seguimiento a la utilización de los tiempos fiscales, así como a la reasignación de estos tiempos cuando no hubieren sido utilizados con oportunidad o se encuentren subutilizados, de conformidad con las disposiciones generales que al efecto se emitan.</p> <p>XI. Prestar asistencia técnica y evaluación de las Estrategias, Programas y las Campañas de Comunicación Social de las dependencias y entidades de la administración pública, a fin de que se lleven a cabo bajo los principios a los que se hace referencia en esta Ley.</p> <p>XII. 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 bajo los principios a los que se hace referencia en esta Ley.</p>
--	---



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

	<p>XIII. Tener registro de las campañas que cada dependencia y entidad prevé realizar, las vigencias generales, los montos del techo presupuestal y la inversión que representaría en el marco de su programación.</p> <p>XIV. Recibir los informes a que se refiere el artículo 33 de esta Ley.</p> <p>XV. Llevar un registro de las quejas que se presenten ante autoridad competente por hechos que pudieran construir responsabilidades administrativas o las denuncias o querellas ante el agente del Ministerio Público</p> <p>XVI. Proponer medidas preventivas tendientes a evitar infracciones a esta ley.</p>
--	---

ATENTAMENTE

Diputado Virgilio Dante Caballero Pedraza



Virgilio Caballero
MORENA

2

Palacio Legislativo de San Lázaro, 10 de abril de 2018.

DIP. EDGAR ROMO GARCÍA
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA DE LA
CÁMARA DE DIPUTADOS DEL
CONGRESO DE LA UNIÓN
LXIII LEGISLATURA



PRESENTE

Quien suscribe, Diputado Virgilio Dante Caballero Pedraza, integrante del Grupo Parlamentario de MORENA, con fundamento en los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, solicita someter a la consideración del Pleno las **reservas a los artículos 8, 9, 10, 11 y 12; se modifica la denominación del título II De la Comunicación Social de los Entes Públicos, así como del Capítulo I De las Reglas de la Comunicación Social y se adicionan los artículos 8 bis y 8 ter del Dictamen con Proyecto de Decreto por el que se expide la Ley General de Comunicación Social, que presenta la Comisión de Gobernación, para quedar como sigue:**

Edgar R
10 ABR 18
11:55

Dictamen	Propuesta de modificación
<p>Título II De la Comunicación Social de los Entes Públicos Capítulo I De las Reglas de la Comunicación Social</p> <p>Artículo 8.- Las campañas de Comunicación Social, deberán:</p> <p>I. Promover la difusión y conocimiento de los valores, principios y derechos constitucionales;</p> <p>II. Promover campañas de turismo, educación, salud y protección civil, entre otras;</p>	<p>Título II De la Comunicación Social y la publicidad oficial de los Entes Públicos Capítulo I De las Reglas de la Comunicación Social y la publicidad oficial</p> <p>Artículo 8. El contenido de la publicidad oficial y la comunicación social deberá ser claro, objetivo, veraz, oportuno, neutral, sin sesgos o juicios de valor, necesario, útil y relevante para la población nacional o sector de la misma a la que se dirige, con fines informativos, educativos o de orientación social.</p>



SECRETARÍA TÉCNICA
PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA
H. CÁMARA DE DIPUTADOS

10 ABR 2018

RECIBIDO
SALÓN DE SESIONES



<p>III. Informar a los ciudadanos de sus derechos y obligaciones legales, de aspectos relevantes del funcionamiento de los sujetos obligados, y de las condiciones de acceso y uso de los espacios y servicios públicos;</p> <p>IV. Cumplir con las obligaciones que en materia electoral establezca la legislación aplicable;</p> <p>V. Anunciar medidas preventivas de riesgos o que contribuyan a la eliminación de daños de cualquier naturaleza para la salud de las personas o el equilibrio ecológico y protección al ambiente, así como en materia de protección civil;</p> <p>VI. Difundir las lenguas nacionales y el patrimonio histórico de la nación;</p> <p>VII. Comunicar programas y actuaciones públicas; y</p> <p>VIII. Otros establecidos en las leyes.</p>	<p>En ningún caso la publicidad oficial incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público ni de partido político alguno.</p> <p>Artículo 8 bis. El contenido de la publicidad oficial se regirá por los principios de:</p> <p>I. Interés y utilidad pública, II. Equidad e igualdad entre hombres y mujeres, el mensaje será con apego a la perspectiva de género, III. No discriminación, IV. Inclusión social V. Pertinencia cultural. En comunidades indígenas, la publicidad oficial se difundirá en la lengua o las lenguas correspondientes o si así es requerido por los medios de comunicación o concesionarios sociales, VI. Pluralidad en la información, VII. Claridad en el mensaje</p> <p>Artículo 8 ter. Los sujetos obligados sólo podrán contratar publicidad cuyos objetivos sean:</p> <p>I. Transmitir información que afecte directamente a la ciudadanía, relacionada con:</p> <p>a) Sus derechos y obligaciones;</p> <p>b) El acceso a servicios públicos;</p>
--	--



	<p>c) La prevención o medidas extraordinarias ante fenómenos naturales o sociales que pongan en riesgo la integridad, la salud o la seguridad de las personas;</p> <p>II. Informar de las funciones, políticas públicas y programas sociales que proporcionan las instituciones del Estado y sujetos obligados,</p> <p>III. Difundir el contenido de disposiciones jurídicas, políticas, programas, servicios e iniciativas gubernamentales, así como las leyes, reglamentos y decretos aprobados y publicados, que respondan a las preguntas: qué, quién, cómo, dónde, por qué, para qué y para quiénes.</p> <p>IV. Apoyar a los mexicanos en el extranjero, tanto en la protección y defensa de sus derechos humanos, como en las actividades económicas que desarrollen,</p> <p>V. Promover los fines educativos a que alude el artículo 3o. de la Constitución.</p> <p>VI. Respetar la pluralidad de la nación mexicana en cuanto a su composición étnica, diversidad cultural, religiosa, lingüística, sexual y de género, así como su riqueza geográfica.</p> <p>VII. Fomentar la igualdad entre hombres y mujeres, así como el respeto, la armonía, la paz social y la cultura de paz entre la población.</p> <p>VII. Debe transmitirse en versiones y formatos accesibles para las personas con discapacidad,</p>
--	---



	<p>o con capacidades auditivas o visuales diferentes, y</p> <p>IX. Difundirse en la lengua o lenguas correspondientes con las comunidades indígenas a las que se dirige y cuyo contenido afecta e impacta.</p>
--	--

Dictamen	Propuesta de modificación
<p>Artículo 9.- Además de lo previsto en el artículo 21 de esta Ley, no se podrán difundir Campañas de Comunicación Social, cuyos contenidos:</p> <ul style="list-style-type: none"> I. Tengan por finalidad destacar, de manera personalizada, nombres, imágenes, voces o símbolos de cualquier servidor público, con excepción de lo previsto en el artículo 14; II. Incluyan mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los valores, principios y derechos constitucionales; III. Inciten, de forma directa o indirecta, a la violencia o a comportamientos contrarios al ordenamiento jurídico, y <p>Induzcan a la confusión con los símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes empleadas por cualquier organización política o social.</p>	<p>Artículo 9. En la publicidad oficial y comunicación social queda prohibido el contenido utilizado para:</p> <ul style="list-style-type: none"> I. Promover logros de funcionarios e instituciones públicas. II. Incluir nombre, imagen, voz de cualquier persona física o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público. III. Omitir el logotipo y nombre de la institución de Estado que paga el mensaje o anuncio publicitario, IV. Contratar todo texto, reportaje, nota o inserción o gacetilla periodística, frase, diálogo o cualquier tipo de mensaje en cualquier producción o programa radiofónico, televisivo y publicación en prensa escrita o de Internet que no contenga el logotipo, nombre de la institución de Estado o sujeto obligado y la aclaración de que es publicidad oficial gratuita o pagada. V. Mensajes de comunicación social o publicidad oficial que se presenten en el desarrollo del programa a través de los mismos conductores,



	<p>intérpretes, artistas o cualesquiera otros participantes en el programa.</p> <p>VI. Injuriar, calumniar, desprestigiar a cualquier persona o sector de la sociedad mexicana en el ámbito político, social, económico o cultural y a cualquiera de los sujetos obligados;</p> <p>VII. Hacer proselitismo directo o indirecto en favor de algún partido político, dirigente partidista, precandidato, candidato a puesto de elección popular o servidor público,</p> <p>VIII. Discriminar por cualquier razón o contrario a los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en tratados internacionales en la materia.</p>
--	--

Dictamen	Propuesta de modificación
<p>Artículo 10.- Por ningún motivo el contenido de la Comunicación Social que difundan los Entes Públicos podrá incluir mensajes que impliquen un ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público.</p>	<p>Artículo 10.- Por ningún motivo el contenido de la Comunicación Social y la publicidad oficial que difundan los Entes Públicos podrá incluir mensajes que impliquen un ataque a la vida privada o a los derechos de terceros, provoque algún delito o perturbe el orden público.</p> <p>Queda prohibido también el uso de la publicidad oficial y comunicación social para:</p> <p>I. Presionar, castigar, premiar o privilegiar a comunicadores y periodistas y a los medios de comunicación en función de sus líneas de investigación periodística,</p>



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

	<p>filosofía editorial y línea informativa;</p> <p>II. Otorgar subsidios encubiertos que beneficien, directa o indirectamente a los medios de comunicación, o a cualquier persona física relacionada con las empresas periodísticas.</p> <p>III. Introducir publicidad encubierta en informativos, programas, telenovelas, noticieros y todo producto de comunicación, y</p> <p>Realizar donaciones o cualquier contratación a título gratuito que realicen los sujetos obligados a los medios de comunicación.</p>
--	---

Dictamen	Propuesta de modificación
<p>Artículo 11.- La Comunicación Social que difundan programas que otorguen subsidios o beneficios directos a la población, deberán incluir de manera visible o audible, la siguiente leyenda <i>“Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el programa”</i>.</p> <p>Para lo anterior, deberán considerarse las características de cada Medio de Comunicación. En los casos de los programas de desarrollo social únicamente deberá incluirse la leyenda establecida en el artículo 28 de la Ley General de Desarrollo Social.</p> <p>En ningún caso los partidos políticos podrán emplear o referir estos programas en su propaganda o Comunicación Social.</p>	<p>Artículo 11.- Toda Comunicación Social y publicidad oficial debe ser siempre identificable por el lector, transeúnte, auditor, usuario de internet, televidente y radioescucha, y debe diferenciarse de los contenidos editoriales.</p> <p>Para lo anterior, deberán considerarse las características de cada Medio de Comunicación. En los casos de los programas de desarrollo social únicamente deberá incluirse la leyenda establecida en el artículo 28 de la Ley General de Desarrollo Social.</p> <p>En ningún caso los partidos políticos podrán emplear o referir estos programas en su propaganda o Comunicación Social.</p>



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

Dictamen	Propuesta de modificación
<p>Artículo 12.- Se procurará que las campañas de Comunicación Social se transmitan en versiones y formatos accesibles para personas con capacidades diferentes.</p> <p>Las campañas de Comunicación Social deberán considerar el uso de la Lengua de Señas Mexicanas por medio de un intérprete, subtítulo; así como de textos o tecnologías que permitan el acceso a los contenidos de Comunicación Social en televisión a las personas con discapacidad auditiva.</p> <p>En comunidades indígenas, se procurará que las campañas de comunicación social se difundan en la lengua o las lenguas correspondientes.</p>	<p>Artículo 12.- Las campañas de Comunicación Social y la publicidad oficial se transmitirán en versiones y formatos accesibles para personas con discapacidad.</p> <p>Las campañas de Comunicación Social y la publicidad oficial deben hacer uso de la Lengua de Señas Mexicanas por medio de un intérprete, subtítulo; así como de textos o tecnologías que permitan el acceso a los contenidos de Comunicación Social en televisión a las personas con discapacidad auditiva.</p> <p>En comunidades indígenas, las campañas de comunicación social se difundirán en la lengua o las lenguas correspondientes atendiendo a la pertinencia cultural.</p>

ATENTAMENTE

Diputado Virgilio Dante Caballero Pedraza



Virgilio Caballero
MORENA

3

Palacio Legislativo de San Lázaro, 10 de abril de 2018.

DIP. EDGAR ROMO GARCÍA
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA DE LA
CÁMARA DE DIPUTADOS DEL
CONGRESO DE LA UNIÓN
LXIII LEGISLATURA



PRESENTE

Quien suscribe, Diputado Virgilio Dante Caballero Pedraza, integrante del Grupo Parlamentario de MORENA, con fundamento en los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, solicita someter a la consideración del Pleno las reservas a los artículos 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7, y se adiciona el artículo 2 bis, del Dictamen con Proyecto de Decreto por el que se expide la Ley General de Comunicación Social, que presenta la Comisión de Gobernación, para quedar como sigue:

Edgar A
10 Abr 18
12:00

Dictamen	Propuesta de modificación
<p>Título I Disposiciones Generales Capítulo Único</p> <p>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, bajo cualquier modalidad de Comunicación Social.</p>	<p>Título I Disposiciones Generales Capítulo Único</p> <p>Artículo 1. La presente Ley es de orden público e interés social, reglamentaria de los artículos 6, 7 y de los párrafos séptimo, octavo y noveno del artículo 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en materia de publicidad oficial y comunicación social que realizan los entes públicos de los tres órdenes de gobierno.</p>



SECRETARÍA TÉCNICA
PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA
H. CÁMARA DE DIPUTADOS

10 ABR 2018

RECIBIDO
SALÓN DE SESIONES

11:50 1



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

Dictamen	Propuesta de modificación
<p>Artículo 2.- La presente Ley tiene por objeto establecer las normas a que deberán sujetarse los Entes Públicos a fin de garantizar que el gasto en Comunicación Social cumpla con los criterios de eficiencia, eficacia, economía, transparencia y honradez, y respete los topes presupuestales, límites y condiciones de ejercicio que establezcan los presupuestos de egresos respectivos.</p>	<p>Artículo 2. Tiene por objeto proteger la libertad de expresión, el derecho a ser informados con pluralidad, evitar la censura previa, directa o indirecta a medios de comunicación, de conformidad con los tratados internacionales en la materia.</p> <p>Para tal efecto es también objeto de esta ley regular la programación, asignación y el ejercicio del gasto destinado a la producción, distribución, contratación y contenidos de la comunicación social y publicidad que realizan los entes públicos a través de cualquier medio de comunicación tales como prensa escrita, televisión, radio, Internet, cinemas y en vías públicas.</p> <p>Artículo 2 bis. Son objetivos de esta ley:</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Establecer los principios que debe regir la comunicación social y la publicidad oficial para cumplir con el interés público y social que coadyuve con la vida democrática del país; II. Determinar las características del contenido de la comunicación social y publicidad oficial a fin de que comunique a los entes públicos con la población y se cumpla el derecho a la información; III. Establecer las prohibiciones para el contenido de la comunicación social y la publicidad oficial; IV. Establecer los lineamientos para la programación, distribución,



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

	<p>asignación y ejercicio del presupuesto en comunicación social y publicidad oficial de los entes públicos, bajo los principios de transparencia, máxima publicidad y rendición de cuentas;</p> <p>V. Impedir el uso de los recursos públicos destinados a la comunicación social y publicidad oficial como mecanismo de censura o premio a comunicadores y medios de comunicación por sus líneas editoriales;</p> <p>VI. Establecer los criterios para la administración de los tiempos de estado y fiscales en radio y televisión, entre las instituciones a que se refiere la presente ley bajo los principios de equidad, objetividad, imparcialidad y transparencia;</p> <p>VII. Crear el Consejo Consultivo para la Evaluación y Seguimiento de la Comunicación Social y Publicidad Oficial.</p> <p>VIII. Establecer como principal medio de control del cumplimiento de la Ley responsabilidades y sanciones a quienes la incumplan.</p>
--	--

Dictamen	Propuesta de modificación
<p>Artículo 3.- Son sujetos obligados al cumplimiento de lo dispuesto en esta Ley, los poderes públicos, los órganos a los que la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos dota de autonomía, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente público de los tres órdenes de gobierno.</p>	<p>Artículo 3. Son sujetos obligados los entes públicos federales, locales y autónomos del Estado en sus órdenes federal, estatal, municipal y de alcaldías, y los servidores públicos que prestan sus servicios a éstos que ejerzan recursos públicos en el rubro de comunicación social y/o por concepto de publicidad oficial. Mismos que se encuentran</p>



	<p>obligados a cumplir las normas establecidas en esta ley y deben rendir cuentas sobre contenidos, asignación, distribución, programación, contratación, transparencia, control y evaluación de la comunicación social y publicidad oficial en cualquier medio de comunicación impreso, electrónico, en Internet o en vía pública.</p>
--	---

Dictamen	Propuesta de modificación
<p>Artículo 4.- Para los efectos de esta Ley, se entenderá por:</p> <ul style="list-style-type: none"> I. Campañas de Comunicación Social: Aquellas que difunden el quehacer gubernamental, acciones o logros de Gobierno o estimulan acciones de la ciudadanía para acceder a algún beneficio o servicio público. II. Coemisión de Campaña: Es la difusión de una campaña de Comunicación Social en la que participan con presupuesto de manera coordinada dos o más Entes Públicos que tienen temas afines o líneas de acción compartidas; III. Entes Públicos: En singular o plural, los poderes de la Federación, de las Entidades Federativas; los municipios y las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, así 	<p>Artículo 4.- Para los efectos de esta Ley, se entenderá por:</p> <ul style="list-style-type: none"> I. <i>Auditoría.</i> Auditoría Superior de la Federación. II. <i>Campañas de Comunicación Social:</i> Aquellas que difunden el quehacer gubernamental, informan sobre los derechos y obligaciones de la población o fomentan la participación de la ciudadanía para acceder a algún beneficio o servicio público. III. <i>Coemisión de Campaña:</i> Es la difusión de una campaña de Comunicación Social y publicidad oficial en la que participan con presupuesto de manera coordinada dos o más Entes Públicos que tienen temas afines o líneas de acción compartidas;



<p>como los órganos constitucionales autónomos y cualquier otra dependencia o entidad de carácter público;</p> <p>IV. Estrategia anual de comunicación social: Instrumento de planeación que expresa los temas gubernamentales prioritarios a ser difundidos durante el ejercicio fiscal por los Entes Públicos;</p> <p>V. Informe anual de labores o de gestión: Aquél a que se refiere la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales;</p> <p>VI. Medios de Comunicación: Son los que pueden ser captados simultáneamente por gran cantidad de individuos. Se entenderán como tales a los medios electrónicos, medios impresos, medios complementarios, medios digitales y medios públicos;</p> <p>VII. Padrón: El Padrón Nacional de Medios de Comunicación;</p> <p>VIII. Programa Anual de Comunicación Social: Conjunto de campañas de Comunicación Social; derivadas de la Estrategia anual de comunicación social, encaminadas al cumplimiento de las acciones establecidas por el Ente Público que coadyuvarán al logro de sus atribuciones, y que se costean con recursos presupuestarios;</p>	<p>IV. Consejo Consultivo. Consejo Consultivo para la Evaluación y Seguimiento de la publicidad oficial.</p> <p>V. Entes Públicos: En singular o plural, los poderes de la Federación, de las Entidades Federativas; los municipios y las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, así como los órganos constitucionales autónomos y cualquier otra dependencia o entidad de carácter público;</p> <p>VI. Estrategia anual de comunicación social: Instrumento de planeación mensual que expresa los temas gubernamentales prioritarios a ser difundidos durante el ejercicio fiscal por los Entes Públicos;</p> <p>VII. Medios de Comunicación: Son los que pueden ser captados simultáneamente por gran cantidad de individuos. Se entenderán como tales a los medios electrónicos, medios impresos, medios complementarios e intermediarios en redes sociales y plataformas digitales, medios digitales, sociales y públicos, las agencias de comunicación y casas productoras.</p> <p>VIII. Padrón: El Padrón Nacional de Medios de Comunicación;</p> <p>IX. Programa Anual de Comunicación Social: Conjunto de campañas de</p>
---	--



<p>IX. Recursos presupuestarios: Monto total anual disponible para el Ente Público de conformidad con lo previsto en las disposiciones del Presupuesto de Egresos de la Federación y en el de las entidades federativas para el Ejercicio Fiscal correspondiente;</p> <p>X. Secretaría Administradora: La Secretaría de Gobernación y la dependencia o unidad administrativa equivalente en el ámbito de las entidades federativas y los municipios, encargada de regular y administrar el gasto en materia de comunicación social, así como las áreas o unidades administrativas con funciones o atribuciones equivalentes o similares que determinen el resto de los Entes Públicos;</p> <p>XI. Sistema Público: En singular o plural, se refiere al Sistema que es administrado por las Secretarías responsables del control interno de los poderes ejecutivos federal y locales, así como las autoridades que determinen el resto de los Entes Públicos, mediante el cual se registra y se da seguimiento a las erogaciones que realizan las Dependencias y Entidades en materia de comunicación social;</p>	<p>Comunicación Social; derivadas de la Estrategia anual de comunicación social, encaminadas al cumplimiento de las acciones establecidas por el Ente Público que coadyuvarán al logro de sus atribuciones, y que se costean con recursos presupuestarios;</p> <p>X. Publicidad oficial y comunicación social. La publicidad oficial es un canal de comunicación entre el Estado y la población. Se refiere a toda forma de comunicación que realizan los sujetos obligados a través de la asignación, producción, planeación, distribución, contratación y difusión de mensajes en tiempos fiscales y en tiempos del Estado, así como a través de un espacio publicitario gratuito o contratado bajo cualquier modalidad y en cualquier medio de comunicación, en la vía pública, en redes sociales y plataformas digitales,</p> <p>XI. Recursos presupuestarios: Monto total anual disponible para el Ente Público de conformidad con lo previsto en las disposiciones del Presupuesto de Egresos de la Federación y en el de las entidades federativas para el Ejercicio Fiscal correspondiente;</p> <p>XII. Secretaría: La Secretaría de Gobernación y la dependencia</p>
---	---



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

<p>XII. Sistema de Información de Normatividad de Comunicación: Sistema a cargo de la Secretaría Administradora mediante el cual se registran los Programas Anuales de Comunicación Social, a través de formatos preestablecidos y contraseñas de acceso,</p> <p>XIII. Tiempos Comerciales: Corresponde a los espacios de radio y televisión que los Entes Públicos utilizan para la difusión de campañas, de conformidad con el Presupuesto de Egresos correspondiente;</p> <p>XIV. Tiempos de Estado: Las transmisiones gratuitas diarias referidas en los artículos 251 y 252 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radifusión;</p> <p>XV. Tiempos Fiscales: Corresponden al pago en especie del Impuesto federal sobre Servicios Expresamente Declarados de Interés Público por Ley, en los que intervengan Empresas Concesionarias de Bienes del Dominio Directo de la Nación; a través de transmisiones gratuitas en radio y televisión; y</p> <p>XVI. Tiempos Oficiales: Comprende tanto los Tiempos de Estado como los Tiempos Fiscales en radio y televisión.</p>	<p>o unidad administrativa equivalente en el ámbito de las entidades federativas y los municipios, encargada de regular y administrar el gasto en materia de comunicación social, así como las áreas o unidades administrativas con funciones o atribuciones equivalentes o similares que determinen el resto de los Entes Públicos; en conjunto con el Sistema Nacional de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales y el Consejo Consultivo.</p> <p>XIII. Sistema Público: En singular o plural, se refiere al Sistema que es administrado por las Secretarías responsables del control interno de los poderes ejecutivos federal y locales, así como las autoridades que determinen el resto de los Entes Públicos, mediante el cual se registra y se da seguimiento a las erogaciones que realizan las Dependencias y Entidades en materia de comunicación social;</p> <p>XIV. Sistema de Información de Normatividad de Comunicación: Sistema a cargo de la Secretaría Administradora mediante el cual se registran los Programas Anuales de Comunicación Social, a través de formatos</p>
---	--



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

	<p>preestablecidos y contraseñas de acceso,</p> <p>XV. Tiempos Comerciales: Corresponde a los espacios de radio y televisión que los Entes Públicos utilizan para la difusión de campañas, de conformidad con el Presupuesto de Egresos correspondiente;</p> <p>XVI. Tiempos de Estado: Las transmisiones gratuitas diarias referidas en los artículos 251 y 252 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radifusión;</p> <p>XVII. Tiempos Fiscales: Corresponden al pago en especie del Impuesto federal sobre Servicios Expresamente Declarados de Interés Público por Ley, en los que intervengan Empresas Concesionarias de Bienes del Dominio Directo de la Nación; a través de transmisiones gratuitas en radio y televisión, y</p> <p>XVIII. Tiempos Oficiales: Comprende tanto los Tiempos de Estado como los Tiempos Fiscales en radio y televisión.</p>
--	--



Dictamen	Propuesta de modificación
<p>Artículo 5.- En el ejercicio del gasto público en materia de comunicación social, los Entes Públicos deberán observar con los siguientes principios rectores:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) La eficacia, en uso de los recursos públicos; b) La eficiencia, de los recursos públicos destinados a la contratación o gasto de Comunicación Social c) La economía y racionalidad presupuestaria, que comprende la administración prudente de los recursos destinados a la comunicación social; d) La transparencia y máxima publicidad, garantizándose el acceso a toda información relacionada con la contratación y manejo de recursos públicos destinados a la Comunicación Social de los Entes Públicos, conforme a lo dispuesto en la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información 	<p>Artículo 5. Los principios rectores de la publicidad oficial y la comunicación social son:</p> <ul style="list-style-type: none"> a). Eficacia y Eficiencia. La comunicación social y la publicidad oficial deben cumplir con el principio de interés público al menos costo posible, contar con objetivos y metas medibles para la evaluación de los resultados alcanzados. b) La economía y racionalidad presupuestaria, que comprende la administración prudente de los recursos destinados a la comunicación social; c). Transparencia y máxima publicidad. El proceso de programación, asignación, distribución, planeación, producción, contratación, difusión, contenidos, evaluación y los costos de la publicidad y comunicación social es información pública, la cual debe estar sistematizada, en formato comprensible, de fácil acceso a la población en general y disponible en formatos para personas con discapacidad. d). Interés y utilidad públicos. Deben ofrecer información de interés y utilidad públicos para la población, cumplir con fines informativos, educativos y de orientación social, y no debe perseguir fin distinto al de lograr el bienestar en general de la comunidad.



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

<p>Pública y otras disposiciones jurídicas aplicables;</p> <p>e) La honradez, que comprende el manejo de recursos públicos conforme a las leyes y otras disposiciones jurídicas aplicables, que justifique la contratación sujetándose a criterios de calidad cumpliendo los propósitos de la Comunicación Social;</p> <p>f) La objetividad e imparcialidad, que implica que la Comunicación Social en los procesos electorales no debe estar dirigida a influir en la equidad de la competencia entre los partidos políticos, precandidatos y candidatos;</p> <p>g) La institucionalidad, en virtud de sus fines informativos, educativos o de orientación social;</p> <p>h) La necesidad, de comunicar los asuntos públicos a la sociedad para su información y/o atención; y</p> <p>i) La congruencia, entre el contenido del mensaje, el objetivo de comunicación y la población objetivo.</p>	<p>e). Equidad en la distribución. Deben distribuirse entre los medios de comunicación de forma equitativa para fomentar la pluralidad y diversidad de la información. Su asignación no debe obedecer a la línea editorial y no debe afectar su independencia editorial de los medios de comunicación y el ejercicio de las libertades de prensa, información, opinión, expresión y difusión.</p> <p>f). No discriminación. La publicidad oficial y la comunicación social deberá utilizarán lenguas, imágenes y personas que sean representativos de la pluralidad y diversidad</p> <p>g). La objetividad e imparcialidad, que implica que la Comunicación Social no debe estar dirigida a influir en la equidad de la competencia entre los partidos políticos, precandidatos y candidatos;</p> <p>h). La institucionalidad, en virtud de sus fines informativos, educativos o de orientación social;</p> <p>i). La necesidad, de comunicar los asuntos públicos a la sociedad para su información y/o atención; y</p>
--	--



<p>Adicionalmente, deberá contemplar 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.</p>	<p>j). La congruencia, entre el contenido del mensaje, el objetivo de comunicación, la idoneidad del medio y la población objetivo.</p> <p>Adicionalmente, los Entes Públicos deberán contemplar en los lineamientos que emita la Secretaría en acuerdo con el Consejo Consultivo, así como los criterios de selección del medio de comunicación correspondiente, a fin de garantizar el cumplimiento de los principios previstos en el presente artículo.</p> <p>Asimismo, los lineamientos generales para la orientación, planeación, autorización, coordinación, supervisión y evaluación de las estrategias, los programas y campañas de comunicación social y de publicidad oficial son de observancia obligatoria para los sujetos obligados.</p>
--	---

Dictamen	Propuesta de modificación
<p>Artículo 6.- Serán aplicables de manera supletoria, 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 de Fiscalización y Rendición de Cuentas de la Federación y la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública.</p>	<p>Artículo 6.- Serán aplicables de manera supletoria, en lo conducente, las disposiciones contenidas en la Ley de Adquisiciones, Arrendamiento y Servicios del Sector Público, 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.</p>



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

<p>Los Medios de Comunicación tienen garantizado el pleno ejercicio del desarrollo a la libertad de expresión en la contratación y difusión de propaganda gubernamental, en términos de los artículos 6º y 7º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.</p>	<p>Los Medios de Comunicación tienen garantizado el pleno ejercicio de la libertad de expresión en la contratación y difusión de propaganda gubernamental, en términos de los artículos 6º y 7º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y de los tratados internacionales.</p>
--	--

Dictamen	Propuesta de modificación
<p>Artículo 7.- Esta Ley es aplicable a cualquier Campaña de Comunicación Social pagada con recursos públicos, que sea transmitida en el territorio nacional o en el extranjero.</p> <p>Tampoco aplicará esta Ley en aquellas disposiciones normativas, resoluciones y actos administrativos o judiciales y demás información sobre las actuaciones gubernamentales que deban publicarse o difundirse por mandato legal.</p>	<p>Artículo 7. Las normas establecidas en el presente ordenamiento se aplicarán respecto de cualquier modalidad de comunicación social y publicidad contratada con recursos públicos por las instituciones de Estado, sociales o privadas, así como por cualquier otra persona, así sea privada, que destine recursos públicos al pago de publicidad y propaganda gubernamental y tiempos de estado y fiscales a cualquier medio de comunicación utilizado para la difusión de mensajes o imágenes oficiales.</p>

ATENTAMENTE

Diputado Virgilio Dante Caballero Pedraza

4



DIP. ERNESTINA GODOY RAMOS.
SECRETARIA DE LA MESA DIRECTIVA.

CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

Ciudad de México, 10 de abril de 2017.



SECRETARIA TÉCNICA
PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA
H. CÁMARA DE DIPUTADOS

1

DIPUTADO EDGAR ROMO GARCÍA.
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA,
TERCER AÑO DE EJERCICIO,
LXIII LEGISLATURA.
P R E S E N T E.

10 ABR 2018

RECIBIDO
SALÓN DE SESIONES

Quien suscribe, integrante del Grupo Parlamentario de MORENA, con fundamento en los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, someto a la consideración del Pleno las **reservas** al **Dictamen de la Comisión de Gobernación con Proyecto de Decreto por el que se expide la Ley General de Comunicación Social**, en lo particular al **nombre de la Ley**, artículos **3, 4, fracción III, VI, X, XIII, 27, 28 y 31**. para quedar como siguen (se encuentra subrayada, en negritas y cursivas):

DICTAMEN	TEXTO PROPUESTO
<u>LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL.</u>	<u>LEY REGLAMENTARIA DEL PÁRRAFO OCTAVO DEL ARTÍCULO 134 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS.</u>
Artículo 3.- Son sujetos obligados al cumplimiento de lo dispuesto en esta Ley, los poderes públicos, los órganos a los que la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos dota de autonomía, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente público de los tres órdenes de gobierno.	Artículo 3.- Son sujetos obligados al cumplimiento de lo dispuesto en esta Ley, los poderes públicos, los órganos a los que la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos dota de autonomía, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente público de los tres órdenes de gobierno, <i>incluyendo los órganos a los que las Constituciones de las entidades federativas dotan de autonomía.</i>
Artículo 4.- Para los efectos de esta Ley, se entenderá por: I. ... II. ... III. Entes Públicos: En singular o plural, los poderes de la Federación, de las Entidades Federativas; los municipios y las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, así como los órganos constitucionales autónomos y cualquier otra dependencia o entidad de carácter público;	Artículo 4.- Para los efectos de esta Ley, se entenderá por: I. ... II. ... III. Entes Públicos: En singular o plural, los poderes de la Federación, de las Entidades Federativas; los municipios y las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, así como los órganos constitucionales autónomos y cualquier otra dependencia o entidad de carácter público, <i>incluyendo los órganos a los que las Constituciones de las</i>

Elaborado
10 Abr 18
12:00



DIP. ERNESTINA GODOY RAMOS.
SECRETARIA DE LA MESA DIRECTIVA.

<p>IV. ... V. ... VI. Medios de Comunicación: <u>Son los que pueden ser captados simultáneamente por gran cantidad de individuos. Se entenderán como tales a los medios electrónicos, medios impresos, medios complementarios, medios digitales y medios públicos;</u> VII. ... VIII. ... IX. ... X. Secretaría Administradora: La Secretaría de Gobernación y la dependencia o unidad administrativa equivalente en el ámbito de las entidades federativas <u>y los municipios</u>, encargada de regular y administrar el gasto en materia de comunicación social, así como las áreas o unidades administrativas con funciones o atribuciones equivalentes o similares que determinen el resto de los Entes Públicos; XI. ... XII. ... XIII. Tiempos Comerciales: Corresponde a los espacios de radio y televisión que los Entes Públicos <u>utilizan</u> para la difusión de campañas, de conformidad con el Presupuesto de Egresos correspondiente; XIV. ... XV. ... XVI. ...</p>	<p><u>entidades federativas dotan de autonomía.</u> IV. ... V. ... VI. Medios de Comunicación: <u>Instrumentos de transmisión pública de información, como emisoras de radio o televisión, periódicos, internet, así como cualquier medio electrónico o digital;</u> VII. ... VIII. ... IX. ... X. Secretaría Administradora: La Secretaría de Gobernación y la dependencia o unidad administrativa equivalente en el ámbito de las entidades federativas, <u>los municipios y demarcaciones territoriales de la Ciudad de México</u>, encargada de regular y administrar el gasto en materia de comunicación social, así como las áreas o unidades administrativas con funciones o atribuciones equivalentes o similares que determinen el resto de los Entes Públicos; XI. ... XII. ... XIII. Tiempos Comerciales: Corresponde a los espacios de radio y televisión que los Entes Públicos <u>contratan</u> para la difusión de campañas, de conformidad con el Presupuesto de Egresos correspondiente; XIV. ... XV. ... XVI. ...</p>
<p>Artículo 27.- <u>Las dependencias y entidades</u> remitirán sus propuestas de Estrategias, Programas Anuales y respectivas Campañas de Comunicación Social a la Secretaría Administradora, observando los lineamientos que éstas emitan en el marco de sus respectivas competencias y atendiendo aquellos que en materia presupuestal establezca la</p>	<p>Artículo 27.- <u>Los sujetos obligados</u> remitirán sus propuestas de Estrategias, Programas Anuales y respectivas Campañas de Comunicación Social a la Secretaría Administradora, observando los lineamientos que éstas emitan en el marco de sus respectivas competencias y atendiendo aquellos que en materia presupuestal establezca la Secretaría de</p>

2



DIP. ERNESTINA GODOY RAMOS.
SECRETARIA DE LA MESA DIRECTIVA.

<p>Secretaría de Hacienda y Crédito Público o su equivalente en las Entidades Federativas, según corresponda.</p>	<p>Hacienda y Crédito Público o su equivalente en las Entidades Federativas, según corresponda.</p>
<p>Artículo 28.- La Secretaría Administradora deberá tener registro de las campañas que cada <u>dependencia y entidad</u> prevé realizar, las vigencias generales, los montos del techo presupuestal y la inversión que representaría en el marco de su programación.</p>	<p>Artículo 28.- La Secretaría Administradora deberá tener registro de las campañas que cada <u>sujeto obligado</u> prevé realizar, las vigencias generales, los montos del techo presupuestal y la inversión que representaría en el marco de su programación.</p>
<p>Artículo 29.- Una vez autorizada la Estrategia y el Programa Anual conforme al artículo 25 y de acuerdo a las vigencias establecidas en el mismo, <u>las dependencias y entidades</u> deberán presentar ante la Secretaría Administradora, la solicitud de autorización por cada campaña registrada en el Programa.</p> <p>Salvo los mensajes extraordinarios previstos en el Capítulo VI del Título II de esta Ley, la Secretaría Administradora no autorizará solicitudes de campañas que hayan iniciado su difusión, por lo que <u>las dependencias y entidades</u> deben considerar los tiempos del procedimiento de autorización para llevar a cabo la planeación de sus campañas, mismos que se establecerán en los Lineamientos respectivos.</p> <p>...</p> <p>I. ...</p> <p>II. ...</p> <p>III. ...</p>	<p>Artículo 29.- Una vez autorizada la Estrategia y el Programa Anual conforme al artículo 25 y de acuerdo a las vigencias establecidas en el mismo, <u>los sujetos obligados</u> deberán presentar ante la Secretaría Administradora, la solicitud de autorización por cada campaña registrada en el Programa.</p> <p>Salvo los mensajes extraordinarios previstos en el Capítulo VI del Título II de esta Ley, la Secretaría Administradora no autorizará solicitudes de campañas que hayan iniciado su difusión, por lo que <u>los sujetos obligados</u> deben considerar los tiempos del procedimiento de autorización para llevar a cabo la planeación de sus campañas, mismos que se establecerán en los Lineamientos respectivos.</p> <p>...</p> <p>I. ...</p> <p>II. ...</p> <p>III. ...</p>

3


DIP. ERNESTINA GODOY RAMOS.



5

Ciudad de México., 10 de abril de 2018.

DIP. EDGAR ROMO GARCÍA
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA DE LA
CÁMARA DE DIPUTADOS DEL
CONGRESO DE LA UNIÓN
LXIII LEGISLATURA

P R E S E N T E

Quien suscribe, con fundamento en los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, solicita someter a la consideración del Pleno la **reserva a la fracción III del artículo 4º; al párrafo primero de la fracción VIII del artículo 33 y al párrafo segundo del artículo 38 de la Ley General de Comunicación Social**, contenida en el dictamen con Proyecto de Decreto por el que se expide la Ley General de Comunicación Social para quedar como sigue:

Artículo Primero: La Ley General de Comunicación Social

Dictamen	Propuesta de modificación
<p>Artículo 4.- ...</p> <p>I. y II. ...</p> <p>III. Entes Públicos: En singular o plural, los poderes de la Federación, de las Entidades Federativas; los municipios y las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, así como los órganos constitucionales autónomos y cualquier otra dependencia o entidad de carácter público;</p> <p>IV. a XVI. ...</p>	<p>Artículo 4.- ...</p> <p>I. y II. ...</p> <p>III. Entes Públicos: En singular o plural, los poderes de la Federación, de las Entidades Federativas; los municipios y alcaldías de la Ciudad de México, así como los órganos constitucionales autónomos y cualquier otra dependencia o entidad de carácter público;</p> <p>IV. a XVI. ...</p>
<p>Artículo 33.- ...</p> <p>... I. a VIII...</p> <p>Las administraciones públicas de las entidades federativas, de los municipios y de las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, reportarán a través de su Sistema Público la información en los términos del párrafo anterior a la secretaría o unidad de la función pública o control interno que corresponda, en el plazo que prevea la legislación aplicable.</p> <p>... ...</p>	<p>Artículo 33.- ...</p> <p>... I. a VIII</p> <p>Las administraciones públicas de las entidades federativas, de los municipios y alcaldías de la Ciudad de México, reportarán a través de su Sistema Público la información en los términos del párrafo anterior a la secretaría o unidad de la función pública o control interno que corresponda, en el plazo que prevea la legislación aplicable.</p> <p>... ...</p>

El caso A
 10 Abr 18
 12:00



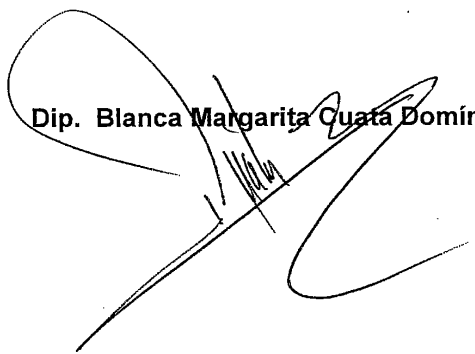
SECRETARÍA TÉCNICA
 PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA
 H. CÁMARA DE DIPUTADOS

10 ABR 2018

RECIBIDO
 SALÓN DE SESIONES 02
 Hora 12:02



<p>Artículo 38.- ...</p> <p>La revisión y fiscalización de los recursos públicos en materia de Comunicación Social de los Entes Públicos de las entidades federativas, los municipios, la Ciudad de México y sus demarkaciones territoriales, se realizará a través de la Contraloría estatal o equivalente en las entidades federativas, en términos de lo dispuesto por la legislación aplicable en cada caso en materia de fiscalización.</p>	<p>Artículo 38.- ...</p> <p>La revisión y fiscalización de los recursos públicos en materia de Comunicación Social de los Entes Públicos de las entidades federativas, los municipios, la Ciudad de México y sus alcaldías, se realizará a través de la Contraloría estatal o equivalente en las entidades federativas, en términos de lo dispuesto por la legislación aplicable en cada caso en materia de fiscalización.</p>
--	--


Dip. Blanca Margarita Quata Domínguez

6



DIP. EDGAR ROMO GARCÍA
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA DE LA
CÁMARA DE DIPUTADOS DEL
CONGRESO DE LA UNIÓN
LXIII LEGISLATURA

Ciudad de México, 10 de abril de 2018.
SECRETARÍA TÉCNICA
PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA
H. CÁMARA DE DIPUTADOS

RECIBIDO
10 ABR 2018
SALÓN DE SESIONES
Nombre: [Handwritten Signature]

PRESENTE

Quien suscribe, con fundamento en los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, solicita someter a la consideración del Pleno la **reserva por la que se modifica el artículo 17 de la Ley General de Comunicación Social**, contenida en el dictamen con Proyecto de Decreto por el que se expide la Ley General de Comunicación Social para quedar como sigue:

Artículo Primero: La Ley General de Comunicación Social

Dictamen	Propuesta de modificación
<p>Artículo 17.- La Secretaría de Gobernación administrará el uso de los Tiempos de Estado y de los Tiempos Fiscales, conforme a lo dispuesto por la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, así como por el Decreto del Presupuesto de Egresos de la Federación del ejercicio fiscal correspondiente, salvo en el caso de los Tiempos Oficiales que en distintos momentos corresponda administrar al Instituto Nacional Electoral, conforme a lo establecido en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y a la legislación de la materia.</p> <p>(Sin Correlativo)</p> <p>La distribución de los Tiempos Fiscales se realizará en la proporción siguiente:</p> <p>I. Cuarenta por ciento al Poder Ejecutivo Federal;</p>	<p>Artículo 17.- La Secretaría de Gobernación administrará el uso de los Tiempos de Estado y de los Tiempos Fiscales, conforme a lo dispuesto por la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, así como por el Decreto del Presupuesto de Egresos de la Federación del ejercicio fiscal correspondiente, salvo en el caso de los Tiempos Oficiales que en distintos momentos corresponda administrar al Instituto Nacional Electoral, conforme a lo establecido en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y a la legislación de la materia.</p> <p>La suma de los recursos que se ejerzan por uso de los Tiempos de Estado y de los Tiempos Fiscales, no podrán exceder por ningún motivo del 0.15% del Presupuesto de Egresos aprobado por la Cámara de Diputados, para el ejercicio fiscal correspondiente, debiendo ser proporcionales a la distribución a que se refiere este artículo.</p> <p>La distribución de los Tiempos del Estado y de los Tiempos Fiscales se realizará en la proporción siguiente:</p> <p>I. Treinta y cinco por ciento al Poder Ejecutivo Federal, del cual deberá priorizar por lo</p>

Edgar A
10 Abr 18
12:05



<p>II. Treinta por ciento al Poder Legislativo Federal, tiempos que se distribuirán en partes iguales a la Cámara de Diputados y a la Cámara de Senadores;</p> <p>III. Diez por ciento al Poder Judicial Federal, y</p> <p>IV. Veinte por ciento a los Entes Autónomos Constitucionales.</p> <p>La Secretaría de Gobernación dará seguimiento a la utilización de los tiempos fiscales. Asimismo, estará facultada para reasignar estos tiempos cuando no hubieren sido utilizados con oportunidad o se encuentren subutilizados, de conformidad con las disposiciones generales que al efecto emita.</p> <p>Las reasignaciones se ajustarán a la proporción prevista en este artículo.</p>	<p>menos el 20% a informar sobre educación, salud, protección civil y seguridad pública.</p> <p>II. Treinta por ciento al Poder Legislativo Federal, tiempos que se distribuirán en partes iguales a la Cámara de Diputados y a la Cámara de Senadores;</p> <p>III. Quince por ciento al Poder Judicial Federal, y</p> <p>IV. Veinte por ciento a los Entes Autónomos Constitucionales.</p> <p>La Secretaría de Gobernación dará seguimiento a la utilización de los tiempos fiscales. Asimismo, estará facultada para reasignar estos tiempos cuando no hubieren sido utilizados con oportunidad o se encuentren subutilizados, de conformidad con las disposiciones generales que al efecto emita.</p> <p>Las reasignaciones se ajustarán a la proporción prevista en este artículo.</p>
--	--

Dip. Blanca Margarita Cuata Domínguez



Grupo Parlamentario de MORENA

MORENA

7



Palacio Legislativo de San Lázaro, 10 de abril de 2018.

Dip. Edgar Romo García
 Presidente de la Mesa Directiva
 Cámara de Diputados
 Presente

Con fundamento en lo dispuesto por los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, la suscrita Dip. Maricela Contreras Julián, integrante del Grupo Parlamentario del Partido de Movimiento de Regeneración Nacional, somete a la consideración del Pleno de esta Soberanía, **LA MODIFICACIÓN DEL ARTÍCULO 5 CONTENIDO EN EL DICTAMEN DE LA COMISIÓN DE GOBERNACIÓN CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**, para quedar como sigue:

TEXTO DEL DICTAMEN	MODIFICACIÓN PROPUESTA
<p>Artículo 5. En el ejercicio del gasto público en materia de comunicación social, los Entes Públicos deberán observar con los siguientes principios rectores:</p> <p>a) La eficacia, en uso de los recursos públicos;</p> <p>b) La eficiencia, de los recursos públicos destinados a la contratación o gasto de Comunicación Social;</p> <p>c) La economía y racionalidad presupuestaria, que comprende la administración prudente de los recursos destinados a la comunicación social;</p> <p>d) La transparencia y máxima publicidad, garantizándose el acceso a toda información relacionada con la contratación y manejo de recursos públicos destinados a la Comunicación Social de los Entes Públicos, conforme a lo dispuesto en la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública y otras disposiciones jurídicas aplicables;</p> <p>e) La honradez, que comprende el manejo de recursos públicos conforme a las leyes y otras disposiciones jurídicas aplicables, que justifique la contratación sujetándose a criterios de calidad cumpliendo los propósitos de la Comunicación Social;</p>	<p>Artículo 5. ...</p> <p>a) a g) ...</p> <div data-bbox="933 1365 1307 1648" style="text-align: right;"> </div>

Edgar A
 10 Abr 18
 12:05



Grupo Parlamentario de MORENA

<p>f) La objetividad e imparcialidad, que implica que la Comunicación Social en los procesos electorales no debe estar dirigida a influir en la equidad de la competencia entre los partidos políticos, precandidatos y candidatos;</p> <p>g) La institucionalidad, en virtud de sus fines informativos, educativos o de orientación social;</p> <p>h) La necesidad, de comunicar los asuntos públicos a la sociedad para su información y/o atención, y</p> <p>i) La congruencia, entre el contenido del mensaje, el objetivo de comunicación y la población objetivo.</p> <p>Adicionalmente, deberá atender al respeto a la libertad de expresión y al fomento del acceso ciudadano a la información; y debe contribuir a fomentar la igualdad entre hombres y mujeres, respetará la diversidad social y cultural de la Nación.</p> <p>La Secretaría Administradora deberá contemplar 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.</p>	<p>h) La necesidad, de comunicar los asuntos públicos a la sociedad para su información y/o atención;</p> <p>i) La congruencia, entre el contenido del mensaje, el objetivo de comunicación y la población objetivo;</p> <p>j) El respeto a libertad de expresión y al fomento del acceso ciudadano a la información, y</p> <p>k) Fomentar la igualdad entre hombres y mujeres, la no discriminación, el respeto la diversidad social y cultural de la Nación, así como la promoción y reconocimiento de los derechos humanos.</p> <p>Adicionalmente, deberá atender al respeto a la libertad de expresión y al fomento del acceso ciudadano a la información; y debe contribuir a fomentar la igualdad entre hombres y mujeres, respetará la diversidad social y cultural de la Nación.</p> <p>....</p>
---	---

Suscribe

Diputada Maricela Conteras Julián



Grupo Parlamentario de MORENA



MORENA

8

Palacio Legislativo de San Lázaro, 10 de abril de 2018.

Dip. Edgar Romo García
 Presidente de la Mesa Directiva
 Cámara de Diputados
 Presente

Con fundamento en lo dispuesto por los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, la suscrita Dip. Maricela Contreras Julián, integrante del Grupo Parlamentario del Partido de Movimiento de Regeneración Nacional, somete a la consideración del Pleno de esta Soberanía, **LA MODIFICACIÓN DEL ARTÍCULO 18 CONTENIDO EN EL DICTAMEN DE LA COMISIÓN DE GOBERNACIÓN CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**, para quedar como sigue:

TEXTO DEL DICTAMEN	MODIFICACIÓN PROPUESTA
<p>Artículo 18.- Los Entes Públicos Federales, podrán destinar recursos presupuestarios para Tiempos Comerciales, siempre y cuando, hayan solicitado los Tiempos Oficiales, y dichos tiempos no estuvieran disponibles en los espacios y tiempos solicitados.</p>	<p>Artículo 18.- ...</p>
<p>El gasto que realicen los Entes Públicos para la difusión de campañas de Comunicación Social deberá sujetarse a lo que establezcan anualmente los presupuestos de egresos respectivos, así como su Programa Anual de Comunicación Social.</p>	<p>...</p>
<p>El gasto al que se refiere el presente artículo no podrá exceder del equivalente al 5 por ciento del presupuesto total de los Entes Públicos y, bajo ninguna circunstancia, se realizarán modificaciones a los recursos aprobados en los presupuestos de egresos respectivos por los órganos legislativos competentes para este rubro.</p>	<p>El gasto al que se refiere el presente artículo no podrá exceder del equivalente al 5 por ciento del presupuesto total de los Entes Públicos y, bajo ninguna circunstancia, se realizarán modificaciones a los recursos aprobados en los presupuestos de egresos respectivos por los órganos legislativos competentes para este rubro.</p>
<p>Los Entes Públicos no podrán convenir el pago de créditos fiscales, ni de cualquier otra obligación de pago a favor de la autoridad, a través de la prestación de servicios de publicidad, impresiones, inserciones y demás actividades en materia de Comunicación Social.</p>	<p>...</p>
<p>Los medios de difusión del sector público podrán convenir con los del sector privado la prestación recíproca de servicios de publicidad.</p>	<p>...</p>

Edgar A
 10 de ABR 18
 12:05

SECRETARÍA TÉCNICA
 PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA
 H. CÁMARA DE DIPUTADOS

10 ABR 2018
RECIBIDO
 SALÓN DE SESIONES
 Nombre: _____ Hora: _____

Suscribe
 Diputada Maricela Contreras Julián

cm



DIP. ERNESTINA GODOY RAMOS.
SECRETARIA DE LA MESA DIRECTIVA.

15
Morena


Ciudad de México, 10 de abril de 2017.

DIPUTADO EDGAR ROMO GARCÍA.
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA,
TERCER AÑO DE EJERCICIO,
LXIII LEGISLATURA.
P R E S E N T E.



1

Quien suscribe, integrante del Grupo Parlamentario de MORENA, con fundamento en los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, someto a la consideración del Pleno las **reservas** al **Dictamen de la Comisión de Gobernación con Proyecto de Decreto por el que se expide la Ley General de Comunicación Social**, en lo particular **el artículo 14.** para quedar como siguen (se encuentra subrayada, en negritas y cursivas):

<p align="center">DICTAMEN</p> <p align="center"><u>LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL.</u></p>	<p align="center">PROPUESTA</p>
<p>Artículo 14.- El informe anual de labores o gestión de los Servidores Públicos, así como los mensajes que para darlos a conocer que se difundan en canales de televisión y estaciones de radio, no serán considerados como Comunicación Social, siempre que la difusión se limite a una vez al año con cobertura geográfica regional correspondiente al ámbito de responsabilidad del servidor público y no exceda de los 7 días anteriores y 5 posteriores a la fecha en que se rinda el informe.</p> <p align="center">  SECRETARIA TÉCNICA PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA H. CÁMARA DE DIPUTADOS LXIII LEGISLATURA 10 ABR 2018 RECIBIDO SALÓN DE SESIONES Nombre: _____ Hora: 12:27 </p>	<p>Artículo 14.- Para la difusión del informe anual de labores o gestión de los Servidores Públicos, así como los mensajes que para darlos a conocer que se difundan en canales de televisión y estaciones de radio, se utilizarán sólo los tiempos oficiales siempre y cuando se limite a una vez al año con cobertura geográfica regional correspondiente al ámbito de responsabilidad del servidor público y no exceda de los 7 días anteriores y 5 posteriores a la fecha en que se rinda el informe, <u>en ningún caso esta propaganda incluirá nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier servidor público.</u></p> <p>Los informes de los servidores públicos obligados por disposición expresa de la ley, deberá ser un</p>

Edgar A.
10 Abr. 18
12:20



DIP. ERNESTINA GODOY RAMOS.
SECRETARIA DE LA MESA DIRECTIVA.

<p>En ningún caso la difusión de tales informes podrá tener fines electorales, ni realizarse dentro del periodo de campaña electoral.</p> <p>Las Secretarías Administradoras podrán 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, señalando debidamente al o a los Entes Públicos que participen en la Coemisión de Campaña.</p> <p>Para lo anterior, la Secretaría Administradora coordinará y dará seguimiento a la vinculación de los esfuerzos comunicacionales con base en las Estrategias y Programas anuales recibidos.</p>	<p>proceso permanente, sistemático, ordenado, transparente y accesible mediante el cual los servidores públicos ponen a disposición de las y los ciudadanos información precisa y pormenorizada del cumplimiento de sus obligaciones legales en un lapso de tiempo determinado, relacionada con indicadores públicos y datos abiertos.</p> <p>En ningún caso la difusión de tales informes podrá tener fines electorales, ni realizarse dentro del periodo de campaña electoral.</p> <p>Las Secretarías Administradoras podrán 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, señalando debidamente al o a los Entes Públicos que participen en la Coemisión de Campaña.</p> <p>Para lo anterior, la Secretaría Administradora coordinará y dará seguimiento a la vinculación de los esfuerzos comunicacionales con base en las Estrategias y Programas anuales recibidos.</p>
---	---

2

DIP. ERNESTINA GODOY RAMOS.



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA



Palacio Legislativo de San Lázaro, a 10 de abril de 2018

DIP. ÉDGAR ROMO GARCÍA
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA DE LA
CÁMARA DE DIPUTADOS DEL
CONGRESO DE LA UNIÓN
P R E S E N T E:

Quien suscribe, con fundamento en los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, solicita someter a la consideración del Pleno la **reserva al Artículo 16 de la Ley General de Comunicación Social contenida en el DICTAMEN DE LA COMISIÓN DE GOBERNACIÓN CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**, para quedar como sigue:

Ley General de Comunicación Social

Dictamen	Propuesta de Modificación
<p>Artículo 16.- En casos de emergencia derivados de situaciones de salud, desastres naturales o de protección civil, los sujetos obligados podrán difundir campañas de Comunicación Social necesarias para mantener informada a la población de conformidad con lo previsto en el Capítulo VI de este Título.</p>	<p>Artículo 16.- En casos de emergencia derivados de situaciones de salud, desastres naturales o de protección civil, los sujetos obligados podrán difundir campañas de Comunicación Social necesarias para mantener informada a la población de conformidad con lo previsto en el Artículo 254 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.</p>



ATENTAMENTE
DIP. FED. JUAN FOMERO TENORIO



SECRETARÍA TÉCNICA
PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA
H. CÁMARA DE DIPUTADOS

10 ABR 2018

RECIBIDO
SALÓN DE SESIONES
Hora: 13:19

Edgar A.
10/06/18
13:21



Palacio Legislativo de San Lázaro, a 10 de abril de 2018

DIP. ÉDGAR ROMO GARCÍA
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA DE LA
CÁMARA DE DIPUTADOS DEL
CONGRESO DE LA UNIÓN
P R E S E N T E:

Quien suscribe, con fundamento en los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, solicita someter a la consideración del Pleno la **reserva que adiciona un Artículo 18 Bis a la Ley General de Comunicación Social**, contenida en el DICTAMEN DE LA COMISIÓN DE GOBERNACIÓN CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL, para quedar como sigue:

Ley General de Comunicación Social

Dictamen	Propuesta de Modificación
Sin correlativo	Artículo 18 Bis. Queda prohibido la ejecución de modificaciones presupuestales que consistan en la ampliación o traspaso de recursos al gasto correspondiente a propaganda o publicidad oficial.

ATENTAMENTE
 DIP. FED. JUAN ROMERO TENORIO

Edgar A
 10 Abr 18
 13:28

SECRETARÍA TÉCNICA
 PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA
 H. CÁMARA DE DIPUTADOS
 CÁMARA DE DIPUTADOS
 LXIII LEGISLATURA
 10 ABR 2018
RECIBIDO
 SALÓN DE SESIONES
 Nombre: _____ Hora: 13:19

DESECHADA
 10 ABR. 2018
 ☆



Palacio Legislativo de San Lázaro, a 10 de abril de 2018

DIP. ÉDGAR ROMO GARCÍA
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA DE LA
CÁMARA DE DIPUTADOS DEL
CÓNGRESO DE LA UNIÓN
P R E S E N T E:

Quien suscribe, con fundamento en los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, solicita someter a la consideración del Pleno la **reserva el Artículo 15 de la Ley General de Comunicación Social contenida en el DICTAMEN DE LA COMISIÓN DE GOBERNACIÓN CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**, para quedar como sigue:

Ley General de Comunicación Social

Dictamen	Propuesta de Modificación
<p style="text-align: center;">Título II De los Tiempos Oficiales</p> <p>Artículo 15.- Los Tiempos Oficiales serán utilizados por los Entes Públicos que tengan acceso a ellos, para la difusión de contenidos de carácter institucional y con fines informativos, educativos, culturales y otros asuntos de interés social.</p>	<p style="text-align: center;">Título II De los Tiempos Oficiales</p> <p>Artículo 15.- Los Tiempos Oficiales sólo podrán ser utilizados por los Entes Públicos a los que les sean asignados, para la difusión de contenidos de carácter institucional y con fines informativos, educativos, culturales y otros asuntos de interés social.</p>

ATENTAMENTE
DIP. FED. JUAN ROMERO TENORIO

Edgar A.
10 Abr 18
13:28

SECRETARÍA TÉCNICA
 PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA
 H. CÁMARA DE DIPUTADOS

RECIBIDO
 10 ABR 2018
 SALÓN DE SESIONES
 Hora: 13:28

Nombre: _____

DESECHADA
 10 ABR. 2018



SECRETARÍA TÉCNICA
PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA
H. CÁMARA DE DIPUTADOS



10 ABR 2018
RECIBIDO
SALÓN DE SESIONES
Nombre: _____ Hora: 13:20

Plenaria Legislativa de San Lázaro, a 10 de abril de 2018



DIP. ÉDGAR ROMO GARCÍA
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA DE LA
CÁMARA DE DIPUTADOS DEL
CONGRESO DE LA UNIÓN
P R E S E N T E:

Quien suscribe, con fundamento en los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, solicita someter a la consideración del Pleno la **reserva al Artículo 18 del DICTAMEN DE LA COMISIÓN DE GOBERNACIÓN CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**, para quedar como sigue:

Edgar A.
10 Abr. 18
13:28

Ley General de Comunicación Social

Dictamen	Propuesta de Modificación
<p style="text-align: center;">Título III Del gasto en Comunicación Social</p> <p>Artículo 18.- Sin correlativo.</p> <p>Los Entes Públicos Federales, podrán destinar recursos presupuestarios para Tiempos Comerciales, siempre y cuando, hayan solicitado los Tiempos Oficiales, y dichos tiempos no estuvieran disponibles en los espacios y tiempos solicitados.</p> <p>El gasto que realicen los Entes Públicos para la difusión de campañas de Comunicación Social deberá sujetarse al o que establezcan anualmente los presupuestos de egresos respectivos, así como su Programa Anual de Comunicación Social.</p>	<p style="text-align: center;">Título III Del gasto en Comunicación Social</p> <p>Artículo 18.- El gasto presupuestal en comunicación social sólo se podrá ejercer una vez agotados los Tiempos Oficiales. La Secretaría de Gobernación hará la distribución de dichos tiempos, en los entes públicos del sector salud, educación, seguridad pública y protección civil, que deberán destinarlos a informar acerca de sus actividades que requieran sean conocidas por la ciudadanía, en apoyo a su operación y sus metas programáticas.</p> <p>Sólo los Entes Públicos Federales que lo justifiquen, podrán destinar hasta el 0.15 por ciento de los recursos presupuestarios aprobados para su operación, para ejercerlos en Tiempos o medios impresos Comerciales, siempre y cuando no se disponga de tiempos oficiales.</p> <p>El gasto que realicen los Entes Públicos para la difusión de campañas de Comunicación Social deberá sujetarse a lo que establezcan anualmente los presupuestos de egresos respectivos, sólo para difundir actividades que requieran sean conocidas</p>



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

morena
La esperanza de México

<p>Los Entes Públicos no podrán convenir de créditos fiscales, ni de cualquier otra obligación de pago a favor de la autoridad, a través de la prestación de servicios de publicidad, impresiones, inserciones y demás actividades en materia de Comunicación Social.</p> <p>Los medios de difusión del sector público podrán convenir con los del sector privado la prestación recíproca de servicios de publicidad.</p>	<p>por la ciudadanía, en apoyo a su operación y sus metas programáticas.</p> <p>...</p> <p>...</p>
---	--

ATENTAMENTE
DIP. FED. JUAN ROMERO TENORIO



Palacio Legislativo de San Lázaro, a 10 de abril de 2018

DIP. ÉDGAR ROMO GRACÍA
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA DE LA
CÁMARA DE DIPUTADOS DEL
CONGRESO DE LA UNIÓN
P R E S E N T E:

Quien suscribe, con fundamento en los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, solicita someter a la consideración del Pleno la **reserva al Artículo 32 de la Ley General de Comunicación Social, contenida en el DICTAMEN DE LA COMISIÓN DE GOBERNACIÓN CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**, para quedar como sigue:

Edgar A.
10 Abr 18
13:28

Ley General de Comunicación Social

Dictamen	Propuesta de Modificación
<p>Artículo 32.- Las dos Cámaras del Congreso de la Unión, el Poder Judicial de la Federación, así como los Órganos a los que la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos les otorga autonomía, deberán prever en su Reglamento Interior u ordenamiento equivalente, el mecanismo para la difusión de Mensajes Extraordinarios, en caso de que la legislación aplicable así lo prevea.</p> <p>Los poderes legislativos y judiciales de las entidades federativas, así como los organismos constitucionales autónomos locales deberán prever en su Reglamento Interior u ordenamiento equivalente, el mecanismo para la difusión de Mensajes extraordinarios, en caso de que la legislación aplicable así lo prevea.</p>	<p>Artículo 32.- La Secretaría Administradora deberá establecer un mecanismo para atender de manera excepcional, a la solicitud de las dependencias y entidades de la administración pública, los poderes legislativo y judicial de la federación y de las entidades federativas, así como los organismos constitucionales autónomos, de difundir Mensajes Extraordinarios, diferentes a los considerados en el Artículo 31 de esta Ley, cuando justifiquen la necesidad de transmitir excepcionalmente dichos Mensajes. Estos mensajes extraordinarios, se transmitirán por los concesionarios de uso comercial, público y social de radio y televisión, en los términos establecidos en el Artículo 254 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.</p>



SECRETARÍA TÉCNICA
 PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA
 H. CÁMARA DE DIPUTADOS

ATENTAMENTE
DIP. FED. JUAN ROMERO TENORIO

10 ABR 2018

RECIBIDO
 SALÓN DE SESIONES
 Nombre: _____ Hora: 13:29



MORENA
Alejandro Gueda

34


Ciudad de México, 10 abril 2018.

DIP. EDGAR ROMO GARCÍA
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA DE LA
CÁMARA DE DIPUTADOS DEL
CONGRESO DE LA UNIÓN
LXIII LEGISLATURA



Quien suscribe, integrante del Grupo Parlamentario de MORENA, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, presenta la siguiente reserva que adiciona el artículo 21 Bis y 21 Ter del dictamen con proyecto de decreto que expide la Ley General de Comunicación Social, para quedar como sigue:

Ley General de Comunicación Social

Dictamen	Debe decir
<p>Sin Correlativo</p> 	<p>21 Bis. Queda prohibido a cualquier aspirante a puesto de representación popular la realización, difusión, compra, adquisición, aprovechamiento o beneficio de cualquier tipo de propaganda o mensaje publicitario contratado, adquirido, pagado, en el que se promocióne o promueva una opción política, precandidatura o candidatura antes de los plazos previstos legalmente, cualquiera que sea el medio que se utilice para su difusión, a fin de evitar que se influya indebidamente en el electorado.</p> <p>La realización de conductas contrarias a lo previsto en el párrafo anterior, se presumirán como constitutivas de actos anticipados de precampaña o campaña, según sea el caso. Asimismo, se considerarán y</p>

Edgar A.
10 Abr. 18
13:40



<p>Sin correlativo</p>	<p>serán contabilizados como gastos de precampaña o campaña y se sancionarán en términos de las leyes aplicables.</p> <p>Los aspirantes a candidaturas independientes, sólo podrán realizar actos de difusión de propaganda tendentes a recabar el apoyo ciudadano, en la forma y términos que dispone la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales y las leyes locales respectivas, siempre que respeten los plazos previstos en dichos ordenamientos.</p> <p>Las expresiones vertidas en las redes sociales y los medios de comunicación fuera de los espacios comerciales se presumirán amparadas bajo el ejercicio debido del derecho a la libertad de expresión y de prensa, salvo prueba en contrario.</p> <p>21. Ter. Queda prohibida la difusión de informes de labores de cualquier servidor público una vez que inicie el Proceso Electoral Federal, salvo aquellos casos en que la legislación respectiva expresamente imponga la obligación de rendirlos en una fecha, plazo o término determinado. En ese supuesto, la difusión respectiva se deberá realizar con estricto apego a la normatividad aplicable.</p> <p>Los servidores públicos aspirantes deberán abstenerse de realizar cualquier acción a través de la cual</p>
------------------------	--



	<p>se difunda propaganda en la que se promueva su nombre, voz o imagen, bajo cualquier medio o modalidad de comunicación.</p> <p>La restricción del párrafo anterior aplica también para la difusión de informes de labores o de gestión referidos en el artículo 242, párrafo 5, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, de manera que en aquellos casos en que la legislación respectiva expresamente imponga la obligación de rendirlos en una fecha, plazo o término determinado, la difusión respectiva se deberá realizar con estricto apego a la normatividad aplicable, sin incluir el nombre, voz, símbolo o imagen del servidor público aspirante, limitándose a señalar el cargo que ostenta.</p> <p>Los informes de gestión de los grupos parlamentarios deberán de presentarse una sola vez en el año calendario, dentro de un periodo de inmediatez razonable a la conclusión del año legislativo que se informa y no podrán rendirse ni difundirse de manera escalonada o secuencial, ni tener fines electorales. Se presumirá que tienen fines electorales si se difunden una vez iniciado el Proceso Electoral y se incluye el emblema o cualquier referencia a un partido político.</p> <p>Los informes de labores deberán referirse a las acciones y actividades concretas que el servidor público</p>
--	--



	<p>realizó en el ejercicio de su función pública en el período respecto del que se rinden cuentas a la sociedad, de acuerdo con las atribuciones conferidas normativamente, a través de medios que deben ser ciertos, verificables y abiertos a la ciudadanía.</p> <p>En ningún caso las y los servidores públicos que aspiren a competir por cargos electivos en el Proceso Electoral Federal o local, podrán asistir a eventos en los que se entreguen beneficios de programas sociales ni podrán realizar eventos masivos de difusión de logros o inauguración de obras, una vez iniciado el Proceso Electoral.</p> <p>Los servidores públicos deberán abstenerse en el ejercicio de sus funciones, de realizar acciones o expresiones que impliquen apoyo o promoción de terceros aspirantes.</p> <p>La realización de conductas contrarias a lo previsto en los párrafos anteriores, se presumirán como constitutivas de actos anticipados de precampaña o campaña, según sea el caso. Con independencia de lo anterior, se contabilizarán para efectos de los topes de gastos correspondientes.</p> <p>La propaganda gubernamental difundida desde el inicio del Proceso Electoral deberá tener carácter institucional y fines informativos educativos o de orientación social,</p>
--	---



por lo que no está permitida la exaltación, promoción o justificación de algún programa o logro obtenido en los gobiernos local o federal o de alguna administración específica.

La propaganda gubernamental, deberá abstenerse de incluir frases, imágenes, voces o símbolos que pudieran ser constitutivos de propaganda política o electoral, o bien elementos de propaganda personalizada de servidor público alguno. No podrá difundir logros de gobierno, obra pública, e incluso, emitir información dirigida a justificar o convencer a la población de la pertinencia de una administración en particular. Su contenido se limitará a identificar el nombre de la institución de que se trata sin hacer alusión a cualquiera de las frases, imágenes, voces o símbolos de cualquier índole que pudieran ser constitutivos de propaganda política o electoral.

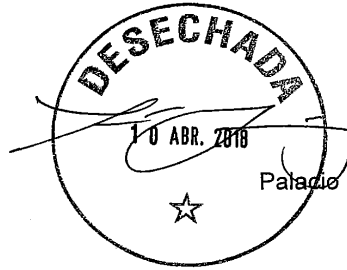
La propaganda podrá incluir el nombre de la dependencia y su escudo oficial como medio identificativo, siempre y cuando éstos no se relacionen de manera directa con la gestión de algún gobierno o administración federal o local.

La propaganda no podrá contener logotipos, slogans o cualquier otro tipo de referencias al gobierno federal o a algún otro gobierno o administración, o a sus campañas institucionales, ni incluir elementos



	<p>de propaganda personalizada de servidor público alguno.</p> <p>En caso de difusión de propaganda gubernamental que beneficie a un partido político, en los términos de la presente Ley, o por guardar identidad con la emitida por el partido, la misma también se contabilizará para efectos de los topes de gasto correspondientes.</p>
--	--


DIP. ALEJANDRO OJEDA ANGUIANO



morena
La esperanza de México

35


Palacio Legislativo de San Lázaro, a 10 de abril de 2018

DIP. ÉDGAR ROMO GARCÍA
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA DE LA
CÁMARA DE DIPUTADOS DEL
CONGRESO DE LA UNIÓN
P R E S E N T E:

Quien suscribe, con fundamento en los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, solicita someter a la consideración del Pleno la **reserva al Artículo 31 de la Ley General de Comunicación Social, contenida en el DICTAMEN DE LA COMISIÓN DE GOBERNACIÓN CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**, para quedar como sigue:

Edgar A.
10/4/18
13:39

Ley General de Comunicación Social

Dictamen	Propuesta de Modificación
<p style="text-align: center;">Capítulo VI Del Mensaje extraordinario Artículo 31.- Sin correlativo</p> <div style="text-align: center;">  SECRETARÍA TÉCNICA PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA H. CÁMARA DE DIPUTADOS 10 ABR 2018 RECIBIDO SALÓN DE SESIONES Nombre: _____ Hora: <i>13:39</i> </div> <p>Las dependencias y entidades de las administraciones públicas 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.</p>	<p style="text-align: center;">Capítulo VI Del Mensaje extraordinario Artículo 31.- Como lo establece el Artículo 254 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, los concesionarios de uso comercial, público y social de radio y televisión están obligados a transmitir gratuitamente y de manera preferente los boletines o mensajes de cualquier autoridad que se relacionen con la seguridad o defensa del territorio nacional, la conservación del orden público, o con medidas encaminadas a prever o remediar cualquier emergencia pública; información relevante para el interés general, en materia de seguridad nacional, salubridad general y protección civil, y los mensajes o cualquier aviso relacionado con embarcaciones o aeronaves en peligro, que soliciten auxilio.</p> <p>Sólo en casos excepcionales, autorizados previamente por la Secretaría Administradora, las dependencias y entidades de las administraciones públicas 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.</p>

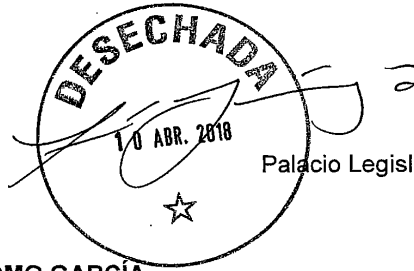


CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

morena
La esperanza de México

<p>El registro posterior de los Mensajes extraordinarios debe solicitarse a la Secretaría Administradora, justificando las razones de su emisión. Una vez autorizado el mensaje extraordinario, las dependencias y entidades deberán integrar dicho mensaje en el Programa Anual.</p>	<p>El registro posterior de los Mensajes extraordinarios debe solicitarse a la Secretaría Administradora, justificando las razones de su emisión.</p>
---	---

ATENTAMENTE
DIP. FED. JUAN ROMERO TENORIO



Palacio Legislativo de San Lázaro, a 10 de abril de 2018

**DIP. ÉDGAR ROMO GARCÍA
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA DE LA
CÁMARA DE DIPUTADOS DEL
CONGRESO DE LA UNIÓN
P R E S E N T E:**

Quien suscribe, con fundamento en los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, solicita someter a la consideración del Pleno la **reserva al Artículo 43 de la Ley General de Comunicación Social, contenida en el DICTAMEN DE LA COMISIÓN DE GOBERNACIÓN CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**, para quedar como sigue:

*Edgar A
10 Abr 18
13:44*

Ley General de Comunicación Social

Dictamen	Propuesta de Modificación
<p>Artículo 43.- La Secretaría Administradora, remitirá anualmente a la Cámara de Diputados a los Congresos Locales, respectivamente, a través de la Comisión competente, la relación de todos los programas y campañas de comunicación social, desglosadas por dependencias y entidades, así como la programación de las erogaciones destinadas a sufragarlos.</p> <p>Asimismo, en lo que respecta a la Administración Pública Federal, deberá contener la descripción de las fórmulas, modalidades y reglas para la asignación de tiempos oficiales. Dicho informe deberá presentarse una vez autorizados los Programas Anuales de comunicación correspondientes.</p> <p>Los Poderes Legislativo y Judiciales, así como los órganos constitucionales autónomos o cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, también reportarán la información a que se refiere el artículo 42 y el presente a la Auditoría Superior de la Federación o equivalente en las entidades federativas que corresponda, de conformidad con la legislación aplicable.</p>	<p>Artículo 43.- ...</p> <div data-bbox="941 1113 1282 1491" style="text-align: center;"> </div> <p>...</p> <p>...</p> <p>El informe anual deberá contener el uso de los tiempos y valor comercial de los Tiempos Oficiales, desglosando los correspondientes a Tiempos del</p>



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

morena
La esperanza de México

	<p>Estado y Tiempos fiscales, por dependencia y programa beneficiados, así como los medios utilizados, empresas contratadas y términos, como costos y horarios de la difusión.</p> <p>El informe deberá contener también los montos, el uso de los tiempos y valor comercial de los medios contratados comercialmente, empresas contratadas y términos, como costos y horarios de la difusión.</p> <p>En los dos casos, la entidad responsable de ejercer los Tiempos Oficiales o los recursos presupuestales, deberá explicar las disposiciones puestas en práctica para promover el uso de los medios públicos y comunitarios e impedir la concentración del uso de los recursos presupuestales en algunos cuantos medios y/o empresas.</p>
--	---

ATENTAMENTE

DIP. FED. JUAN ROMERO TENORIO



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA



Palacio Legislativo de San Lázaro, a 10 de abril de 2018

**DIP. ÉDGAR ROMO GARCÍA
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA DE LA
CÁMARA DE DIPUTADOS DEL
CONGRESO DE LA UNIÓN
P R E S E N T E:**

Quien suscribe, con fundamento en los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, solicita someter a la consideración del Pleno la **reserva al Artículo 20 de la Ley General de Comunicación Social, contenida en el DICTAMEN DE LA COMISIÓN DE GOBERNACIÓN CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**, para quedar como sigue:

Ley General de Comunicación Social

Dictamen	Propuesta de Modificación
<p>Artículo 20.- Las Secretarías Administradoras, de conformidad con lo establecido en el Presupuesto de Egresos respectivo y en las leyes competentes en la materia, emitirán anualmente los lineamientos que contengan las reglas relativas a la difusión de las campañas de carácter industrial, comercial, mercantil y de promoción y publicidad que promuevan o publiquen la venta de productos o servicios que generen algún ingreso para el Estado, mismos que no podrán difundirse en los Tiempos Oficiales.</p>	<p>Artículo 20.- Las Secretarías Administradoras, de conformidad con lo establecido en el Presupuesto de Egresos respectivo y en las leyes competentes en la materia, emitirán anualmente los lineamientos que contengan las reglas relativas a promoción de la venta de productos o servicios que generen algún ingreso para el Estado, mismos que no podrán difundirse en los Tiempos Oficiales.</p>

ATENTAMENTE

DIP. FED. JUAN ROMERO TENORIO

Edgar A.
10 Abr 18
13:38

SECRETARÍA TÉCNICA
PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA
H. CÁMARA DE DIPUTADOS

10 ABR 2018

RECIBIDO

SALÓN DE SESIONES
Hora: 13:45

Nombre: _____

DESECHADA

10 ABR. 2018

☆



Palacio Legislativo de San Lázaro, a 10 de abril de 2018

DIP. ÉDGAR ROMO GARCÍA
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA DE LA
CÁMARA DE DIPUTADOS DEL
CONGRESO DE LA UNIÓN
P R E S E N T E:

Quien suscribe, con fundamento en los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, solicita someter a la consideración del Pleno la **reserva al Artículo 42 de la Ley General de Comunicación Social, contenida en el DICTAMEN DE LA COMISIÓN DE GOBERNACIÓN CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**, para quedar como sigue:

Edgar A
10 Abr. 18
13:39:46

Ley General de Comunicación Social

Dictamen	Propuesta de Modificación
<p>Artículo 42.- La Secretaría Administradora informará bimestralmente a la Cámara de Diputados a los Congresos Locales, respectivamente, a través de la Comunicación competente, sobre la ejecución de los programas y actividades gubernamentales. Dichos informes deberán contener, al menos, lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> I. Monto total erogado por dependencia y entidad; II. Empresas prestadoras de los servicios, III. Propaganda contratada, y 	<p>Artículo 42.- La Secretaría Administradora informará bimestralmente a la Cámara de Diputados a los Congresos Locales, respectivamente, a través de la Comunicación competente, sobre utilización de los Tiempos oficiales y la información sobre el ejercicio y resultados de los programas y actividades gubernamentales. Dichos informes deberán contener, al menos, lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> I. Valor comercial de los tiempos oficiales utilizados por cada dependencia y monto presupuestal erogado por dependencia y entidad, señalando el porcentaje de avance respecto del presupuesto asignado para ese fin; II. Empresas prestadoras de los servicios, tiempos o montos contratados o cubiertos con cada una de ellas, III. Objetivos de la Propaganda contratada, población beneficiada, vinculación con las metas del programa de la dependencia y del Plan Nacional de Desarrollo.

SECRETARÍA TÉCNICA
 PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA
 H. CÁMARA DE DIPUTADOS

10 ABR 2018 13:46
RECIBIDO
 SALÓN DE SESIONES



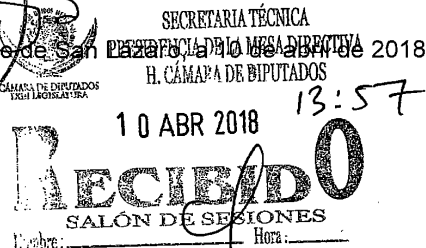
CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

morena
La esperanza de México

<p>IV. Para el caso de la Administración Pública Federal, el reporte del uso de los tiempos Fiscales y de Estado.</p>	<p>IV. SE elimina</p> <p>Esta información será pública y estará a disposición de la ciudadanía en archivos accesibles y modificables.</p>
---	---

ATENTAMENTE

DIP. FED. JUAN ROMERO TENORIO



DIP. ÉDGAR ROMO GARCÍA
PRESIDENTE DE LA MESA DIRECTIVA DE LA
CÁMARA DE DIPUTADOS DEL
CONGRESO DE LA UNIÓN
P R E S E N T E:

Quien suscribe, con fundamento en los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, solicita someter a la consideración del Pleno la **reserva al Artículo 23 de la Ley General de Comunicación Social, contenida en el DICTAMEN DE LA COMISIÓN DE GOBERNACIÓN CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**, para quedar como sigue:

Ley General de Comunicación Social

Edgar R
10 Abr 18
13:58

Dictamen	Propuesta de Modificación
<p>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. La Estrategia Anual deberá contener, cuando sea aplicable:</p> <ul style="list-style-type: none"> I. Misión y Visión oficiales del Ente Público; II. Objetivo u objetivos institucionales y objeto de la Estrategia anual de comunicación social; III. Metas nacionales y/o Estrategias transversales relacionadas con los objetivos señalados en el inciso anterior, establecidas en el Plan Nacional de Desarrollo; IV. Programa o programas sectoriales o especiales correspondientes al Ente Público, de ser aplicable; 	<p>Artículo 23.- Los Entes Públicos deben elaborar una Estrategia anual de comunicación social, basada en una página web pública, accesible, para efectos de la información, difusión y explicación de programas y actividades bajo su cargo. La Estrategia Anual deberá contener, cuando sea aplicable:</p> <ul style="list-style-type: none"> I. ... II. Objetivo u objetivos institucionales y objeto de la Estrategia anual de comunicación social; enlace con la dependencia y atención a las demandas de la ciudadanía. III. Metas nacionales y/o Estrategias transversales relacionadas con los objetivos señalados en el inciso anterior, establecidas en el Plan Nacional de Desarrollo; metas trimestrales y anuales, grado de avance y seguimiento de resultados. IV. ...



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

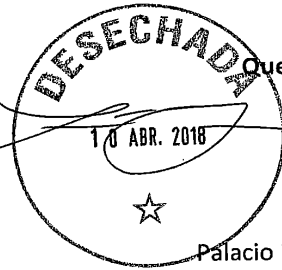
morena
La esperanza de México

<p>V. Objetivo estratégico o transversal, según corresponda, alineado y vinculado al Plan Nacional de Desarrollo, y</p> <p>VI. Temas específicos derivados de los objetivos estratégicos o transversales que abordarán en las campañas del programa anual de comunicación social.</p> <p>Sin correlativo</p>	<p>V. ...</p> <p>VI. ...</p> <p>Se sancionará el uso de estos recursos para la promoción personal de funcionarios.</p>
--	--

ATENTAMENTE

DIP. FED. JUAN ROMERO TENORIO

33



Dictamen de la Comisión de Gobernación
Que expide la Ley general de Comunicación Social

BVEM

Palacio Legislativo de San Lázaro, a 10 de abril de 2018.

DIP. EDGAR ROMO GARCÍA
PRESIDENTA DE LA MESA DIRECTIVA
DE LA CÁMARA DE DIPUTADOS
P R E S E N T E.-

Con fundamento en los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, quien suscribe, Dip. Jesús Sesma Suárez, integrante del Grupo Parlamentario del Partido Verde Ecologista de México, presenta ante esta Soberanía la presente reserva al **PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE EXPIDE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**, para quedar como a continuación se presenta:

TEXTO DEL DICTAMEN	PROPUESTA DE MODIFICACIÓN
<p>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, deberá apegarse a la legislación y normatividad en materia de adquisiciones, arrendamientos y servicios que les sea aplicable.</p>	<p>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, deberá apegarse a la legislación y normatividad en materia de adquisiciones, arrendamientos y servicios que les sea aplicable.</p> <p>En cuanto a la validación de pauta, los entes públicos deberán monitorear la misma para verificar el cumplimiento de la totalidad de lo contratado. Para tal efecto, podrán contratar servicios de monitoreo de terceros diversos a los proveedores o realizarlo por la propia dependencia contratante.</p>

Edgar R.
10 Abr 18
13:40

SECRETARÍA TÉCNICA
PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA
DE LA CÁMARA DE DIPUTADOS

10 ABR 2018

RECIBIDO
SALÓN DE SESIONES
Hora 13:24

Nombre: _____

SUSCRIBE

DIP. JESÚS SESMA SUÁREZ



Grupo Parlamentario de Movimiento Ciudadano

16 MC

Palacio Legislativo de San Lázaro, a 10 de abril de 2018.

**Dip. Edgar Romo García,
Presidente de la Mesa Directiva
de la Cámara de Diputados
P R E S E N T E .**

Con fundamento en los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, la suscrita, Dip. Angie Dennisse Hauffen Torres, integrante del Grupo Parlamentario de Movimiento Ciudadano, presenta ante esta Soberanía la siguiente reserva al dictamen con Proyecto por el que se expide la Ley General de Comunicación Social.

Se propone **modificar:**

20 Artículo

53 Página del dictamen

Para quedar como sigue:

TEXTO DEL DICTAMEN	PROPUESTA DE MODIFICACIÓN
Artículo 20. Las Secretarías Administradoras, de conformidad con lo establecido en el Presupuesto de Egresos respectivo y en las leyes competentes en la materia, emitirán anualmente lineamientos que contengan las reglas relativas a la difusión de las campañas de carácter industrial, comercial, mercantil y de promoción y publicidad que promuevan o publiciten la venta de productos o servicios que generan algún ingreso para el Estado, mismo que no podrán difundirse en los Tiempos Oficiales.	Artículo 20. Las Secretarías Facilitadoras Administradoras , de conformidad con lo establecido en el Presupuesto de Egresos respectivo y en las leyes competentes en la materia, emitirán anualmente lineamientos que contengan las reglas relativas a la difusión de las campañas de carácter industrial, comercial, mercantil y de promoción y publicidad que promuevan o publiciten la venta de productos o servicios que generan algún ingreso para el Estado, mismo que no podrán difundirse en los Tiempos Oficiales.

Edg Romo
10 Abr 18
12:58

Atentamente



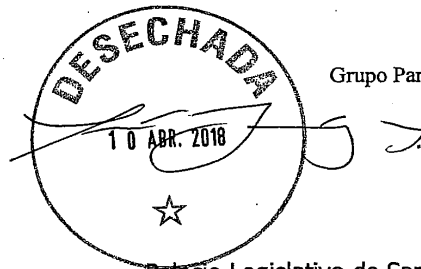
SECRETARÍA TÉCNICA
PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA
H. CÁMARA DE DIPUTADOS

10 ABR 2018

DIP. Angie Dennisse Hauffen Torres

RECIBIDO

SALÓN DE SESIONES
Hora: 12:56



Grupo Parlamentario de Movimiento Ciudadano

17
MC

Palacio Legislativo de San Lázaro, a 10 de abril de 2018.

**Dip. Edgar Romo García,
Presidente de la Mesa Directiva
de la Cámara de Diputados
P R E S E N T E .**

Con fundamento en los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, la suscrita, Dip. Angie Dennisse Hauffen Torres, integrante del Grupo Parlamentario de Movimiento Ciudadano, presenta ante esta Soberanía la siguiente reserva al dictamen con Proyecto por el que se expide la Ley General de Comunicación Social.

Se propone **modificar**:

- 4 Artículo
- X. Fracción
- 39 Página del dictamen

Para quedar como sigue:

TEXTO DEL DICTAMEN	PROPUESTA DE MODIFICACIÓN
Artículo 4. Para los efectos de esta Ley, se entenderá por: I. II. III: al IX. X. Secretaría Administradora: La Secretaría de Gobernación y la dependencia o unidad administrativa equivalente en el ámbito de las entidades federativas y los municipios, encargada de regular y administrar el gasto en materia de comunicación social, así como las áreas o unidades administrativas con funciones o atribuciones equivalentes o similares que determinen el resto de los Entes Públicos. XI.al XIV	Artículo 4. Para los efectos de esta Ley, se entenderá por: I. II. III: al IX. X. Secretaría Facilitadora Administradora: La Secretaría de Gobernación y la dependencia o unidad administrativa equivalente en el ámbito de las entidades federativas y los municipios, encargada de coadyuvar en la regulación y administración del gasto en materia de comunicación social, así como las áreas o unidades administrativas con funciones o atribuciones equivalentes o similares que determinen el resto de los Entes Públicos. XI.al XIV

Edgar A.
10 Abr 18
12:58



SECRETARÍA TÉCNICA
PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA
H. CÁMARA DE DIPUTADOS

10 ABR 2018

RECIBIDO
SALÓN DE SESIONES

Nombre: _____

Hora: 12:56

DIP. Angie Dennisse Hauffen Torres

Atentamente
[Signature]

19
MC

Palacio Legislativo de San Lázaro, a 10 de abril de 2018.

**Dip. Edgar Romo García,
Presidente de la Mesa Directiva
de la Cámara de Diputados
P R E S E N T E .**

Con fundamento en los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, el suscrito, Dip. Daniella Judith Hernández Flores, integrante del Grupo Parlamentario del Movimiento Ciudadano, presenta ante esta Soberanía la siguiente reserva al dictamen con Proyecto de Decreto por el que se expide la Ley General de Comunicación Social.

Se propone **Modificar:**


*Se Retira.
Abril 10 del 2018.*

En el Artículo Quinto, el inciso C)

[Handwritten signature]

Página del dictamen: 42

Para quedar como sigue:

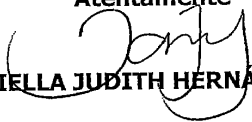
TEXTO DEL DICTAMEN	PROPUESTA DE MODIFICACIÓN
<p>Artículo 5. En el ejercicio del gasto público en materia de comunicación social, los Entes Públicos deberán observar con los siguientes principios rectores:</p> <p>a) La eficacia, en uso de los recursos públicos;</p> <p>b) La eficiencia, de los recursos públicos destinados a la contratación o gasto de Comunicación Social;</p> <p>c) La economía y racionalidad presupuestaria, que comprende la administración prudente de los recursos destinados a la comunicación social;</p> <p>d)</p> <p>e)</p> <p>f)</p> <p>g)</p> <p>h) y</p> <p>i)</p> <p>Adicionalmente, deberá atender al respeto a la libertad de expresión y al fomento del acceso ciudadano a la información; y debe contribuir a fomentar la igualdad entre hombres y mujeres, respetará la diversidad social y cultural de la Nación.</p>	<p>Artículo 5. ...</p> <p>c) La economía y racionalidad presupuestaria, que comprende la restricción de no exceder el presupuesto autorizado y la administración prudente de los recursos destinados a la comunicación social;</p> <div style="text-align: right;">  <p>SECRETARÍA TÉCNICA PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA H. CÁMARA DE DIPUTADOS</p> <p>10 ABR 2018</p> <p>RECIBIDO</p> <p>SALÓN DE SESIONES</p> <p>Nombre: _____ Hora: <u>13:06</u></p> </div>

*Edgar A
10 Abr 18
13:10*

[Handwritten mark]

<p>La Secretaría Administradora deberá contemplar 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.</p>	
---	--

Atentamente



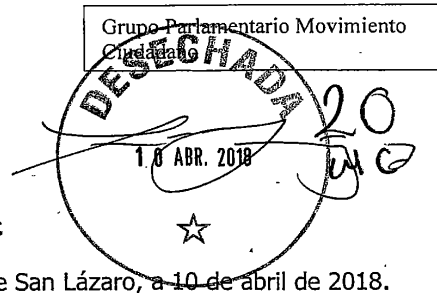
DIP. DANIELLA JUDITH HERNÁNDEZ FLORES



SECRETARÍA TÉCNICA
PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA
H. CÁMARA DE DIPUTADOS

10 ABR 2018
RECIBIDO
SALÓN DE SESIONES
Nombre: _____ Hora: 13:06

Grupo Parlamentario Movimiento Ciudadano



Palacio Legislativo de San Lázaro, a 10 de abril de 2018.

**Dip. Edgar Romo García,
Presidente de la Mesa Directiva
de la Cámara de Diputados
P R E S E N T E**

S
G

Con fundamento en los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, el suscrito, Dip. Salvador García González, integrante del Grupo Parlamentario del Movimiento Ciudadano, presenta ante esta Soberanía la siguiente reserva al dictamen con Proyecto de Decreto por el que se expide la Ley General de Comunicación Social.

Se propone **Adicionar:**

Artículo 44, fracción III y se recorre la fracción subsecuente

Páginas del dictamen 71 y 72

Edgar A
10 Abr 18
13:10

Para quedar como sigue:

TEXTO DEL DICTAMEN	PROPUESTA DE MODIFICACIÓN
<p>Artículo 44.- Constituyen infracciones a la presente Ley de los Entes y Servidores Públicos, según sea el caso:</p> <p>I. Difundir campañas de Comunicación Social violatorias de los principios establecidos en el artículo 5 de la presente Ley;</p> <p>II. Exceder los límites y condiciones establecidas para los informes anuales de labores de los Servidores Públicos, y</p> <p>III. El incumplimiento de cualquiera de las disposiciones contenidas en esta Ley.</p>	<p>Artículo 44.- Constituyen infracciones a la presente Ley de los Entes y Servidores Públicos, según sea el caso:</p> <p>I. Difundir campañas de Comunicación Social violatorias de los principios establecidos en el artículo 5 de la presente Ley;</p> <p>II. Exceder los límites y condiciones establecidas para los informes anuales de labores de los Servidores Públicos, y</p> <p>III. Exceder los montos presupuestales aprobados para los entes públicos en el rubro de comunicación social.</p>



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

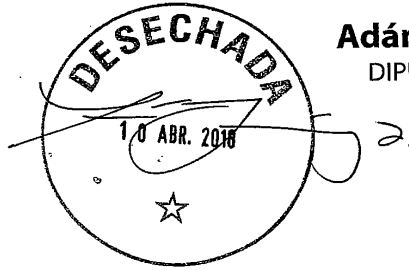
Grupo Parlamentario Movimiento
Ciudadano

	IV. El incumplimiento de cualquiera de las disposiciones contenidas en esta Ley.
--	---

Atentamente

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Salvador G. González'.

DIP. SALVADOR GARCÍA GONZÁLEZ




Adán Pérez Utrera
DIPUTADO FEDERAL



Palacio Legislativo de San Lázaro, 10 de abril de 2018.

Dip. Edgar Romo García,
Presidente de la Mesa Directiva
de la Cámara de Diputados.
Presente.

Con fundamento en lo dispuesto por los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, el suscrito **Dip. Adán Pérez Utrera**, integrante del **Grupo Parlamentario de Movimiento Ciudadano**, someto a consideración del Pleno de esta Soberanía, la **reforma de los artículos 2 del Dictamen de la Comisión de Gobernación con Proyecto de Decreto por el que se expide la Ley General de Comunicación Social**, para quedar como sigue:

Texto del dictamen	Modificación propuesta
<p>Artículo 2.- ...</p> <div style="text-align: center;">  <p>SECRETARÍA TÉCNICA PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA H. CÁMARA DE DIPUTADOS</p> <p>10 ABR 2018</p> <p>RECIBIDO</p> <p>SALÓN DE SESIONES</p> <p>Nombre: <u>[Signature]</u> Hora: <u>13:07</u></p> </div>	<p>Artículo 2.- ...</p> <p>No se permitirán prácticas contrarias a lo establecido en este artículo, evitando procedimientos consistentes en convenir, de manera unilateral, con la Secretaría de Hacienda, el incremento en el presupuesto destinado a comunicación social, sin el conocimiento y la aprobación de la Cámara de Diputados.</p>

Edgar A
10 Abr 18
13:10

Suscribe,



Adán Pérez Utrera
DIPUTADO FEDERAL



Palacio Legislativo de San Lázaro, 10 de abril de 2018.

Dip. Edgar Romo García,
Presidente de la Mesa Directiva
de la Cámara de Diputados.
P r e s e n t e.

Con fundamento en lo dispuesto por los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, el suscrito **Dip. Adán Pérez Utrera**, integrante del **Grupo Parlamentario de Movimiento Ciudadano**, someto a consideración del Pleno de esta Soberanía, la **reforma de los artículos 7 del Dictamen de la Comisión de Gobernación con Proyecto de Decreto por el que se expide la Ley General de Comunicación Social**, para quedar como sigue:

Texto del dictamen	Modificación propuesta
<p>Artículo 7.- Esta Ley es aplicable a cualquier Campaña de Comunicación Social pagada con recursos públicos, que sea transmitida en el territorio nacional o en el extranjero.</p>	<p>Artículo 7.- Esta Ley es aplicable a cualquier Campaña de Comunicación Social pagada con recursos públicos, que sea transmitida en el territorio nacional o en el extranjero.</p>

Edgar A
10 Abr 18
13:10

Suscribe,



Av. Congreso de la Unión, 66; Col. El Parque; Deleg. Venustiano Carranza; C.P. 15960 Ciudad de México;
Edificio F, Nivel 3; Tel. Conm.: 5036-0000 ext. 55050; Lada s./c.: 01-800-122-6272 ext. 55050
adan.perez@congreso.gob.mx



Adán Pérez Utrera
DIPUTADO FEDERAL



Palacio Legislativo de San Lázaro, 10 de abril de 2018.

Dip. Edgar Romo García,
Presidente de la Mesa Directiva
de la Cámara de Diputados.
P r e s e n t e.

Con fundamento en lo dispuesto por los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, el suscrito **Dip. Adán Pérez Utrera**, integrante del **Grupo Parlamentario de Movimiento Ciudadano**, someto a consideración del Pleno de esta Soberanía, **la reforma de los artículos 18 del Dictamen de la Comisión de Gobernación con Proyecto de Decreto por el que se expide la Ley General de Comunicación Social**, para quedar como sigue:

Texto del dictamen	Modificación propuesta
<p>Artículo 18.- Los Entes Públicos Federales, podrán destinar recursos presupuestarios para Tiempos Comerciales, siempre y cuando, hayan solicitado los Tiempos Oficiales, y dichos tiempos no estuvieran disponibles en los espacios y tiempos solicitados.</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>...</p>	<p>Artículo 18.- Los Entes Públicos Federales, no podrán destinar recursos presupuestarios para Tiempos Comerciales, aún y cuando, hayan solicitado los Tiempos Oficiales, y dichos tiempos no estuvieran disponibles en los espacios y tiempos solicitados.</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>...</p>

Edgar R
10 Abr 18
13:10

Suscribe,

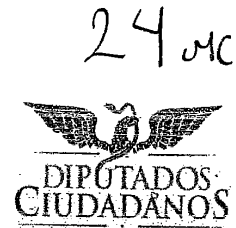
SECRETARÍA TÉCNICA
PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA
H. CÁMARA DE DIPUTADOS

10 ABR 2018

RECIBIDO
SALÓN DE SESIONES
Nombre: _____ Hora: 13:07



Adán Pérez Utrera
DIPUTADO FEDERAL



Palacio Legislativo de San Lázaro, 10 de abril de 2018.

Dip. Edgar Romo García,
Presidente de la Mesa Directiva
de la Cámara de Diputados.
P r e s e n t e.

Con fundamento en lo dispuesto por los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, el suscrito **Dip. Adán Pérez Utrera**, integrante del **Grupo Parlamentario de Movimiento Ciudadano**, someto a consideración del Pleno de esta Soberanía, la **reforma de los artículos 45 del Dictamen de la Comisión de Gobernación con Proyecto de Decreto por el que se expide la Ley General de Comunicación Social**, para quedar como sigue:

Texto del dictamen	Modificación propuesta
<p>Art 45.- ...</p> <p>SECRETARÍA TÉCNICA PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA H. CÁMARA DE DIPUTADOS</p> <p>10 ABR 2018</p> <p>RECIBIDO SALÓN DE SESIONES Hora: 13:08</p>	<p>Art 45.- ...</p> <p>Otorgar mayor celeridad a la investigación, con el objetivo de avanzar, de manera inmediata en la investigación y el pronto esclarecimiento, para proceder de manera inmediata al castigo, resarcimiento del daño y rendición de cuentas.</p>

Edgar A
10 Abr 18
13:10

Suscribe,



39
MC

Palacio Legislativo de San Lázaro, a 10 de abril de 2018

Dip. Édgar Romo García,
Presidente de la Mesa Directiva
de la Cámara de Diputados
PRESENTE

Con fundamento en los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, el suscrito, integrante del Grupo Parlamentario de **Movimiento Ciudadano** presenta ante esta Soberanía la reserva al artículo 21 del dictamen con proyecto de decreto por el que se expide la Ley General de Comunicación Social.

Se reforma el artículo 21 de la Ley General de Comunicación Social.

Para quedar como sigue:

Texto del dictamen	Propuesta de modificación
<p>Artículo 21.- Durante el tiempo que comprendan las campañas electorales federales y locales, y hasta la conclusión de la respectiva jornada comicial, deberá suspenderse la difusión de toda campaña de Comunicación Social en los Medios de Comunicación.</p>	<p>Artículo 21. Durante el tiempo que comprendan las precampañas y campañas electorales federales, así como durante el periodo de intercampañas y hasta la conclusión del proceso electoral, deberá suspenderse la comunicación social y la publicidad de los sujetos obligados en todo medio de comunicación, con excepción de las campañas de las propias autoridades electorales.</p>
[...]	[...]
I...IV	I...IV
[...]	[...]
I...IV	I...IV
[...]	[...]
I...IV	I...IV
[...]	[...]

Edgar A.
10 Abr 18
13:49

RECIBIDO
10 ABR 2018
SECRETARÍA TÉCNICA
PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA
H. CÁMARA DE DIPUTADOS
SALÓN DE SESIONES
Hora: 13:49

Atentamente

Diputado Jorge Álvarez Máynez



SECRETARÍA TÉCNICA
PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA
H. CÁMARA DE DIPUTADOS

10 ABR 2018 13:40

RECIBIDO

SALÓN DE SESIONES
Nombre: Palacio Legislativo de San Lázaro, 10 de abril de 2018



40
MC

Dip. Édgar Romo García,
Presidente de la Mesa Directiva
de la Cámara de Diputados
PRESENTE



Con fundamento en los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, el suscrito, integrante del Grupo Parlamentario de **Movimiento Ciudadano** presenta ante esta Soberanía la reserva al **Artículo 17** del dictamen con proyecto de decreto por el que se expide la **Ley General de Comunicación Social**.

Se reforma el **Artículo 17** y se adicionan los artículos **17 BIS, 17 TER, 27 QUÁTER, 17 QUINTUS y 17 SEXTUS** de la **Ley General de Comunicación Social**.

Para quedar como sigue:

Texto del dictamen	Propuesta de modificación
<p>Artículo 17.- La Secretaría de Gobernación administrará el uso de los Tiempos de Estado y de los Tiempos Fiscales, conforme a lo dispuesto por la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, así como por el Decreto del Presupuesto de Egresos de la Federación del ejercicio fiscal correspondiente, salvo en el caso de los Tiempos Oficiales que en distintos momentos corresponda administrar al Instituto Nacional Electoral, conforme a lo establecido en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y a la legislación de la materia.</p> <p>La distribución de los Tiempos Fiscales se realizará en la proporción siguiente:</p> <p>I. Cuarenta por ciento al Poder Ejecutivo Federal;</p>	<p>Artículo 17.- Se crea el Instituto Nacional de Comunicación y Publicidad Oficial, como un órgano autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propios, que tiene por objeto la regulación y supervisión de los contenidos en materia de publicidad oficial, así como de las erogaciones derivadas de los servicios de publicidad y comunicación social.</p> <p>El Instituto Nacional de Comunicación y Publicidad Oficial será independiente en sus decisiones y funcionamiento, profesional en su desempeño e imparcial en sus actuaciones, y tendrá las siguientes atribuciones:</p> <p>I. Emitir los lineamientos generales para todos los niveles de gobierno en materia de gasto, contenido y</p>

Edgar A.
10 Abr 18
13:51



<p>II. Treinta por ciento al Poder Legislativo Federal, tiempos que se distribuirán en partes iguales a la Cámara de Diputados y a la Cámara de Senadores;</p> <p>III. Diez por ciento al Poder Judicial Federal, y</p> <p>IV. Veinte por ciento a los Entes Autónomos Constitucionales.</p> <p>La Secretaría de Gobernación dará seguimiento a la utilización de los tiempos fiscales. Asimismo, estará facultada para reasignar estos tiempos cuando no hubieren sido utilizados con oportunidad o se encuentren subutilizados, de conformidad con las disposiciones generales que al efecto emita.</p> <p>Las reasignaciones se ajustarán a la proporción prevista en este artículo.</p>	<p>características de la publicidad oficial;</p> <p>II. Vigilar el destino de los recursos asignados para servicios de comunicación social y publicidad;</p> <p>III. Garantizar la máxima transparencia de la información sobre las erogaciones generadas por servicios de comunicación social y publicidad bajo los principios establecidos en la ley en la materia;</p> <p>IV. Promover las sanciones correspondientes a los servidores públicos que hagan mal uso de la publicidad oficial o de los recursos públicos destinados a ella;</p> <p>V. Administrar el Padrón Nacional de Medios de Comunicación;</p> <p>VI. Emitir los lineamientos generales para la asignación de contratos por servicios de comunicación social y publicidad;</p> <p>VII. Dirigir a las instituciones públicas recomendaciones sobre los topes máximos de gasto en publicidad;</p> <p>VIII. Recibir y atender las quejas y denuncias ciudadanas que se presenten por el mal uso de la publicidad oficial; y</p> <p>IX. Las demás que determine la presente ley.</p> <p>Artículo 17 BIS.- El instituto estará integrada por cinco comisionados con</p>
---	---



	<p>experiencia en el ámbito de la comunicación, ya sea en el sector académico, social o privado.</p> <p>Los comisionados serán nombrados conforme al siguiente procedimiento:</p> <p>I. La Cámara de Diputados constituirá una comisión de selección integrada por nueve mexicanos, por un periodo de tres años, de la siguiente manera:</p> <p>a) Convocará a las instituciones de educación superior y de investigación, para proponer candidatos a fin de integrar la comisión de selección, para lo cual deberán enviar los documentos que acrediten el perfil solicitado en la convocatoria, en un plazo no mayor a quince días, para seleccionar a cuatro miembros basándose en los elementos decisivos que se hayan plasmado en la convocatoria, tomando en cuenta que se hayan destacado por su contribución en materia de defensa y protección de los derechos humanos.</p> <p>b) Convocará a organizaciones de la sociedad civil especializadas en materia de protección y defensa de los derechos humanos, para seleccionar a cinco miembros, en los mismos términos del inciso anterior. El cargo de miembro de la comisión de selección será honorífico.</p> <p>II. La Comisión de Selección deberá emitir una convocatoria, con el objeto de realizar una amplia consulta</p>
--	---



	<p>pública nacional dirigida a toda la sociedad en general, para que presenten sus postulaciones de aspirantes a comisionados. Para ello, definirá la metodología, plazos y criterios de selección de los integrantes del Instituto y deberá hacerlos públicos; en donde deberá considerar al menos las siguientes características:</p> <ul style="list-style-type: none">a) El método de registro y evaluación de los aspirantes;b) Hacer pública la lista de las y los aspirantes;c) Hacer públicos los documentos que hayan sido entregados para su inscripción en versiones públicas;d) Hacer público el cronograma de audiencias;e) Podrán efectuarse audiencias públicas en las que se invitará a participar a investigadores, académicos y a organizaciones de la sociedad civil, especialistas en la materia, yf) El plazo en que se deberá hacer la designación que al efecto se determine, y que se tomará, en sesión pública, por el voto de la mayoría de sus miembros. <p>En caso de que se generen vacantes imprevistas, el proceso de selección del nuevo integrante no podrá</p>
--	---



	<p>exceder el límite de noventa días y el ciudadano que resulte electo desempeñará el encargo por el tiempo restante de la vacante a ocupar.</p> <p>El instituto será presidido por uno de sus comisionados, quien durará en su encargo por un periodo de tres años y será elegido de entre los comisionados, por mayoría calificada.</p> <p>Artículo 17 TER.- Son atribuciones del presidente del instituto las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none">I. Ejercer la representación legal del instituto;II. Presidir el pleno del instituto;III. Convocar a sesiones ordinarias o extraordinarias del pleno del instituto, según lo dispuesto por la ley y su Reglamento interno;IV. Distribuir y delegar funciones en los términos del Reglamento interno;V. Formular los Lineamientos generales a los que se sujetarán las actividades administrativas del Instituto, así como nombrar, dirigir y coordinar a los funcionarios y al personal bajo su autoridad;VI. Dictar las medidas específicas que juzgue convenientes para el mejor desempeño de las funciones del Instituto;VII. Celebrar, en los términos de la
--	--



	<p>legislación aplicable, acuerdos, bases de coordinación y convenios de colaboración con autoridades y organismos nacionales e internacionales, así como con instituciones académicas, para el mejor cumplimiento de sus fines;</p> <p>VIII. Las demás que le señalen la presente ley y su Reglamento.</p> <p>El instituto tomará sus decisiones de manera colegiada por mayoría de votos de sus integrantes.</p> <p>Artículo 17 QUÁTER.- Son atribuciones del pleno del instituto las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Elegir al presidente del instituto; II. Establecer los lineamientos generales de actuación del instituto; III. Aprobar el Reglamento interno del instituto; IV. Aprobar las normas de carácter interno relacionadas con el instituto; y V. Aprobar el proyecto de presupuesto del instituto. <p>Artículo 17 QUINTUS.- El instituto vigilará que la adquisición de publicidad por parte de todo sujeto obligado se ajuste a las siguientes disposiciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> I. No se contratarán con un único medio de comunicación servicios cuyo
--	--

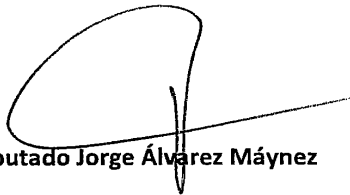


	<p>costo total sea mayor a diez por ciento del gasto total destinado a comunicación social;</p> <p>II. No podrán ser contratados servicios relacionados con la modificación de la línea editorial o con la opinión de los medios de comunicación;</p> <p>III. Las organizaciones no gubernamentales, personas físicas o morales que ejerzan recursos públicos a través de publicidad oficial, deberán ser auditadas por la Auditoría Superior de Federación e integradas al Padrón Nacional;</p> <p>IV. Queda prohibida la difusión de publicidad de servidores públicos personalizada;</p> <p>V. Queda prohibida la transmisión de publicidad o propaganda presentada como información periodística o noticiosa; y,</p> <p>VI. Queda prohibida la contratación de publicidad oficial encubierta, así como el pago directo o indirecto por entrevistas de servidores públicos o por cobertura informativa de eventos oficiales de cualquier clase.</p> <p>Artículo 17 SEXTUS.- Los sujetos obligados deberán publicar en forma continua en su portal de internet, y remitir al instituto, la siguiente información relacionada con la contratación de servicios de comunicación social:</p>
--	---



	<p>I. Monto total destinado desglosando por rubros y entidades correspondientes;</p> <p>II. Contratos celebrados durante el ejercicio fiscal vigente en materia de comunicación social; y</p> <p>III. Un programa anual de comunicación social.</p>
--	---

Atentamente



Diputado Jorge Álvarez Máynez



SECRETARÍA TÉCNICA
PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA
H. CÁMARA DE DIPUTADOS

10 ABR 2018 13:51

RECIBIDO

SALÓN DE SESIONES

Nombre: Palacio Legislativo de San Lázaro, a 10 de abril de 2018



41
MC



Dip. Édgar Romo García,
Presidente de la Mesa Directiva
de la Cámara de Diputados
PRESENTE

Con fundamento en los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, el suscrito, integrante del Grupo Parlamentario de **Movimiento Ciudadano** presenta ante esta Soberanía la reserva al **Capítulo VIII "Del Padrón Nacional de Medios de Comunicación"** del dictamen con proyecto de decreto por el que se expide la Ley General de Comunicación Social.

Se reforma el Capítulo VIII "Del Padrón Nacional de Medios de Comunicación" de la Ley General de Comunicación Social.

Art. 35, 36 y 37

Para quedar como sigue:

Texto del dictamen	Propuesta de modificación
<p>Capítulo VIII Del Padrón Nacional de Medios de Comunicación</p> <p>Artículo 35.- Los Medios de Comunicación que pretendan participar en la contratación de Comunicación Social a que se refiere la presente Ley, deberán estar inscritos previamente en el Padrón Nacional de Medios de Comunicación, a cargo de la Secretaría de Gobernación.</p> <p>La información contenida en el Padrón Nacional de Medios de Comunicación será pública y accesible a distancia.</p> <p>Artículo 36.- El empadronamiento de los Medios de Comunicación en ningún caso, por ese solo hecho, implicará la obligación de contratación por parte</p>	<p>Capítulo VIII Del Padrón Nacional de Medios de Comunicación</p> <p>Artículo 35.- El Padrón Nacional de Medios de Comunicación será un sistema público de información, administrado por el Instituto Nacional de Comunicación y Publicidad Oficial, que contendrá el registro de medios de comunicación que presten servicios en materia de comunicación social y publicidad para los sujetos obligados por la presente ley.</p> <p>Para poder ser registrados en el Padrón Nacional de Medios de Comunicación, los sujetos obligados deberán presentar su declaración de ausencia de conflicto de interés, la cual deberá ser aprobada por el</p>

Edgar N.
10 Abr 18
13:51



<p>de los Entes Públicos.</p> <p>Artículo 37.- La Secretaría de Gobernación llevará a cabo la organización del Padrón, de conformidad con los lineamientos que para tal efecto expida.</p>	<p>Instituto Nacional de Comunicación y Publicidad Oficial.</p> <p>El Instituto publicará y mantendrá actualizado el padrón nacional en un sitio de internet especializado para tal efecto, y accesible en todo momento al público. La Secretaría de Gobernación estará obligada a enviar al Instituto los contratos, convenios y licitaciones celebrados con medios de comunicación para la administración pública federal, dentro de un plazo no mayor a tres días contados a partir de su celebración.</p> <p>Artículo 36.- Los medios de comunicación cuyo registro no figure en el padrón nacional no podrán ser contratados para que brinden servicios de comunicación social para los sujetos obligados.</p> <p>Artículo 37.- El padrón nacional deberá contener las tarifas y criterios bajo los cuáles los medios de comunicación ofertarán sus servicios, quedando estrictamente prohibido que los sujetos obligados puedan adquirir los mismos con tarifas o criterios distintos.</p>
---	---

Atentamente

Diputado Jorge Álvarez Máynez



42
MC

Palacio Legislativo de San Lázaro, a 10 de abril de 2018

Dip. Édgar Romo García,
Presidente de la Mesa Directiva
de la Cámara de Diputados
PRESENTE

Con fundamento en los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, el suscrito, integrante del Grupo Parlamentario de **Movimiento Ciudadano** presenta ante esta Soberanía la reserva al artículo 18 del dictamen con proyecto de decreto por el que se expide la Ley General de Comunicación Social.

Se reforma el artículo 18 de la Ley General de Comunicación Social.

Para quedar como sigue:

Texto del dictamen	Propuesta de modificación
<p>Artículo 18.- [...].</p> <p>El gasto que realicen los Entes Públicos para la difusión de campañas de Comunicación Social deberá sujetarse a lo que establezcan anualmente los presupuestos de egresos respectivos, así como su Programa Anual de Comunicación Social.</p>	<p>Artículo 18.- Los Entes Públicos Federales, podrán destinar recursos presupuestarios para Tiempos Comerciales, siempre y cuando hayan agotado los Tiempos Oficiales.</p> <p>El gasto anual en publicidad oficial no deberá exceder del cero punto quince por ciento (0.15%) del gasto corriente aprobado en los presupuestos para el ejercicio fiscal correspondiente a cada ejecutor de gasto de la Administración Pública Federal, de los Poderes Legislativo y Judicial y de los órganos constitucionales autónomos federales.</p> <p>El monto máximo y restricción para los gobiernos, poderes públicos, órganos constitucionales autónomos de las entidades federativas y sus municipios, no podrá exceder el cero punto quince por ciento (0.15%) de su</p>

SECRETARÍA TÉCNICA
 PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA
 H. CÁMARA DE DIPUTADOS
 10 ABR 2018
RECIBIDO
 SALÓN DE SESIONES
 Hora: 13:51

Edgar A.
 10 Abr 18
 13:51



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA



<p>[...]</p> <p>[...]</p>	<p>respectivo gasto con el presupuesto autorizado para el ejercicio fiscal correspondiente.</p> <p>No podrán reasignarse, ni ampliarse las partidas de comunicación social y publicidad oficial, salvo contingencias y emergencias en materia de programas de protección civil y salud. En caso de que se produzca alguna de las contingencias mencionadas, la reasignación no podrá exceder el 10% de los recursos originalmente presupuestados para las partidas de comunicación social y publicidad oficial, debiendo reportarlo de manera pormenorizada.</p> <p>La adquisición de publicidad por parte de todo sujeto obligado se ajustará a lo siguiente:</p> <ol style="list-style-type: none"> I. No se contratarán con un único medio de comunicación servicios cuyo costo total sea mayor a diez por ciento del gasto total destinado a comunicación social; II. No podrán ser contratados servicios relacionados con la modificación de la línea editorial o con la opinión de los medios de comunicación; III. Las organizaciones no gubernamentales, personas físicas o morales que ejerzan recursos públicos a través de publicidad oficial, deberán ser auditadas por la Auditoría Superior de Federación e integradas al Padrón Nacional; IV. Queda prohibida la difusión de publicidad de servidores públicos personalizada;
---------------------------	--



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA



	<p>V. Queda prohibida la de publicidad o propaganda presentada como información periodística o noticiosa; y,</p> <p>VI. Queda prohibida la contratación de publicidad oficial encubierta, así como el pago directo o indirecto por entrevistas de servidores públicos o por cobertura informativa de eventos oficiales de cualquier clase.</p> <p>[...]</p> <p>[...]</p>
--	--

Atentamente

Diputado Jorge Álvarez Máñez



43

Palacio Legislativo de San Lázaro, a 10 de abril de 2018

Dip. Édgar Romo García,
Presidente de la Mesa Directiva
de la Cámara de Diputados
PRESENTE

Con fundamento en los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, el suscrito, integrante del Grupo Parlamentario de **Movimiento Ciudadano** presenta ante esta Soberanía la reserva al **Artículo 14** del dictamen con proyecto de decreto por el que se expide la **Ley General de Comunicación Social**.

Se reforma el Artículo ~~14~~ de la Ley General de Comunicación Social.

Para quedar como sigue:

Texto del dictamen	Propuesta de modificación
<p>Artículo 14.- El informe anual de labores o gestión de los Servidores Públicos, así como los mensajes que para darlos a conocer que se difundan en canales de televisión y estaciones de radio, no serán considerados como Comunicación Social, siempre que la difusión se limite a una vez al año con cobertura geográfica regional correspondiente al ámbito de responsabilidad del servidor público y no exceda de los 7 días anteriores y 5 posteriores a la fecha en que se rinda el informe.</p>	<p>Artículo 14.- El informe anual de labores o gestión de los Servidores Públicos, así como los mensajes que para darlos a conocer que se difundan en canales de televisión y estaciones de radio, serán considerados como Comunicación Social, y se regulará en términos de lo dispuesto en el numeral 5, del artículo 242, de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales.</p>
<p>En ningún caso la difusión de tales informes podrá tener fines electorales, ni realizarse dentro del periodo de campaña electoral.</p>	<p>[...]. [...]. [...].</p>
<p>Las Secretarías Administradoras podrán vincular las Campañas de Comunicación Social de los Entes</p>	<p>[...].</p>

Edgar A.
 10 Abr 18
 13:52

SECRETARÍA TÉCNICA
 PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA
 H. CÁMARA DE DIPUTADOS
 10 ABR 2018
RECIBIDO
 SALÓN DE SESIONES
 Hora 13:51
 Nombre: _____



<p>Públicos que consideren temas afines o líneas de acción compartidas en el marco de sus respectivas competencias, señalando debidamente al o los Entes Públicos que participen en la Coemisión de Campaña.</p> <p>Para lo anterior, la Secretaría Administradora coordinará y dará seguimiento a la vinculación de los esfuerzos comunicacionales con base en las Estrategias y Programas anuales recibidos.</p>	
--	--

Atentamente

Diputado Jorge Alvarez Máynez



44
MC

Palacio Legislativo de San Lázaro, a 10 de abril de 2018

Dip. Édgar Romo García,
Presidente de la Mesa Directiva
de la Cámara de Diputados
P R E S E N T E

Con fundamento en los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, el suscrito, integrante del Grupo Parlamentario de **Movimiento Ciudadano** presenta ante esta Soberanía la reserva al artículo 4° fracción I del dictamen con proyecto de decreto por el que se expide la Ley General de Comunicación Social.

Se reforma el artículo 4° fracción I de la Ley General de Comunicación Social.

Para quedar como sigue:

Texto del dictamen	Propuesta de modificación
<p>Artículo 4.- Para los efectos de esta Ley, se entenderá por:</p> <p>I. Campañas de Comunicación Social: Aquéllas que difunden el quehacer gubernamental, acciones o logros de Gobierno o estimulan acciones de la ciudadanía para acceder a algún beneficio o servicio público;</p>	<p>Artículo 4.- Para los efectos de esta Ley, se entenderá por:</p> <p>I. Publicidad oficial: Toda la publicidad colocada en los medios de comunicación, en la vía pública, en redes sociales y plataformas digitales, por todas las ramas del gobierno y en todos los órdenes de gobierno. Comprende, asimismo, toda la publicidad de las empresas controladas por el Estado y organismos públicos autónomos. Su propósito es difundir las políticas, programas, servicios e iniciativas gubernamentales; promover el ejercicio de los derechos y el cumplimiento de los deberes de los ciudadanos; incidir en el comportamiento social y estimular la participación de la sociedad civil en la vida pública y, en general, informar sobre cualquier hecho que sea de</p>

Edgar A
10 Abr 18
13:33

SECRETARÍA TÉCNICA
 PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA
 H. CÁMARA DE DIPUTADOS
 10 ABR 2018
RECIBIDO
 SALÓN DE SESIONES
 Nombre: _____ Hora: 13:51



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA



relevancia pública;

Atentamente

Diputado Jorge Álvarez Máynez



45


Palacio Legislativo de San Lázaro, a 10 de abril de 2018

Dip. Édgar Romo García,
Presidente de la Mesa Directiva
de la Cámara de Diputados
PRESENTE

Con fundamento en los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, el suscrito, integrante del Grupo Parlamentario de **Movimiento Ciudadano** presenta ante esta Soberanía la reserva al **Artículo 11** del dictamen con proyecto de decreto por el que se expide la **Ley General de Comunicación Social**.

Se reforma el **Artículo 11** de la **Ley General de Comunicación Social**.

Para quedar como sigue:

Texto del dictamen	Propuesta de modificación
<p>Artículo 11.- La Comunicación Social que difundan programas que otorguen subsidios o beneficios directos a la población, deberán incluir de manera visible o audible, la siguiente leyenda "Este programa es público, ajeno a cualquier partido político. Queda prohibido el uso para fines distintos a los establecidos en el programa".</p> <p>Para lo anterior, deberán considerarse las características de cada Medio de Comunicación. En los casos de los programas de desarrollo social únicamente deberá incluirse la leyenda establecida en el artículo 28 de la Ley General de Desarrollo Social.</p> <p>En ningún caso los partidos políticos podrán emplear o referir estos programas en su propaganda o Comunicación Social.</p>	<p>Artículo 11.- Toda la Comunicación Social deberá quedar plenamente identificada, incluyendo las columnas que escriban funcionarios deben ser identificadas como publicidad pagada.</p> <div style="text-align: center;">  <p>SECRETARÍA TÉCNICA PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA H. CÁMARA DE DIPUTADOS</p> <p>10 ABR 2018</p> <p>RECIBIDO</p> <p>SALÓN DE SESIONES</p> <p>Nombre: _____ Hora: 13:52</p> </div>

Edgar A.
10 Abr 18
13:53

[Handwritten signature]



Atentamente



Diputado Jorge Álvarez Máynez



46

Palacio Legislativo de San Lázaro, a 10 de abril de 2018

Dip. Édgar Romo García,
Presidente de la Mesa Directiva
de la Cámara de Diputados
PRESENTE

Con fundamento en los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, el suscrito, integrante del Grupo Parlamentario de **Movimiento Ciudadano** presenta ante esta Soberanía la reserva al **Artículo 9** del dictamen con **proyecto de decreto por el que se expide la Ley General de Comunicación Social.**

Se reforma el Artículo 9 de la Ley General de Comunicación Social.

Para quedar como sigue:

Texto del dictamen	Propuesta de modificación
<p>Artículo 9.- Además de lo previsto en el artículo 21 de esta Ley, no se podrán difundir Campañas de Comunicación Social, cuyos contenidos:</p> <p>I. Tengan por finalidad destacar, de manera personalizada, nombres, imágenes, voces o símbolos de cualquier servidor público, con excepción de lo previsto en el artículo 14;</p> <p>II. Incluyan mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los valores, principios y derechos constitucionales;</p> <p>III. Inciten, de forma directa o indirecta, a la violencia o a comportamientos contrarios al ordenamiento jurídico, y</p>	<p>Artículo 9.- Además de lo previsto en el artículo 21 de esta Ley, no se podrán difundir Campañas de Comunicación Social, cuyos contenidos:</p> <p>I. Consistan en la difusión de publicidad de servidores públicos personalizada;</p> <p>II. ... IV.</p>

Edgar A
10 Abr, 18
13:54

SECRETARÍA TÉCNICA
 PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA
 DE LA CÁMARA DE DIPUTADOS
 10 ABR 2018
RECIBIDO
 SALÓN DE SESIONES
 Hnoj 2-155
 Nombre: _____



IV. Induzcan a la confusión con los símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes empleadas por cualquier organización política o social.	
--	--

Atentamente



Diputado Jorge Álvarez Máñez



47

Palacio Legislativo de San Lázaro, a 10 de abril de 2018

Dip. Édgar Romo García,
Presidente de la Mesa Directiva
de la Cámara de Diputados
PRESENTE

Con fundamento en los artículos 109 y 110 del Reglamento de la Cámara de Diputados, el suscrito, integrante del Grupo Parlamentario de **Movimiento Ciudadano** presenta ante esta Soberanía la reserva al artículo 3° del dictamen con proyecto de decreto por el que se expide la Ley General de Comunicación Social.

Se reforma el artículo 3° de la Ley General de Comunicación Social.

Para quedar como sigue:

Texto del dictamen	Propuesta de modificación
<p>Artículo 3.- Son sujetos obligados al cumplimiento de lo dispuesto en esta Ley, los poderes públicos, los órganos a los que la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos dota de autonomía, las dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro ente público de los tres órdenes de gobierno.</p>	<p>Artículo 3.- Para efectos de la presente ley, son sujetos obligados: cualquier autoridad, entidad, órgano y organismo de los Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial, órganos autónomos, así como cualquier persona física o moral que reciba y ejerza recursos públicos destinados a los rubros de comunicación social y publicidad oficial en los ámbitos federal, de las Entidades Federativas y municipal.</p>

Edgar A.
 10 Abr 18
 13:55

Atentamente



SECRETARÍA TÉCNICA
 PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA
 H. CÁMARA DE DIPUTADOS
 Diputado Jorge Álvarez Máynez

10 ABR 2018

RECIBIDO

SALÓN DE SESIONES
 Nombre: _____ Hora: 13:55



DIP. FED. LAURA NEREIDA PLASCENCIA
PACHECO



50

RECIBIDO
SALÓN DE SESIONES
Hora: 13:58

Palacio Legislativo de San Lázaro a 10 de abril de 2018.

No. De Oficio: LNPP/LXIII/0013/2018

DIP. EDGAR ROMO GARCÍA
Presidente de la Mesa Directiva de la
Cámara de Diputados
PRESENTE



4, 8, 9, 10, 16, 17,
31, 43

La que suscribe, **Laura Nereida Plascencia Pacheco**, diputada federal, integrante del grupo parlamentario de Movimiento Ciudadano, con fundamento en lo dispuesto por el artículo 109 del Reglamento de la Cámara de Diputados, le solicito tenga a bien considerar las siguientes modificaciones al dictamen de la Comisión de Gobernación, con proyecto de decreto por el que se expide la Ley General de Comunicación Social, para quedar como sigue:

Edgar R
10 Abr 18
13:59

Propuesta Dictamen	Debe decir
<p>Artículo Único. Se expide la Ley General de Comunicación Social, para quedar como sigue:</p> <p>Artículo 4. Para los efectos de esta Ley, se entenderá por:</p> <p>I. a IX. ...</p> <p>X. Secretaria Administradora: La Secretaria de Gobernación y la dependencia o unidad administrativa equivalente en el ámbito de las entidades federativas y os municipios, encargada de regular y administrar el gasto en materia de comunicación social, así como las áreas o unidades administrativas con funciones o atribuciones equivalentes que determinen el resto de los entes públicos;</p> <p>XI. a XVI. ...</p>	<p>Artículo Único. Se expide la Ley General de Comunicación Social, para quedar como sigue:</p> <p>Artículo 4. Para los efectos de esta Ley, se entenderá por:</p> <p>I. a IX. ...</p> <p>X. Secretaria Administradora: La Secretaria de Gobernación, la dependencia o unidad administrativa equivalente para cada poder o ente autónomo, en el ámbito de las entidades federativas y os municipios, encargada de regular y administrar el gasto en materia de comunicación social, así como las áreas o unidades administrativas con funciones o atribuciones equivalentes que determinen el resto de los entes públicos;</p> <p>XI. a XVI. ...</p>



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

DIP. FED. LAURA NEREIDA PLASCENCIA
PACHECO



<p>Artículo 5. En el ejercicio del gasto público en materia de comunicación social, los Entes Públicos deberán observar con los siguientes principios rectores:</p> <p>a) a i). ...</p> <p>...</p> <p>...</p>	<p>Artículo 5. En el ejercicio del gasto público en materia de comunicación social, los Entes Públicos deberán observar con los siguientes principios rectores:</p> <p>a) a i). ...</p> <p>...</p> <p>...</p>
<p>Artículo 8. Las campañas de Comunicación Social, deberán:</p> <p>I. Promover la difusión y conocimiento de los valores, principios y derechos constitucionales;</p> <p>II. Promover campañas de turismo, educación, salud, y protección civil, entre otras;</p> <p>III. a VIII. ...</p>	<p>Artículo 8. Las campañas de Comunicación Social, deberán:</p> <p>I. Promover la difusión y conocimiento de los derechos humanos, principios y derechos constitucionales;</p> <p>II. Promover campañas de turismo, educación, salud, derechos humanos de las mujeres, erradicación de los delitos cometidos contra las mujeres, contra la trata de personas y protección civil, entre otras;</p> <p>III. a VIII. ...</p>
<p>Artículo 9. Además de lo previsto en el artículo 21 de esta Ley, no se podrán difundir campañas de Comunicación Social, cuyos contenidos:</p> <p>I. ...</p> <p>II. Incluyan mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los valores, principios y derechos constitucionales;</p> <p>III. y IV. ...</p>	<p>Artículo 9. Además de lo previsto en el artículo 21 de esta Ley, no se podrán difundir campañas de Comunicación Social, cuyos contenidos:</p> <p>I. ...</p> <p>II. Incluyan mensajes discriminatorios, sexistas, contrarios a los derechos humanos, principios y derechos constitucionales;</p> <p>III. y IV. ...</p>
<p>Artículo 10. Por ningún motivo el contenido de la Comunicación Social que difundan los Entes Públicos podrá incluir mensajes que impliquen un ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, provoque algún delito o perturbe el orden público.</p>	<p>Artículo 10. Por ningún motivo el contenido de la Comunicación Social que difundan los Entes Públicos podrá incluir mensajes que impliquen un ataque a los derechos humanos, la moral, la vida privada o los derechos de terceros,</p>



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

DIP. FED. LAURA NEREIDA PLASCENCIA
PACHECO



	<p>provoque algún delito o perturbe el orden público.</p>
<p>Artículo 16. En casos de emergencia derivados de situaciones derivadas de situaciones de salud, desastres naturales o de protección civil los sujetos obligados podrán difundir campañas de Comunicación Social necesarias para mantener informada a la población, de conformidad con lo previsto en el Capítulo VI de este Título.</p>	<p>Artículo 16. En casos de emergencia derivados de situaciones derivadas de situaciones de salud pública, desastres naturales o de protección civil los sujetos obligados podrán difundir campañas de Comunicación Social necesarias para mantener informada a la población, de conformidad con lo previsto en el Capítulo VI de este Título.</p>
<p>Artículo 17. ...</p> <p>La distribución de los Tiempos Fiscales se realizará con la proporción siguiente:</p> <p>I. Cuarenta por ciento al Poder Ejecutivo Federal;</p> <p>II. Treinta por ciento al Poder Legislativa Federal, tiempos que se distribuirán en partes iguales a la Cámara de Diputados y a la Cámara de Senadores;</p> <p>III. Diez por ciento al Poder Judicial Federal, y</p> <p>IV. Veinte por ciento a los Entes Autónomos Constitucionales.</p> <p>La Secretaria de Gobernación dará seguimiento a la utilización de los tiempos fiscales. Asimismo, estará facultada para reasignar estos tiempos cuando no hubieren sido utilizados con oportunidad o se encuentren subutilizados, de conformidad con las disposiciones generales que al efecto emita.</p> <p>...</p>	<p>Artículo 17. ...</p> <p>La distribución de los Tiempos Fiscales se realizará con la proporción siguiente:</p> <p>I. Treinta por ciento al Poder Ejecutivo Federal;</p> <p>II. Treinta por ciento al Poder Legislativa Federal, tiempos que se distribuirán en partes iguales a la Cámara de Diputados y a la Cámara de Senadores;</p> <p>III. Veinte por ciento al Poder Judicial Federal, y</p> <p>IV. Veinte por ciento a los Entes Autónomos Constitucionales.</p> <p>La Secretaria de Gobernación dará seguimiento a la utilización de los tiempos fiscales. Asimismo, estará facultada para reasignar los tiempos asignados al Poder Ejecutivo Federal cuando no hubieren sido utilizados con oportunidad o se encuentren subutilizados, de conformidad con las disposiciones generales que al efecto emita.</p> <p>...</p>
<p>Artículo 31. Las dependencias y entidades de las administraciones públicas podrán difundir a través de Medios de Comunicación, mensajes extraordinarios que comprendan información relevante</p>	<p>Artículo 31. Las dependencias y entidades de las administraciones públicas podrán difundir a través de Medios de Comunicación, mensajes extraordinarios que comprendan información relevante</p>



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

DIP. FED. LAURA NEREIDA PLASCENCIA
PACHECO



<p>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.</p> <p>El registro posterior de los Mensajes extraordinarios debe solicitarse a la Secretaría Administradora, justificando las razones de su emisión. Una vez autorizando el Mensaje extraordinario, las dependencias y entidades deben integrar dicho mensaje en el Programa Anual.</p>	<p>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.</p> <p>Los fines de la publicidad oficial deben ser de interés y utilidad públicos, por lo tanto, su contenido debe ser informativo y útil y no debe, bajo cualquier circunstancia, promover la imagen de los funcionarios públicos como lo estipula la propia Constitución.</p> <p>El registro posterior de los Mensajes extraordinarios debe solicitarse a la Secretaría Administradora, justificando las razones de su emisión. Una vez autorizando el Mensaje extraordinario, las dependencias y entidades deben integrar dicho mensaje en el Programa Anual.</p>
<p>Artículo 43. La secretaria administradora, remitirá anualmente a la Cámara de Diputados o los congresos locales, respectivamente, a través de la comisión competente, la relación de todos los programas y campañas de comunicación social, desglosadas por dependencias y entidades, así como la programación de las erogaciones destinadas a sufragarlos.</p> <p>Asimismo, en lo que respecta a la Administración Pública Federal, deberá contener la descripción de las fórmulas, modalidades y reglas para la asignación de tiempos oficiales, Dicho informe deberá presentarse una vez autorizados los programas anuales de comunicación correspondientes.</p>	<p>Artículo 43. La secretaria administradora, remitirá trimestral y anualmente a la Cámara de Diputados o los congresos locales, respectivamente, a través de la comisión competente, la relación de todos los programas y campañas de comunicación social, desglosadas por dependencias y entidades, así como la programación de las erogaciones destinadas a sufragarlos. El uso de la publicidad oficial debe apegarse al pluralismo mediático y al mantenimiento de medios locales y rurales, que garanticen la diversidad tanto en la propiedad como en los contenidos.</p> <p>Asimismo, en lo que respecta a la Administración Pública Federal, deberá contener la descripción de las fórmulas, modalidades y reglas para la asignación de tiempos oficiales. Dicho informe deberá presentarse una vez autorizados los programas anuales de comunicación correspondientes.</p>



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

DIP. FED. LAURA NEREIDA PLASCENCIA
PACHECO



Los Poderes Legislativos y Judiciales, así como los órganos constitucionales autónomos o cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, también reportarán la información a que se refiere al artículo 42 y el presente a la Auditoría Superior de la Federación o equivalente en las entidades federativas que corresponda, de conformidad con la legislación aplicable.	Los Poderes Legislativos y Judiciales, así como los órganos constitucionales autónomos o cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, también reportarán la información a que se refiere al artículo 42 y el presente a la Auditoría Superior de la Federación o equivalente en las entidades federativas que corresponda, de conformidad con la legislación aplicable.
---	---

Agradeciendo de antemano la atención brindada al presente, quedo de usted.



Grupo Parlamentario
Partido Encuentro Social

29
PES




CC. SECRETARIOS DE LA MESA DIRECTIVA

Quien suscribe, diputado federal a la LXIII Legislatura, integrante del Grupo Parlamentario del Partido Encuentro Social, con fundamento en los artículos 109 y 111 del Reglamento de la Cámara de Diputados somete a esta Soberanía la presente reserva al dictamen de la Comisión de Gobernación, con proyecto de decreto por el que se expide la Ley general de Comunicación Social en lo relativo a los artículos 29, 33 y 35.

Edgar N.
10 Abr 18
13:28

RESERVA

DICE	DEBE DECIR
<p>Artículo 29.- Una vez autorizada la Estrategia y el Programa Anual conforme al artículo 25 y de acuerdo a las vigencias establecidas en el mismo, las dependencias y entidades deberán presentar ante la Secretaría Administradora, la solicitud de autorización por cada campaña registrada en el Programa.</p>	<p>Artículo 29.- ...</p>
<p>Salvo los mensajes extraordinarios previstos en el Capítulo VI del Título II de esta Ley, la Secretaría Administradora no autorizará solicitudes de campañas que hayan iniciado su difusión, por lo que las dependencias y entidades deben considerar los tiempos del procedimiento de autorización para llevar a cabo la planeación de sus</p>	<p>...</p> <div data-bbox="938 1312 1312 1564" style="text-align: center;">  <p>SECRETARÍA TÉCNICA PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA H. CÁMARA DE DIPUTADOS</p> <p>10 ABR 2018</p> <p>RECIBIDO</p> <p>SALÓN DE SESIONES</p> <p>Nombre: _____</p> </div>

3:21



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

Grupo Parlamentario Partido Encuentro Social

<p>campañas, mismos que se establecerán en los Lineamientos respectivos.</p> <p>Cada solicitud de campaña registrada deberá contener, por lo menos:</p> <p>I. Los Medios de Comunicación a utilizar;</p> <p>II. Los recursos a erogar, y</p> <p>III. Los requisitos adicionales que establezcan las autoridades correspondientes de conformidad con las disposiciones que para tal efecto emitan en el marco de sus respectivas competencias.</p>	<p>Cada solicitud de campaña registrada deberá contener, por lo menos:</p> <p>I. ...</p> <p>II. Los recursos a erogar, así como el desglose por tipo de tiempo.</p> <p>III. ...</p>
<p>Artículo 33.- Las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal registrarán en el Sistema Público a cargo de la Secretaría de la Función Pública, dentro de los primeros diez días naturales siguientes a la terminación de cada mes, la información de las erogaciones referidas a gasto en Comunicación Social.</p> <p>Cada informe deberá contener lo siguiente:</p> <p>I. Partida de gasto afectada;</p> <p>II. Fecha de la Erogación;</p> <p>III. Descripción del servicio contratado;</p> <p>IV. Unidad de medida;</p>	<p>Artículo 33.- Las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal registrarán en el Sistema Público a cargo de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, dentro de los primeros diez días naturales siguientes a la terminación de cada mes, la información de las erogaciones referidas a gasto en Comunicación Social.</p> <p>...</p> <p>I. - VIII. ...</p>



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

Grupo Parlamentario Partido Encuentro Social

<p>V. Cantidad (número de unidades de medida contratadas);</p>	
<p>VI. Costo, tarifa o cuota unitaria contratada;</p>	
<p>VII. Monto total erogado (incluido el Impuesto al Valor Agregado), y</p>	
<p>VIII. Nombre de la persona física o moral contratada y su Registro Federal de Contribuyentes.</p>	
<p>Las administraciones públicas de las entidades federativas, de los municipios y de las demarcaciones territoriales de la Ciudad de México, reportarán a través de su Sistema Público la información en los términos del párrafo anterior a la secretaría o unidad de la función pública o control interno que corresponda, en el plazo que prevea la legislación aplicable.</p>	<p>...</p>
<p>Los Poderes Legislativos y Judiciales, así como los órganos constitucionales autónomos o cualquier otro ente de los tres órdenes de gobierno, también reportarán la información a que se refiere el párrafo segundo de este artículo a la Auditoría Superior de la Federación o equivalente en las entidades federativas que corresponda, de conformidad con la legislación aplicable.</p>	<p>...</p>
<p>La responsabilidad del cumplimiento tanto del contenido de las campañas como que tengan la debida</p>	<p>...</p>



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

Grupo Parlamentario Partido Encuentro Social

autorización, recaerá en cada Ente Público.	
<p>Artículo 35.- Los Medios de Comunicación que pretendan participar en la contratación de Comunicación Social a que se refiere la presente Ley, deberán estar inscritos previamente en el Padrón Nacional de Medios de Comunicación, a cargo de la Secretaría de Gobernación.</p>	<p>Artículo 35.- Los Medios de Comunicación que pretendan participar en la contratación de Comunicación Social a que se refiere la presente Ley, deberán estar inscritos previamente en el Padrón Nacional de Medios de Comunicación, a cargo de la Secretaría de la Función Pública.</p>
<p>La información contenida en el Padrón Nacional de Medios de Comunicación será pública y accesible a distancia.</p>	<p>...</p>

Dado en el Palacio Legislativo de San Lázaro, a 10 de abril de 2018

Suscribe

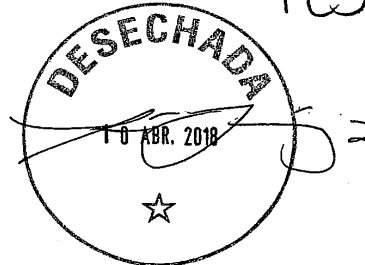
[Handwritten Signature]

Rafael T. Garza C.



Grupo Parlamentario
Partido Encuentro Social

30
PES



CC. SECRETARIOS DE LA MESA DIRECTIVA

Quien suscribe, diputado federal a la LXIII Legislatura, integrante del Grupo Parlamentario del Partido Encuentro Social, con fundamento en los artículos 109 y 111 del Reglamento de la Cámara de Diputados somete a esta Soberanía la presente reserva al dictamen de la Comisión de Gobernación, con proyecto de decreto por el que se expide la Ley general de Comunicación Social en lo relativo a los artículos 6,12 y18.

RESERVA

DICE	DEBE DECIR
<p>Artículo 6.- Serán aplicables de manera supletoria, 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 de Fiscalización y Rendición de Cuentas de la Federación y la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública.</p>	<p>Artículo 6.- Serán aplicables de manera supletoria, 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 de Fiscalización y Rendición de Cuentas de la Federación, la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, los decretos de egresos de la federación y la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública.</p>
<p>Los Medios de Comunicación tienen garantizado el pleno ejercicio del desarrollo a la libertad de expresión en la contratación y difusión de</p>	<p>...</p>

Edgardo A.
10 Abr 18
13:28



SECRETARÍA TÉCNICA
PRESIDENCIA DE LA MESA DIRECTIVA
H. CÁMARA DE DIPUTADOS

10 ABR 2018

RECIBIDO

SALÓN DE SESIONES
Nombre: _____ Hora: 13:23



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

Grupo Parlamentario Partido Encuentro Social

<p>propaganda gubernamental, en términos de los artículos 6º y 7º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.</p>	
<p>Artículo 12.- Se procurará que las campañas de Comunicación Social se transmitan en versiones y formatos accesibles para personas con capacidades diferentes.</p> <p>Las campañas de Comunicación Social deberán considerar el uso de la Lengua de Señas Mexicanas por medio de un intérprete, subtítulaje, así como de textos o tecnologías que permitan el acceso a los contenidos de Comunicación Social en televisión a las personas con discapacidad auditiva.</p> <p>En comunidades indígenas, se procurará que las campañas de comunicación social se difundan en la lengua o las lenguas correspondientes.</p>	<p>Artículo 12.- Se procurará que las campañas de Comunicación Social se transmitan en versiones y formatos accesibles para personas con discapacidad.</p> <p>...</p> <p>En comunidades indígenas, las campañas de comunicación social se difundirán en la lengua o las lenguas correspondientes.</p>
<p>Artículo 18.- Los Entes Públicos Federales, podrán destinar recursos presupuestarios para Tiempos Comerciales, siempre y cuando, hayan solicitado los Tiempos Oficiales, y dichos tiempos no estuvieran disponibles en los espacios y tiempos solicitados.</p>	<p>Artículo 18.- Los Entes Públicos Federales, podrán destinar recursos presupuestarios para Tiempos Comerciales, siempre y cuando, hayan solicitado los Tiempos Oficiales, y dichos tiempos no estuvieran disponibles en los espacios y tiempos solicitados.</p> <p>La contratación de tiempos comerciales no podrá exceder el diez por ciento de los recursos aprobados en el presupuesto de egresos de la federación</p>



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

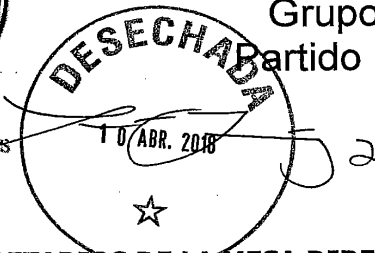
Grupo Parlamentario Partido Encuentro Social

<p>El gasto que realicen los Entes Públicos para la difusión de campañas de Comunicación Social deberá sujetarse a lo que establezcan anualmente los presupuestos de egresos respectivos, así como su Programa Anual de Comunicación Social.</p> <p>Los Entes Públicos no podrán convenir el pago de créditos fiscales, ni de cualquier otra obligación de pago a favor de la autoridad, a través de la prestación de servicios de publicidad, impresiones, inserciones y demás actividades en materia de Comunicación Social.</p> <p>Los medios de difusión del sector público podrán convenir con los del sector privado la prestación recíproca de servicios de publicidad.</p>	<p>correspondiente al año fiscal en ejercicio.</p> <p>...</p> <p>...</p> <p>Los medios de difusión del sector público podrán convenir con los del sector privado la prestación recíproca de servicios de publicidad; dichas prestaciones no podrán exceder en ninguna de sus formas el porcentaje establecido en el presente artículo.</p>
--	--

Dado en el Palacio Legislativo de San Lázaro, a 10 de abril de 2018

Suscribe

Dip. Abel Cruz Hernández



Grupo Parlamentario
Partido Encuentro Social

31
PES

CC. SECRETARIOS DE LA MESA DIRECTIVA



Quien suscribe, diputado federal a la LXIII Legislatura, integrante del Grupo Parlamentario del Partido Encuentro Social, con fundamento en los artículos 109 y 111 del Reglamento de la Cámara de Diputados somete a esta Soberanía la presente reserva al dictamen de la Comisión de Gobernación, con proyecto de decreto por el que se expide la Ley general de Comunicación Social en lo relativo al artículo 44.

RESERVA

DICE	DEBE DECIR
<p>Artículo 44.- Constituyen infracciones a la presente Ley de los Entes y Servidores Públicos, según sea el caso:</p> <p>I. Difundir campañas de Comunicación Social violatorias de los principios establecidos en el artículo 5 de la presente Ley;</p> <p>II. Exceder los límites y condiciones establecidas para los informes anuales de labores de los Servidores Públicos, y</p>	<p>Artículo 44.- Constituyen infracciones a la presente Ley, cuando los Entes Públicos y Servidores Públicos:</p> <p>I. Difunda campañas de Comunicación Social contrarias a los deberes que establece en el artículo 8 de la presente Ley, hasta con la amonestación pública al servidor público;</p> <p>II. Exceda los límites autorizados en el decreto de presupuesto de egresos de la federación; así como de las condiciones establecidas para los informes anuales de labores de los Servidores Públicos, se suspenderá del empleo, cargo o comisión, hasta que se resuelva en definitiva el asunto.</p>

Edgardo A.
13:28
10/04/18



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

Grupo Parlamentario Partido Encuentro Social

<p>III. El incumplimiento de cualquiera de las disposiciones contenidas en esta Ley.</p>	<p>III. El incumplimiento de cualquiera de las disposiciones contenidas en esta Ley.</p> <p>Las infracciones se procesarán en los términos de la Ley General de Responsabilidades Administrativas.</p>
--	---

Dado en el Palacio Legislativo de San Lázaro, a 10 de abril de 2018

Suscribe

Dip. Abel Cruz Hernández