

# *H. Congreso del Estado de Nuevo León*



## **LXXV Legislatura**

**PROMOVENTE:** CC ADRIÁN MARCELO HERRERA NAVARRO, Y VARIOS CIUDADANOS

**ASUNTO RELACIONADO A:** MEDIANTE EL CUAL PRESENTAN INICIATIVA DONDE SE REFORMAN DIVERSOS ARTÍCULOS DE LA LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

**INICIADO EN SESIÓN:** 12 de octubre del 2020

**SE TURNÓ A LA (S) COMISIÓN (ES): Legislación**

**Mtra. Armida Serrato Flores**

**Oficial Mayor**



Diputada María Guadalupe Rodríguez Martínez  
Presidenta de la Mesa Directiva del  
H. Congreso del Estado de Nuevo León.-

Presente.-

Honorable Asamblea:

Los suscritos C. Adrián Marcelo Herrera Navarro, C. Roberto Alviso Marqués, C. Kristian Andrés Macías Fernández, C. Alejandra Natzieli Martínez del Toro, C. Sandra Ivonne Cervantes Mayoral, C. Juan Carlos Macías Pulido, C. Samuel González García,

de conformidad con lo establecido en los artículos 68 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Nuevo León y 39, fracción II, inciso b), 102, 103, 104 del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso, acudimos a presentar Iniciativa con Proyecto de Decreto por el que se reforman diversas disposiciones de la Ley General de Comunicación Social. Lo anterior, al tenor de la siguiente:

#### EXPOSICIÓN DE MOTIVOS.

Actualmente México tiene 80.6 millones de usuarios de internet, estos representan el 70% de la población de seis años o más, según la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2019. En los últimos años se ha dado un crecimiento importante de los usuarios de internet. En el 2006 los usuarios eran sólamente 20 millones de personas, cifra que se ha cuadriplicado en 13 años. De acuerdo con el INEGI las principales actividades de los usuarios de internet en 2019 correspondieron a entretenimiento (91.5%), obtención de información (90.7%) y comunicarse (90.6 por ciento). Son más de 70 millones de personas en México que cuentan con diversas plataformas tecnológicas conocidas como redes sociales a través de las cuales las y los mexicanos interactúan entre sí.

Aunado a la cantidad de usuarios, es cada vez más tiempo el que las personas pasan conectados a internet y utilizando sus redes sociales. La mayoría de los usuarios percibe estar conectado a internet prácticamente todo el día, donde los horarios de conexión más altos son al medio día (12h a 14h) y la media tarde (16h a 19h). Pero los datos arrojan que hay al menos un 70% de usuarios conectados en cualquier horario y llegan hasta un 80% en estas horas de alto uso.

Definitivamente el uso de redes sociales es una ventaja para mantener comunicación con todo tipo de personas, y específicamente ha logrado generar un canal de comunicación directa entre representantes y representados. Siendo un medio de comunicación con tanto



impacto y trascendencia es prioritario contar con un marco jurídico actualizado que contemple tales herramientas y plataformas en la comunicación entre gobierno y ciudadanía.

La presente iniciativa tiene el objetivo de establecer reglas claras de publicidad en los medios digitales que son ampliamente utilizados en el país. Es cuestión de navegar en las miles de páginas de redes sociales de cualquier secretaría, instituto, o gobierno en cualquiera de los tres niveles para identificar la diversidad de invitaciones, activaciones, sorteos y rifas que se realizan por estos medios. Por esto es necesario contar con un marco normativo que asegure información clara y concreta para la ciudadanía, y que el uso y gasto dentro de tales plataformas tenga como objetivo la utilidad social, transparencia, acceso a la información y rendición de cuentas.

Tal marco regulatorio debe tomar en consideración las herramientas de comunicación actuales, esto a fin de evitar contar con un marco obsoleto y desactualizado. Tales medios de comunicación deben contar con parámetros de uso y fiscalización claros, en donde los principales beneficiados sean los usuarios que buscan información de sus representantes y no aquellos funcionarios que sigan buscando aumentar sus seguidores y hasta monetizar páginas que deberían de ser un canal de comunicación pública. Este marco debe de establecer reglas claras de comunicación e interacción entre los ciudadanos y los funcionarios y servidores públicos que utilizan estos mismos medios. Es necesario contar con lineamientos que establezcan claramente la responsabilidad y actuación a la que se deben apegar estos canales de comunicación.

La participación activa de la sociedad civil en los asuntos del ágora pública es el pilar fundamental de la vida democrática en cualquier grupo social. Esta realidad no es ajena al caso mexicano en lo general, y al jalisciense en lo particular. Por ello es indispensable la existencia de mecanismos de comunicación entre los miembros de una comunidad y su clase gobernante. Los vasos comunicantes entre la sociedad civil y la clase política pueden ser directos en la medida en que se definen mecanismos para ello, pero también pueden valerse de las instituciones productoras de comunicación social, entre las que destacan los medios masivos de comunicación, esto siendo más vigente que nunca con el desarrollo de las redes sociales como medio masivo de comunicación. El interés público debe ser el principio fundamental que regule la relación entre gobernantes y gobernados, tanto cuando esa relación está mediada por los medios como cuando no lo está. El cumplimiento de ese interés público puede medirse en función del conocimiento que tienen los individuos de los asuntos del quehacer social y político de su comunidad. En palabras concisas, una sociedad bien informada está en mejores condiciones para interesarse y participar en la toma de decisiones políticas que repercuten en su calidad de vida.

Es por esto que desde la sociedad civil organizada y en ejercicio de los derechos políticos que como ciudadanos de Nuevo León hacemos valer; se presenta ante esta legislatura



esta iniciativa de ley con el objetivo de que se turne al H. Congreso de la Unión a instancia de evitar el rezago legislativo; pues está en el interés de la ciudadanía el buscar una legislación en la materia que se encargue de velar por los intereses del pueblo y a su vez mantener en la república una legislación actual y vigente en el tema; es por esto que esta iniciativa va acompañada de otra que busca el que se homologue y armonice la legislación del Estado de Nuevo León con la Ley General de Comunicación Social.

## DECRETO.

**Artículo 1.-** Se adicionan las fracciones II Bis y II Bis 1 del artículo 4, un Título II Bis denominado “De las Plataformas y Servicios Digitales” y los artículos 37 Bis a 37 Bis 40, todos de la Ley General de Comunicación Social, para quedar como sigue:

### **Artículo 4. (...)**

I. (...)

II. (...)

**II. Bis. Bot:** Cualquier cuenta en redes sociales, gestionada manualmente por una persona u operada a través de un programa informático para automatizar tareas, cuya interacción en redes se basa en hacerse pasar por un usuario normal para desempeñar actividades tendientes al posicionamiento de determinados mensajes, creando artificialmente apoyo o rechazo a ciertas ideas, propuestas o personajes.

**II. Bis 1. Redes Sociales:** Plataformas de comunicación en digital que permiten a los individuos crear redes de usuarios que comparten intereses comunes. Estas poseen pero no se limitan a las siguientes características:

- Los usuarios deben proporcionar datos personales para generar su perfil;
- Proporcionan herramientas que permiten a los usuarios compartir o subir su propio contenido en línea; este es contenido generado por el usuario en el que se incluyen pero no se limitan a fotografías, crónicas o comentarios, música, videos o enlaces hacia otros sitios;
- Funcionan gracias a la utilización de herramientas que proporcionan una lista de contactos para cada usuario, con las que los usuarios pueden interactuar.

III. a XVI. (...)



## **Título II Bis**

### **De las Plataformas y Servicios Digitales**

#### **Capítulo I**

##### **De los criterios de uso de redes sociales para comunicación social**

**Artículo 37 bis.-** En el momento en que una persona se vuelve un sujeto obligado bajo los estándares de la presente ley, deberá tomar la decisión de si utilizará sus perfiles personales en redes sociales como canal de comunicación oficial.

De volver sus redes sociales como un canal de comunicación oficial entre el sujeto obligado y la ciudadanía, estas deben ser tratadas como tal para los efectos de esta ley.

Para mantener sus redes sociales fuera de la regulación de esta ley, deberá crear perfiles específicamente destinados para comunicar durante el tiempo que dure en la representación del cargo, o bien, utilizar las cuentas previamente establecidas para esto.

**Artículo 37 bis 1.-** Para los efectos de esta ley, los perfiles en redes sociales de sujetos obligados que sean usados para fines de comunicación oficial son aquellos perfiles en los que el sujeto obligado mantiene interacción con la ciudadanía de manera digital con el fin de informar sobre el desempeño de su trabajo.

**Artículo 37 bis 2.-** Es responsabilidad de sujetos obligados el diferenciar sus perfiles de redes sociales en los que incurren en la transmisión de comunicación oficial de aquellos perfiles que deseen mantener privados.

**Artículo 37 bis 3.-** Los perfiles en redes sociales de los sujetos obligados que sean usados como forma oficial de comunicación deben identificarse con el nombre y cargo del sujeto obligado

**Artículo 37 bis 4.-** Los perfiles oficiales en redes sociales de los sujetos obligados son de interés público dado el interés que las actividades y funciones que los sujetos obligados tienen para la comunidad,

#### **Capítulo II.**

##### **De la responsabilidad de los sujetos obligados en redes sociales**

**Artículo 37 bis 5.-** Toda comunicación o información distribuida por o a nombre de los sujetos obligados en sus perfiles de redes sociales y demás medios digitales deberá basarse en los valores, principios y derechos constitucionales así como los tratados internacionales en materia de derechos humanos de los que México es parte, así como lo establecido en el artículo 11 de la presente ley.



**Artículo 37 bis 6.-** Es responsabilidad de los sujetos obligados verificar la información compartida en medios digitales y abstenerse de compartir noticias falsas, engañosas o de dudosa veracidad.

**Artículo 37 bis 7.-** Los sujetos obligados se abstendrán de compartir públicamente mensajes o apologías que inciten al odio o la discriminación ya sea pero no limitado a motivos de sexo, nacionalidad, religión, de orientación sexual e identidad de género, clase social, profesión o nacionalidad. los sujetos obligados se abstendrán de transmitir cualquier mensaje que constituya una incitación a la discriminación, la hostilidad o la violencia.

**Artículo 37 bis 8.-** Queda prohibido para los sujetos obligados bloquear cuentas de usuarios o impedir de alguna u otra forma que estos accedan libremente a la información que comparten en sus perfiles de redes sociales.

**Artículo 37 bis 9.-** Queda prohibido para los sujetos obligados borrar información que fue previamente compartida al público; esto incluye pero no se limita a: borrar o eliminar publicaciones realizadas previamente, borrar o eliminar comentarios en las publicaciones o en su perfil hechos por la ciudadanía, borrar o eliminar mensajes tanto enviados como recibidos.

**Artículo 37 bis 10.-** Queda prohibido para los sujetos obligados la contratación de servicios de bots.

### **Capítulo III** **De la fiscalización de la comunicación social por redes sociales**

**Artículo 37 bis 11.-** En caso que los sujetos obligados deseen hacer uso de recursos privados para la contratación de servicios en medios digitales para la promoción de las publicaciones vinculadas a perfiles que se encuentren a su nombre en redes sociales esto se considerará como información de interés público y deberá ser declarada en lo relativa al gasto en medios digitales en términos de lo establecido por la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública.

**Artículo 37 bis 12.-** Los sujetos obligados cuyas cuentas y perfiles en redes sociales sean usadas para comunicación social deberán abstenerse de usarlas para realizar sorteos, rifas, loterías o cualquier dinámica que involucre un juego de azar o apuestas de acuerdo a lo estipulado en la Ley Federal de Juegos y Sorteos.

**TRANSITORIO**

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

Monterrey, Nuevo León, a 12 de octubre de 2020

**C. Adrián Marcelo Herrera Navarro**

**C. Roberto Alviso Marqués**

**C. Juan Carlos Macías Pulido**

**C. Alejandra Natzieli Martínez del Toro**

**C. Kristian Andrés Macías Fernández**

**C. Sandra Ivonne Cervantes Mayoral**

