

Gaceta Parlamentaria, año XXI, número 4981-I, jueves 8 de marzo de 2018

DEL CONGRESO DE JALISCO, CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE EXPIDE LA LEY FEDERAL DE COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL E IMAGEN INSTITUCIONAL

Guadalajara, Jalisco, 1 de marzo de 2018.

**Presidente de la Cámara de Diputados
Honorable Congreso de la Unión**

Presente

Enviándole un atento saludo, hago de su conocimiento que la Sexagésima Primera Legislatura del honorable Congreso del estado de Jalisco, en sesión verificada el día 28 de febrero de 2018, aprobó el acuerdo legislativo número **1680-LXI-18**, del que le adjunto copia, en el cual de manera atenta y respetuosa, se le exhorta a efecto de que en términos que a su representación compete se atienda lo expuesto en el punto resolutivo del acuerdo de referencia para los efectos procedentes.

Por instrucciones de la directiva de esta soberanía, hago de su conocimiento lo anterior, para efectos de la comunicación procesal respectiva.

Sin otro en particular, propicia hago la ocasión para reiterarle las seguridades de mi consideración.

Atentamente
Maestro José Alberto López Damián (rúbrica)
Secretario General del Honorable Congreso del Estado

Acuerdo legislativo

Del Congreso del Estado de Jalisco que presenta ante el honorable Congreso de la Unión Iniciativa de Ley que expide la Ley Federal de Comunicación Gubernamental e Imagen Institucional.

Artículo Primero. Envíese al Congreso de la Unión, con fundamento en el artículo 71, fracción III, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, a nombre de la LXI Legislatura del Congreso del Estado de Jalisco, junto con el presente acuerdo legislativo como exposición de motivos, la siguiente:

Iniciativa de Ley

Que expide la Ley Federal de Comunicación Gubernamental e Imagen Institucional, para quedar como sigue:

Ley Federal de Comunicación Gubernamental e Imagen Institucional

**Capítulo I
Disposiciones generales**

Artículo 1. La presente ley es reglamentaria de los artículos 6o. y 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Sus disposiciones son de orden público e interés social y tienen por objeto establecer los lineamientos en la producción, asignación, distribución, contratación y contenidos de la comunicación gubernamental y la imagen institucional de los sujetos obligados en los términos de la presente ley en el ámbito de su competencia.

Artículo 2. En cualquier servicio de comunicación o imagen institucional contratado con recursos públicos por parte de los sujetos obligados, así como por cualquier otra persona que destine dichos recursos al pago de publicidad en medios de comunicación, se aplicarán las disposiciones establecidas en el presente ordenamiento, debiéndose observar en todo momento los principios eficiencia, eficacia, economía, transparencia y honradez.

Se aplicará de manera supletoria, las disposiciones contenidas en la Ley Federal del Procedimiento Administrativo, la Ley de Fiscalización y Rendición de Cuentas de la Federación, la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público, así como en la legislación electoral vigente.

Artículo 3. Son sujetos obligados a la observancia y cumplimiento de esta ley:

- I. Las dependencias, órganos y entidades que integran la administración pública: federal, estatal y municipal;
- II. Los organismos públicos descentralizados federales, estatales o municipales;
- III. Los organismos públicos autónomos federales o locales;
- IV. El Poder Legislativo federal o locales;
- V. El Poder Judicial de la Federación o locales; y
- VI. Todas aquellas instituciones o personas que ejerzan recursos públicos en el rubro de comunicación gubernamental.

Artículo 4. Para efectos de la presente ley, se entenderá por:

- I. Comunicación gubernamental: la producción, asignación, distribución, contratación y los mensajes que a través de un espacio publicitario gratuito o contratado bajo cualquier modalidad y en cualquier soporte, realicen los sujetos obligados de esta ley,
- II. Colores institucionales: Blanco, negro y gris en cada una de sus tonalidades, así como aquellos que no sean alusivos o vinculados a los colores que identifican a los partidos políticos o agrupaciones políticas, nacionales o estatales.
- III. Escudo oficial: Escudo oficial de los Estados Unidos Mexicanos, de la entidad federativa o municipio del que se trate.
- IV. Eslogan: lema publicitario o político.

V. Emblema institucional: conjunto de elementos gráficos que constituyen una identidad institucional.

VI. Equipamiento urbano: el conjunto de inmuebles, construcciones, instalaciones, placas de nomenclatura de calles y mobiliario utilizados para prestar servicios públicos a la población.

VII. Imagen institucional: cualquier tipo de señal, tipografía, reproducción, fotografía, símbolo, identificador visual, rótulos, insignias, voz, nombre, biografía incluidos en cualquier tipo de promocionales, difundidos por radio, televisión, propaganda impresa y visual, internet, que desarrollen las dependencias públicas, funcionarios públicos, de las comunicaciones oficiales que se utilizan a fin de dar a conocer sus actividades a la ciudadanía.

VIII. Medio de comunicación: la persona que presta servicios de televisión o audio restringidos, de radiodifusión o que de manera impresa o electrónica difunde masivamente información y que opera con sujeción a las disposiciones legales aplicables.

IX. Padrón nacional: el padrón nacional de prestadores de servicios relacionados con los medios de comunicación.

X. Padrón local: el padrón de prestadores de servicios relacionados con los medios de comunicación en cada una de las entidades federativas.

Capítulo II

Comunicación gubernamental

Artículo 5. La comunicación gubernamental susceptible de difusión por parte de los sujetos obligados comprende:

- I. La información relativa a la ejecución del Plan y los programas de desarrollo;
- II. La información de prevención y protección civil frente a siniestros u otras contingencias y situaciones de emergencia;
- III. La información relativa al cumplimiento de obligaciones tributarias;
- IV. La información relativa al contenido de las leyes, el ejercicio de los derechos y al cumplimiento de las obligaciones de los ciudadanos, así como la promoción de conductas de relevancia social y de la participación ciudadana en la vida pública;
- V. La promoción de campañas en materia de derechos humanos, salud, educación, medio ambiente, turismo y seguridad pública;
- VI. La información relativa a la ejecución de obras de infraestructura, la prestación de servicios públicos y el desarrollo de programas económicos y sociales, así como aspectos relevantes de las políticas públicas, el funcionamiento de las instituciones y las condiciones de acceso y uso de los espacios y bienes públicos.

Artículo 6. Los sujetos obligados deberán abstenerse de incluir en la difusión de comunicación gubernamental, lo siguiente:

- I. Imagen, nombre, cargo, voz o símbolo de los servidores públicos;
- II. Características personales o logros de las actividades de los servidores públicos;
- III. Mensajes, símbolos, colores y tonalidades o frases, tipografía o cualquier otro elemento que identifique al promocional con un partido político o coalición;
- IV. Mensajes que pretendan influir en las preferencias electorales de la ciudadanía; y
- V. Omitir con claridad el sujeto obligado que emite el promocional;

Artículo 7. En la difusión de comunicación gubernamental, los sujetos obligados deberán considerar lo dispuesto por la Ley General para la Inclusión de Personas con Discapacidad, así como por la Ley General de Derechos Lingüísticos de los Pueblos Indígenas;

Capítulo III

Imagen institucional

Artículo 8. La imagen institucional deberá:

- I. Estar libre de ideas, expresiones o imágenes personales propias o de algún partido político o agrupación política, ya sea con registro nacional o estatal; y
- II. Evitar inducir o generar confusión con los símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes empleadas por cualquier partido político u agrupación política con registro nacional o estatal, candidato de elección popular o relacionarla con algún servidor público.

Artículo 9. En el diseño de páginas web oficiales de los sujetos de la presente ley, deberán utilizarse los colores institucionales, así como abstenerse de incluir elementos que impliquen la promoción de partido político u agrupación política con registro nacional o estatal. Lo contenido en los referidos espacios deberá limitarse a proporcionar información de interés público.

Artículo 10. Los sujetos de la presente ley se abstendrán de proporcionar a los servidores públicos que laboren en sus respectivas competencias, uniformes que contengan imágenes o colores que sugieran alguna afiliación partidista.

Artículo 11. En ninguna circunstancia se podrá contratar, promover o difundir propaganda, bajo cualquier modalidad de comunicación social, que contenga la imagen institucional y que tenga como finalidad:

- I. Destacar como personales los logros de la administración;
- II. Difundir nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de algún servidor público, partido político u agrupación política nacional o estatal;

Artículo 12. Para efecto de los informes por motivo de sus actividades, los sujetos de la presente ley deberán acatar lo dispuesto en el presente capítulo.

En el caso de los informes de actividades realizados de carácter individual por alguno de los integrantes del poder legislativo o ayuntamientos, se sujetarán a lo establecido en la presente ley, con excepción de incluir su nombre dentro del material que se destine para tal efecto. Queda prohibido realizar dichos informes en sedes oficiales o destinadas a partidos políticos o agrupaciones políticas, nacionales o estatales.

Artículo 13. Los recursos que se pretendan destinar a la creación, modificación o difusión de la imagen institucional, no deberán afectar el funcionamiento del sujeto obligado correspondiente.

Artículo 14. Los sujetos obligados tendrán prohibido realizar modificación de su imagen institucional en los siguientes supuestos:

I. Existan necesidades sociales que requieran de una atención inmediata; y

II. Que se pretendan destinar recursos que puedan afectar el desarrollo de actividades o acciones de beneficio social, salud, educación, seguridad pública o cualquier otra de esta naturaleza.

Artículo 15. Los organismos constitucionalmente autónomos, así como los organismos públicos descentralizados federales o locales podrán utilizar, un emblema institucional en los términos de la presente ley.

Artículo 16. El emblema institucional deberá estar libre de ideas, expresiones, imágenes y colores, que sean alusivos o se vinculen a partido político u agrupación política con registro nacional o estatal.

Artículo 17. Para la creación o modificación del emblema institucional, los sujetos señalados en el presente capítulo deberán someterlo a concurso al que deberá convocar a participar a los diversos sectores especializados en la materia y la sociedad en general.

Artículo 18. La organización y desarrollo del concurso, así como la declaración de resultados, serán responsabilidad del organismo constitucional autónomo u organismo público descentralizado que convoque.

Artículo 19. En la identificación del equipamiento urbano destinado para ejercer la función pública se deberán utilizar los colores institucionales establecidos en la presente ley. Queda prohibido utilizar, símbolos, eslóganes o colores que sean alusivos o vinculados a los que identifican a los partidos políticos o agrupaciones políticas, nacionales o estatales.

Artículo 20. La identificación del equipamiento urbano corresponde a quien los tenga bajo su administración, de acuerdo con las disposiciones legales correspondientes.

Artículo 21. El equipamiento urbano que sea propiedad de alguno de los sujetos de la presente ley, pero que es administrado por alguna entidad del gobierno federal, estatal o municipal, así como por cualquier persona física o moral, y que tengan un uso público en la entidad, quedan sujetos a lo establecido en el presente ordenamiento.

En el caso de los servicios públicos concesionados a particulares, estos deberán sujetarse a lo establecido en el presente capítulo respecto al equipamiento.

Artículo 22. En la construcción, ampliación, adecuación, remodelación, conservación, mantenimiento o modificación de los inmuebles públicos, así como en la planeación y el diseño de un proyecto urbano o arquitectónico, sólo podrán utilizarse los colores institucionales.

Artículo 23. En la adquisición de bienes muebles e inmuebles por parte de los sujetos de la presente ley, se asegurará que los mismos sean entregados por el proveedor con los colores institucionales.

Artículo 24. Los medios de transporte oficiales no podrán llevar distintivo, emblema, logo, calcomanía, rotulo o insignia que no represente a la dependencia, organismo u poder público al que se encuentre destinado.

Artículo 25. En la impresión de papelería oficial que utilicen los sujetos señalados en la presente ley, se utilizarán los colores institucionales.

En caso de los poderes públicos federales deberán contener únicamente el escudo nacional, así como la referencia al poder público que lo utiliza. En lo que respecta a los poderes públicos locales. Se deberá contener el escudo de la entidad federativa que corresponda.

En el caso de los organismos constitucionalmente autónomos, deberán contener únicamente el emblema institucional en caso de tenerlo, o el escudo nacional o estatal que corresponda, así como la referencia respectiva.

En el caso de los ayuntamientos, deberán contener únicamente el escudo del municipio respectivo, así como la referencia del ente que lo utiliza.

Respecto a los párrafos anteriores, se aplicarán las prohibiciones establecidas en el presente capítulo.

Artículo 26. Queda prohibida la utilización de cualquier tipo de eslogan en la impresión de papelería oficial o material publicitario, así como en el equipamiento urbano.

Artículo 27. Se exceptúan de lo dispuesto establecido en la presente ley:

I. Aquellos bienes muebles e inmuebles que, por la naturaleza propia del material y uso, tengan colores específicos;

II. Los vehículos de emergencia o de seguridad pública que por disposición legal o normas oficiales mexicanas o internacionales, deban tener color o colores en específico; y

III. El equipamiento de los cuerpos de seguridad y auxiliares comprendidos en la Ley General del Sistema Nacional de Seguridad Pública.

Capítulo IV

Programación, presupuestación, gasto y contratación de servicios en materia de comunicación gubernamental e imagen institucional

Artículo 28. Para la programación, presupuestación y gasto en materia de comunicación e imagen institucional, los sujetos obligados deberán elaborar sus respectivos programas anuales en la materia, mismos que tendrán por objeto garantizar la transparencia y austeridad en el proceso de comunicación de sus actividades.

Artículo 29. El programa deberá contener los objetivos, políticas, estrategias, prioridades y metas en las que tendrán que considerarse los indicadores de desempeño y establecer las unidades ejecutoras del gasto por cada uno

I. Los objetivos y parámetros de la política de comunicación gubernamental e imagen institucional con las que se realizará la planeación, incluyendo de los indicadores de desempeño correspondientes, los cuales serán:

- a) Las líneas generales de la política de comunicación gubernamental e imagen institucional.
- b) Los objetivos anuales, estrategias y metas.
- c) Las proyecciones de los requerimientos financieros ...

II. La información de los programas específicos por las unidades ejecutoras de gasto, que contendrá como mínimo:

- a) Programa de campañas de comunicación gubernamental e imagen institucional.
- b) Listado de campañas programadas en las que se especifique su concepto, prioridad, objetivos y metas;
- c) Población a quien se dirige;
- d) Cobertura geográfica;
- e) Calendarización;
- f) Tipo de medios de comunicación a utilizarse, así como la propuesta y justificación para su selección;
- g) Uso, de ser el caso, de tiempos oficiales.
- h) Planeación de erogaciones, distribución de los recursos presupuestales de acuerdo con los medios de comunicación y servicios programados.

En el caso de las dependencias y entidades de la administración pública federal con acceso a tiempos oficiales, deberá contenerse la distribución del presupuesto y tiempos oficiales en radio y televisión por unidad ejecutora del gasto.

Los sujetos obligados de las entidades federativas, así como las empresas de servicios contratadas, no podrán difundir contenidos de ningún tipo de comunicación gubernamental e imagen institucional que trasciendan el ámbito territorial de su competencia.

Artículo 30. Los programas anuales de comunicación e imagen institucional, con sus lineamientos respectivos deberán publicarse en el medio de difusión oficial correspondiente al nivel de gobierno de que se trate.

Artículo 31. Los sujetos obligados que contraten servicios de empresas privadas de publicidad o medios de comunicación deberán ajustar la asignación de contratos con base a lo siguiente:

I. El gasto de los servicios que se contraten con una sola empresa o medio de comunicación no podrá ser mayor al veinte por ciento del gasto total presupuestado para cada tipo de servicio de comunicación e imagen gubernamental;

II. No podrá destinarse en un solo servicio de comunicación gubernamental e imagen institucional más del cuarenta por ciento del gasto total presupuestado para tal finalidad; y

III. No deberán establecerse como criterio de contratación la línea editorial o de opinión de los medios de comunicación.

Artículo 32. El gasto anual en comunicación gubernamental e imagen institucional no podrá exceder del cero punto cero cinco por ciento del presupuesto de egresos total aprobado para el ejercicio fiscal correspondiente.

Artículo 33. Los sujetos obligados no podrán realizar ampliaciones o transferencias de recursos de otras partidas para comunicación gubernamental e imagen institucional.

Artículo 34. Los sujetos obligados no podrán convenir el pago de créditos fiscales, ni de cualquier otro tipo a favor de las empresas que presten sus servicios de publicidad, impresiones, inserciones y demás relativas a las actividades de comunicación gubernamental e imagen institucional,

Capítulo V

Del padrón nacional y local de prestadores de servicios relacionados con medios de comunicación

Artículo 35. El padrón nacional y local es un sistema informativo de carácter público que contiene el registro de agencias de publicidad y medios de comunicación que prestan servicios de producción y difusión de materiales de comunicación gubernamental e imagen institucional, con residencia en el territorio nacional o en el extranjero.

El padrón nacional será administrado por la Secretaría de Gobernación. La dependencia competente en las entidades federativas deberá elaborar y administrar el padrón local que corresponda en el ámbito de su competencia, pudiendo celebrar convenios de coordinación en la elaboración su elaboración para unificar criterios y formatos con la Secretaría de Gobernación.

Tanto el padrón nacional, y local de la entidad federativa que corresponda, deberán estar publicados y actualizados en los portales web de la dependencia competente.

Artículo 36. El padrón nacional, así como los padrones locales deberán contener, por lo menos, lo siguiente:

I. La razón social de la agencia de publicidad o medio de comunicación, así como su denominación comercial;

II. Nombre del director y su representante legal;

III. Segmentos de audiencia, número de usuarios efectivos e índice de penetración; y

IV. En el caso de radio y televisión, el catálogo y mapa de cobertura informativa, su alcance efectivo y la información relativa a la población total comprendida por la cobertura correspondiente en cada entidad.

Artículo 37. Las agencias de publicidad y medios de comunicación que no estén debidamente registradas no podrán ser considerados para la celebración de contratos en materia de comunicación gubernamental e imagen institucional.

Capítulo VI

Transparencia, fiscalización, evaluación y rendición de cuentas en materia de comunicación gubernamental e imagen institucional

Artículo 38. Toda información relacionada con la comunicación gubernamental e imagen institucional es de carácter público y no se clasificará como reservada o confidencial.

Artículo 39. Con el propósito de garantizar el derecho de acceso a la información pública, los sujetos obligados deberán de generar y publicar en su portal web la información relativa a la asignación presupuestal a comunicación gubernamental e imagen institucional.

La información que generen los sujetos obligados deberá de contener lo siguiente:

I. Presupuesto asignado;

II. Programa anual que se haya aprobado;

III. Distribución de los recursos;

IV. Contratos celebrados hasta el momento; y

V. Pagos realizados y número de anuncios publicados o transmitidos en los medios de comunicación.

Artículo 40. La Secretaría de Gobernación deberá mantener en un portal web el padrón nacional de prestadores de servicios relacionados con medios de comunicación para el conocimiento del público en general.

De igual forma la dependencia competente en las entidades federativas deberá mantener en un portal web el padrón local de prestadores de servicios relacionados con medios de comunicación.

Artículo 41. La revisión y fiscalización de los recursos públicos federales en materia de comunicación gubernamental e imagen institucional se realizará a través de la Auditoría Superior de la Federación en los términos de lo dispuesto por la Ley de Fiscalización y Rendición de Cuentas.

Los organismos de fiscalización de las entidades federativas serán instancias competentes para la revisión y fiscalización de los recursos públicos destinados a la comunicación gubernamental e imagen institucional en ese ámbito de gobierno, salvo en los casos en que se erogue gasto público federalizado para tal fin, en cuyo caso la competencia recae en la Auditoría Superior de la Federación.

Artículo 42. La revisión y fiscalización tendrá por objeto comprobar que la comunicación gubernamental e imagen institucional de forma exclusiva tenga el carácter institucional y cumpla con lo dispuesto en la presente ley.

Artículo 43. Son fiscalizables todos los recursos que los sujetos obligados otorguen a las agencias de publicidad y medios de comunicación de manera directa o indirecta para contratación y difusión de comunicación gubernamental e imagen institucional.

Artículo 44. Los entes fiscalizadores a que hace referencia en el artículo 41, emitirán anualmente un informe público respecto de la comunicación social e imagen institucional de los sujetos obligados.

Dicho informe deberá contener la evaluación del cumplimiento de lo establecido por la presente ley, así como las observaciones, recomendaciones, denuncias y en su caso la imposición de multas impuestas como resultado de la fiscalización realizada en el año respectivo.

Capítulo VII

Procedimiento administrativo sancionador

Artículo 47. Cualquier persona física o moral podrá denunciar ante las entidades de fiscalización, según sea el caso, la terminación inmediata de mensajes o campañas difundidos por los sujetos obligados cuando se incurran en alguna de las prohibiciones contenidas en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y en esta Ley.

Los entes fiscalizadores podrán iniciar de oficio el procedimiento cuando estime los sujetos obligados hayan cometido violaciones a lo dispuesto en la Constitución y en esta ley.

Artículo 48. La denuncia contendrá mayores requisitos formales que el nombre del interesado, domicilio y la descripción del mensaje o campaña que se presuma violatorio de las disposiciones establecidas en la constitución y en la Ley.

Artículo 49. Una vez iniciado el procedimiento, los sujetos obligados, las agencias de publicidad o medios de comunicación señalados, en un plazo máximo de tres días a la notificación que le haga el ente fiscalizador, deberán alegar lo que a su derecho convenga y mostrar las pruebas que estime pertinentes.

Artículo 50. Los entes fiscalizadores podrán acordar dentro de las 48 horas siguientes a la presentación de la denuncia la suspensión provisional de los mensajes o campañas objeto de la denuncia.

Artículo 51. El organismo competente dictará su resolución fundada y motivada en un plazo máximo de siete días.

Si la resolución emitida determina que la difusión de los mensajes o campañas difundidos son violatorios de la presente Ley, se retirarán los materiales de forma definitiva y se procederá a imponer las multas en términos de lo dispuesto por la presente ley.

El sujeto obligado deberá dar cumplimiento a la resolución emitida por el órgano competente en un plazo de 48 horas posteriores a la notificación de la misma.

Artículo 52. Se sancionará con suspensión del empleo, cargo o comisión de un mes a un año o, en caso grave, con la destitución e inhabilitación para ejercer empleo, cargo o comisión en el servicio público de seis meses a cinco años al servidor público responsable de la difusión de mensajes o campañas de comunicación gubernamental e imagen institucional que:

- I. Implice de forma directa o indirecta la promoción personalizada de los servidores públicos;
- II. Cualquier tipo de publicidad que implique la promoción de algún partido político u agrupación política con registro nacional o estatal;
- III. Busque influir en las preferencias electorales de la ciudadanía;
- IV. Omita el sujeto obligado que emite el mensaje o campaña; y
- V. Resulte contraria a lo dispuesto por el artículo 5 de esta ley.

Artículo 53. Las infracciones a la presente ley serán sancionadas de conformidad a lo establecido en el presente capítulo.

Artículo 54. Multa de cincuenta a quinientas veces del valor diario de la Unidad de Medida y Actualización en el caso de incumplimiento de los artículos 6, fracciones I, II y V; 7, 11, 24 y 26 de esta ley.

Artículo 56. Multa de cien a mil veces el valor diario de la Unidad de Medida y Actualización, en el caso de incumplimiento de los artículos 6, fracciones III y IV, 9, 10, 12, 16 y 19.

Artículo 57. Multa de doscientas a mil quinientas veces el valor diario de la Unidad de Medida y Actualización, en el caso de incumplimiento de los artículos 28, 31, 32, 33 y 34.

Artículo 58. Cuando la conducta cause un detrimento a la Hacienda Pública federal, estatal o municipal o el patrimonio del sujeto obligado, se estará a lo dispuesto por lo establecido en la Ley General de Responsabilidades Administrativas.

Artículo 59. Las agencias de publicidad o medios de comunicación que proporcionen información falsa a la Secretaría al padrón nacional o local, se les sancionará con multa de doscientas a mil quinientas veces el valor diario de la Unidad de Medida y Actualización. En caso de reincidir, no podrán ser considerados para la celebración de contratos en materia de comunicación gubernamental e imagen institucional.

Artículo 60. La determinación de responsabilidades e imposición de sanciones serán independientes a todas aquellas en materia civil, penal o de cualquier índole que pudiesen resultar aplicables.

Artículos Transitorios

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

Segundo. La Secretaría de Gobernación tendrá un plazo de 90 días contados a partir de la entrada en vigor del presente decreto para establecer y publicar el padrón al que hace referencia el presente ordenamiento.

Tercero. Las entidades federativas tendrán un plazo de 180 días contados a partir de la entrada en vigor del presente decreto para realizar las modificaciones, adecuaciones o expediciones de los ordenamientos jurídicos.

Artículo Segundo. Se instruye a la Secretaría General del Congreso del Estado a efecto de que remita el presente Acuerdo Legislativo a la Cámara de Diputados del honorable Congreso de la Unión.

Salón de Sesiones del honorable Congreso del Estado de Jalisco.

Guadalajara, Jalisco, febrero de 2018.

La Comisión de Puntos Constitucionales, Estudios Legislativos y Reglamentos

Diputados: María del Rocío Corona Nakamura (rúbrica), Hugo Contreras Zepeda (rúbrica), Salvador Arellano Guzmán (rúbrica), Hugo René Ruiz Esparza Hermosillo (rúbrica), Lilita Guadalupe Morones Vargas (rúbrica), Edgar Oswaldo Bañales Orozco (rúbrica), Juana Ceballos Guzmán, Erika Lizbeth Ramírez Pérez, Augusto Valencia López, Ramón Demetrio Guerrero Martínez (rúbrica), Felipe de Jesús Romo Cuéllar (rúbrica), Mónica Almeida López y Silvia Cárdenas Casillas (rúbrica).