

I.- DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA INICIATIVA

1.-Nombre de la Iniciativa.	Que reforma el artículo 38 de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria.
2.- Tema de la Iniciativa.	Egresos, Presupuesto, Cuenta Pública y Responsabilidad Hacendaria.
3.- Nombre de quien presenta la Iniciativa.	Dips. Carlos Armando Biebrich Torres y Víctor Samuel Palma César.
4.-Grupo Parlamentario del Partido Político al que pertenece.	PRI.
5.-Fecha de presentación ante el Pleno de la Cámara.	26 de abril de 2007.
6.-Fecha de publicación en la Gaceta Parlamentaria.	24 de abril de 2007.
7.-Turno a Comisión.	Presupuesto y Cuenta Pública.

II.- SINOPSIS.

Establecer que la comunicación social gubernamental, tanto la que corresponde al ejercicio de los recursos que para tal efecto señale el Presupuesto de Egresos de la Federación como la relativa a los tiempos fiscales que por ley deben ponerse a disposición del Estado, se orientará a promover entre la ciudadanía la información necesaria para la difusión cultural y para que acceda a los diversos servicios de educación, salud, desarrollo agropecuario, prestaciones sociales y servicios públicos diversos, contenidos en los programas sectoriales e institucionales; asimismo, se aplicarán para la difusión de las medidas concernientes a situaciones de emergencia que pongan en riesgo la estabilidad del país o de alguna de sus regiones, en materia de protección civil; no se autorizará la aplicación de recursos, cuando la publicidad oficial contenga exclusivamente frases e imágenes relacionadas con logros institucionales o de servidores públicos de cualquier nivel.

III.- ANÁLISIS DE CONSTITUCIONALIDAD.

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

IV.- ANÁLISIS TÉCNICO PRELIMINAR.

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

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

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

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

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

TEXTOS VIGENTES	TEXTOS QUE SE PROPONE
<p align="center">LEY FEDERAL DE PRESUPUESTO Y RESPONSABILIDAD HACENDARIA</p> <p>Artículo 38.- La programación y el ejercicio de recursos destinados a comunicación social se autorizarán por la Secretaría de Gobernación <i>en los términos de las disposiciones generales que para tal efecto emita.</i> Los gastos que en los mismos rubros efectúen las entidades se autorizarán además por su órgano de gobierno.</p> <p align="center">No tiene correlativo</p>	<p>Artículo único. Se reforma y adiciona el artículo 38 de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, para quedar como sigue</p> <p>Artículo 38. La programación y el ejercicio de recursos destinados a comunicación social se autorizarán por la Secretaría de Gobernación. Los gastos que en los mismos rubros efectúen las entidades se autorizarán además por su órgano de gobierno.</p> <p>La comunicación social gubernamental, tanto la que corresponde al ejercicio de los recursos que para tal efecto señale el Presupuesto de Egresos de la Federación como la relativa a los tiempos fiscales que por ley deben ponerse a disposición del Estado, se orientará a promover entre la ciudadanía la información necesaria para la difusión cultural y para que acceda a los diversos servicios de educación, salud, desarrollo agropecuario, prestaciones sociales y servicios públicos diversos, contenidos en los programas sectoriales e institucionales. Asimismo, se aplicarán para la difusión de las medidas concernientes a situaciones de emergencia que pongan en riesgo la estabilidad del país o de alguna de sus regiones, en materia de protección civil.</p> <p>No se autorizará la aplicación de recursos, bajo ninguno de los dos conceptos señalados en el párrafo anterior, cuando la publicidad oficial contenga exclusivamente frases e imágenes relacionadas con logros institucionales o de servidores públicos</p>

<p style="text-align: center;">No tiene correlativo</p>	<p>de cualquier nivel. La reglamentación que para tal efecto expida la Secretaría de Gobernación establecerá las prevenciones necesarias para garantizar la aplicación de estas normas.</p>
	<p style="text-align: center;">Transitorios</p> <p>Artículo primero. La Secretaría de Gobernación expedirá las disposiciones reglamentarias correspondientes, para el ejercicio de los recursos en materia de comunicación social, de acuerdo al presente decreto, en un plazo no mayor a 60 días naturales de su publicación.</p> <p>Artículo segundo. El presente decreto entrará en vigor al siguiente día de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.</p>

NACM