



Instituto
Belisario Domínguez
Senado de la República

NOTA LEGISLATIVA

DIRECCIÓN GENERAL DE DIFUSIÓN Y PUBLICACIONES
MIÉRCOLES, 25 DE ABRIL DE 2018

LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Ley General de Comunicación Social

La Ley de General de Comunicación Social, reglamentaria del párrafo octavo del artículo 134 constitucional, 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.

Es aplicable a cualquier campaña de comunicación social pagada con recursos públicos. En ese sentido, se define a las campañas de comunicación social como "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".

Define como "Secretarías Administradoras" a la Secretaría de Gobernación y la dependencia o unidad administrativa equivalente en el ámbito de las Entidades Federativas y los municipios, encargada de regular 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.

Crea el Padrón Nacional de Medios de Comunicación, el cual será administrado por la Secretaría de Gobernación.

Estipula que mientras se desarrollen procesos electorales deberá suspenderse toda campaña de comunicación social, exceptuando los mensajes de las autoridades electorales, de servicios de salud y educativos y de protección civil.

Principios

La ley establece como principios en el ejercicio del gasto público en materia de comunicación social a la eficiencia, la racionalidad, la transparencia y la máxima publicidad, la honradez, la objetividad e imparcialidad, la institucionalidad y la veracidad.

Además, precisa que 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.

Reglas

Se establecen, entre otras, las siguientes reglas para las campañas de comunicación social:

- Promover los valores, principios y derechos constitucionales.
- Promover campañas de turismo, educación, salud y protección civil.
- Informar a los ciudadanos de sus derechos y obligaciones legales y de las condiciones de acceso y uso de los espacios y servicios públicos.
- Anunciar medidas preventivas de riesgos
- Difundir las lenguas nacionales y el patrimonio histórico de la Nación
- Comunicar programas y actuaciones públicas.

Prohibiciones

Por otro lado, se prohíben las campañas que:

- Tengan la finalidad destacar, de manera personalizada, nombres, imágenes, voces o símbolos de cualquier servidor público.
- Incluyan mensajes discriminatorios.

- Inciten a la violencia.

Informes de labores

La ley señala que los informes de labores y de gestión de los servidores públicos 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.

Además, estipula en ningún caso la difusión de tales informes podrá tener fines electorales, ni realizarse dentro del periodo de campaña electoral.

Tiempos oficiales

Se establece que los Tiempos Oficiales -comprendidos por los Tiempos de Estado y los Tiempos Fiscales- 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.

La Secretaría de Gobernación administrará el uso de estos espacios.

Tiempos de Estado

Son definidos como los tiempos gratuitos en términos de lo dispuesto por la legislación en materia de telecomunicaciones y radiodifusión.

Tiempos fiscales

Los Tiempos Fiscales se definen como aquellos que 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.

La distribución de estos tiempos se realizará en la proporción siguiente:

- 40% al Poder Ejecutivo Federal
- 30% al Poder Legislativo Federal
- 10 % al Poder Judicial Federal
- 20% a los órganos autónomos.

Gasto en comunicación social

La ley faculta a los entes públicos federales para adquirir tiempos comerciales, siempre y cuando no exista disponibilidad de Tiempos de Oficiales.

Los Entes Públicos deberán elaborar una Estrategia anual de Comunicación Social, para efectos de la difusión de mensajes sobre programas y actividades gubernamentales.

Los Entes Públicos que cuenten con recursos en el Presupuesto de Egresos para Comunicación Social, deberán elaborar un Programa Anual de Comunicación Social, el cual deberá precisar el conjunto de Campañas de Comunicación Social a difundirse en el ejercicio fiscal respectivo.

Mensajes extraordinarios

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.

Vigilancia y Control de la Contratación de la Comunicación Social

Las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal registrarán en un Sistema Público que estará 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.

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.

Los Poderes Legislativos y Judiciales, así como los órganos constitucionales autónomos reportarán la información del gasto en comunicación social al órgano superior de fiscalización que corresponda.

Padrón Nacional de Medios de Comunicación

Los medios de comunicación que pretendan participar en la contratación de comunicación social deberán estar inscritos previamente en el Padrón Nacional de Medios de Comunicación, que será administrado por la Secretaría de Gobernación.

Transparencia y rendición de cuentas

Los Entes Públicos deberán poner a disposición del público y mantener actualizada, en los respectivos sitios de Internet, la información, sobre los montos destinados a gastos relativos a Campañas de Comunicación Social desglosada por tipo de medio, proveedores, número de contrato y concepto o campaña.

Infracciones

Se establecen como infracciones la difusión de campañas que violen los principios establecidos en la ley y exceder los límites y condiciones establecidas para los informes anuales de labores de los servidores públicos.

El dictamen analizado por las Comisiones Unidas de Gobernación; de Radio, Televisión y Cinematografía; y de Estudios Legislativos, Primera, se puede consultar en la siguiente dirección:

http://www.senado.gob.mx/sgsp/gaceta/63/3/2018-04-12-1/assets/documentos/Minuta_LGCS.pdf

INSTITUTO BELISARIO DOMÍNGUEZ

Presidente Senador Manuel Bartlett Díaz
Secretario Senador Rubén Antonio Zuarth Esquinca
Secretario Senador Daniel Gabriel Ávila Ruiz
Secretario Senador Marlon Berlanga Sánchez

Director General de Difusión y Publicaciones Mtro. Juan Carlos Amador Hernández



Dirección General de Difusión y Publicaciones
Donceles No. 14, primer piso, Col. Centro, Deleg.
Cuauhtémoc, 06010, México D.F.

Contacto
Tel (55) 5722-4800 Ext. 4824

<http://www.ibd.senado.gob.mx>

Facebook: IBDSenado Twitter: @IBDSenado