

MESA DIRECTIVA

Dip. Baltazar Gaona García

Presidencia

Dip. Nalleli Julieta Peraza Huerta

Vicepresidencia

Dip. Jaqueline Avilés Osorio

Primera Secretaría

Dip. David Martínez Gowman

Segunda Secretaría

Dip. Teresita de Jesús Herrera Maldonado

Tercera Secretaría

JUNTA DE COORDINACIÓN POLÍTICA

Dip. Ma. Fabiola Alanís Sámano

Presidencia

Dip. Sandra María Arreola Ruiz

Integrante

Dip. J. Reyes Galindo Pedraza

Integrante

Dip. José Antonio Salas Valencia

Integrante

Dip. Marco Polo Aguirre Chávez

Integrante

Dip. Adriana Campos Huirache

Integrante

Dip. Grecia Jennifer Aguilar Mercado

Integrante

Dip. Brissa Irerí Arroyo Martínez

Integrante

Dip. Baltazar Gaona García

Integrante

SECRETARÍA DE SERVICIOS PARLAMENTARIOS

Mtro. Fernando Chagolla Cortés

Secretario de Servicios Parlamentarios

Lic. Homero Merino García

Director General de Servicios de

Apoyo Parlamentario

Coordinador de Biblioteca, Archivo

y Asuntos Editoriales

Lic. María Guadalupe González Pérez

Jefe del Departamento de Asuntos Editoriales

La GACETA PARLAMENTARIA es una publicación elaborada por el DEPARTAMENTO DE ASUNTOS EDITORIALES. *Corrector de Estilo: Juan Manuel Ferreyra Cerriteño. Formación, Reporte y Captura de Sesiones: Gerardo García López, Juan Arturo Martínez Ávila, María del Socorro Barrera Franco, Mónica Ivonne Sánchez Domínguez, Moises Cruz Fonseca, Nadia Montero García Rojas, Paola Orozco Rubalcava, Perla Villaseñor Cuevas, Victor Iván Reyes Mota, Itzel Arias Martínez, Alejandro Solorzano Álvarez, Alejandra Lizeth Munguía Martínez.*

HONORABLE CONGRESO DEL ESTADO LIBRE Y SOBERANO DE MICHOACÁN DE OCAMPO

SEPTUAGÉSIMA SEXTA LEGISLATURA

Segundo Año de Ejercicio

Segundo Periodo Ordinario de Sesiones

INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE ADICIONA LA FRACCIÓN XVI AL ARTÍCULO 3º, SE REFORMA EL ARTÍCULO 36 Y SE ADICIONAN LOS ARTÍCULOS 36 BIS Y 36 TER DE LA LEY DE DESARROLLO ECONÓMICO; SE ADICIONA LA FRACCIÓN XLV AL ARTÍCULO 2º Y SE ADICIONAN LOS ARTÍCULOS 32 BIS Y 32 TER DE LA LEY DE SALUD; Y SE ADICIONA UN ÚLTIMO PÁRRAFO AL ARTÍCULO 45, Y SE ADICIONA EL ARTÍCULO 45 BIS A LA LEY DE LOS DERECHOS DE NIÑAS, NIÑOS Y ADOLESCENTES, TODAS DEL ESTADO DE MICHOACÁN DE OCAMPO, PRESENTADA POR EL DIPUTADO JUAN CARLOS BARRAGÁN VÉLEZ, INTEGRANTE DEL GRUPO PARLAMENTARIO DEL PARTIDO MORENA.

Dip. Baltazar Gaona García,
 Presidente de la Mesa Directiva
 del Honorable Congreso del Estado
 de Michoacán de Ocampo.
 Presente:

Juan Carlos Barragán Vélez, Diputado integrante de la Septuagésima Sexta Legislatura del Congreso del Estado de Michoacán, así como integrante del Grupo Parlamentario del Partido MORENA, y de conformidad con lo establecido en los artículos 36 fracción II, 37 y 44 fracciones I y XXX de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Michoacán de Ocampo; 8° fracción II, 234 y 235 de la Ley Orgánica y de Procedimientos del Congreso del Estado de Michoacán de Ocampo, someto a consideración de este Honorable Congreso la presente *Iniciativa con Proyecto de Decreto por el que se adiciona la fracción XVI al artículo 3°; se reforma el artículo 36; y se adicionan los artículos 36 Bis y 36 Ter de la Ley de Desarrollo Económico del Estado de Michoacán de Ocampo; Se adiciona la fracción XLV al artículo 2°, y se adicionan los artículos 32 Bis y 32 Ter de la Ley de Salud del Estado de Michoacán de Ocampo; se adiciona un último párrafo al artículo 45 y se adiciona el artículo 45 Bis a la Ley de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes Estado de Michoacán de Ocampo*, con base a la siguiente

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

La presente iniciativa surge de una realidad innegable en la vida cotidiana de las personas en Michoacán y en todo el país, en donde las redes sociales digitales como TikTok, Instagram, Facebook y YouTube se han convertido en uno de los principales espacios de información, interacción y consumo, influyendo de manera directa en las decisiones económicas, de salud y de estilo de vida de la población, particularmente de niñas, niños, adolescentes y jóvenes

En este nuevo entorno digital, la figura de los creadores de contenido o influencers ha adquirido una relevancia significativa como intermediarios en la promoción de bienes y servicios, generando confianza en sus audiencias a partir de la percepción de cercanía, autenticidad y experiencia personal, sin embargo, de manera creciente, una parte importante de estos contenidos que aparentan ser recomendaciones genuinas corresponden en realidad a estrategias de publicidad pagada o patrocinada que no son claramente identificadas como tales, lo que da lugar a un fenómeno de publicidad encubierta que diluye la diferencia entre opinión personal y comunicación comercial, afectando la capacidad de las personas para tomar decisiones informadas

Esta problemática no es menor, ya que sus efectos trascienden el ámbito económico y pueden impactar directamente en la salud y seguridad de la población, como ha quedado evidenciado en distintos casos recientes en México, entre ellos el relacionado con la promoción de supuestos “sueros vitamínicos” o “sueros de vitaminas” difundidos en redes sociales como tratamientos benéficos para la salud, bienestar o recuperación física, los cuales en realidad carecían de sustento científico, autorización sanitaria o condiciones adecuadas para su aplicación, generando un riesgo real para quienes confiaron en este tipo de contenidos, particularmente en el estado de Sonora, donde se documentaron casos vinculados a la difusión de este tipo de servicios a través de plataformas digitales sin la debida transparencia ni regulación, evidenciando los vacíos existentes en la materia

A nivel nacional, si bien existe un marco jurídico que regula la publicidad y protege a las personas consumidoras a través de la Ley Federal de Protección al Consumidor, así como disposiciones en materia sanitaria derivadas de la Ley General de Salud, lo cierto es que estas normas operan de manera indirecta frente a las dinámicas propias de la publicidad digital en redes sociales, ya que no existe actualmente una regulación específica que establezca con claridad las obligaciones de quienes generan contenido patrocinado en plataformas digitales, ni un capítulo legal que atienda de forma integral el fenómeno del influencer marketing

Si bien la Procuraduría Federal del Consumidor ha emitido una Guía de Publicidad para Influencers en la que se establecen criterios de transparencia, y la COFEPRIS ha advertido sobre la promoción irregular de productos y servicios relacionados con la salud en medios digitales, dichas herramientas tienen un carácter orientador y no constituyen por sí mismas un marco normativo suficiente para atender la complejidad del problema

En este sentido, y ante la ausencia de una legislación federal específica en la materia, así como de antecedentes en otras entidades federativas que hayan regulado de manera integral este fenómeno, el Estado de Michoacán tiene la oportunidad de avanzar en la construcción de un modelo normativo que, respetando el ámbito competencial de la federación, fortalezca la transparencia en la actividad económica digital, proteja a las personas consumidoras y garantice entornos digitales más seguros

La presente iniciativa no busca censurar contenidos ni limitar la libertad de expresión, ni tampoco afectar el desarrollo de la economía digital o la actividad de los

creadores de contenido, por el contrario, su finalidad es establecer reglas claras que distingan de manera inequívoca entre la opinión personal y la publicidad pagada, bajo un principio básico de transparencia que permita a la ciudadanía conocer cuándo existe una relación comercial detrás de un mensaje difundido en redes sociales

Para lograrlo, se propone reformar la Ley de Desarrollo Económico del Estado de Michoacán de Ocampo a efecto de incorporar un régimen de transparencia en la promoción comercial digital, estableciendo la obligación de identificar de manera clara, visible y comprensible el contenido patrocinado, así como de evitar prácticas que induzcan al error o confusión, fortaleciendo con ello la confianza en el comercio digital y promoviendo condiciones de competencia justa

De igual forma, se plantea reformar la Ley de Salud del Estado de Michoacán de Ocampo con el objetivo de atender de manera específica la publicidad digital relacionada con productos, servicios o tratamientos que puedan impactar en la salud de la población, estableciendo medidas de prevención, transparencia y coordinación institucional, incluyendo la obligación de dar vista a la COFEPRIS cuando se detecten posibles irregularidades, particularmente en casos como los denominados productos milagro o tratamientos sin respaldo científico

Asimismo, se propone reformar la Ley de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes del Estado de Michoacán de Ocampo, a fin de incorporar un enfoque de protección reforzada en entornos digitales, reconociendo el derecho de este sector de la población a recibir información clara, veraz y no engañosa, así como a no ser expuestos a publicidad encubierta que pueda influir de manera indebida en sus decisiones o poner en riesgo su bienestar

Finalmente, la iniciativa contempla un régimen de sanciones de carácter administrativo, proporcional y progresivo, que incluye apercibimientos, retiro o corrección inmediata de contenidos, multas escalonadas en unidades de medida y actualización, obligación de rectificación pública, agravantes en caso de reincidencia o cuando se trate de contenidos relacionados con la salud o dirigidos a niñas, niños y adolescentes, así como la vista obligatoria a la Procuraduría Federal del Consumidor o a la COFEPRIS según corresponda.

La presente iniciativa se formula en el ámbito de las competencias del Estado en materia de desarrollo económico, salud y protección de niñas, niños y adolescentes, sin invadir las atribuciones de

la Federación en materia de comercio, publicidad y regulación sanitaria, por lo que sus disposiciones se orientan a fortalecer la transparencia, la prevención de riesgos y la coordinación institucional.

Asimismo, se garantiza el respeto a la libertad de expresión, limitando la regulación exclusivamente a contenidos con fines comerciales o publicitarios, bajo principios de veracidad, transparencia y protección de derechos.

En suma, esta propuesta responde a la necesidad de adaptar el marco jurídico estatal a las nuevas realidades digitales, garantizando que el desarrollo tecnológico y la innovación vayan acompañados de principios de transparencia, responsabilidad y protección de derechos, bajo la premisa fundamental de que si la publicidad existe, debe ser identificable, si existe una recomendación pagada, debe informarse, y si se engaña a la ciudadanía, debe haber consecuencias.

LEY DE DESARROLLO ECONÓMICO DEL ESTADO DE MICHOACÁN DE OCAMPO	
Dice	Debe decir
ARTÍCULO 3. Para los efectos de esta Ley se entiende por:	ARTÍCULO 3. Para los efectos de esta Ley se entiende por:
I. A la XIII. ...	I. a la XIII. ...
II. XIV. Sistema: El Sistema de Información Económica Integral; y,	XIV. Sistema: El Sistema de Información Económica Integral;
XV. Zonas integrales de actividades logísticas: Zonas delimitadas en el interior de los cuales se ejercen, por distintos operadores, todas las actividades relativas al transporte, a la logística y a la distribución de mercancías tanto para el tránsito nacional como internacional.	XV. Zonas integrales de actividades logísticas: Zonas delimitadas en el interior de los cuales se ejercen, por distintos operadores, todas las actividades relativas al transporte, a la logística y a la distribución de mercancías tanto para el tránsito nacional como internacional; y,
	XVI. Publicidad digital: Toda forma de comunicación difundida a través de medios electrónicos, plataformas digitales o redes sociales que tenga como finalidad promover, directa o indirectamente, bienes, productos o servicios dentro del territorio del Estado.

<p>ARTÍCULO 36. La Secretaría promoverá la atracción de inversión nacional y extranjera, mediante las siguientes acciones:</p> <p>I. Fomentar la capacidad de producción del Estado, mediante el aprovechamiento de las empresas instaladas en los sectores público y privado;</p> <p>...</p> <p>IV. Participar en eventos nacionales e internacionales, en la búsqueda de expansión de nuevos mercados; y,</p> <p>V. Establecer programas de capacitación y profesionalización de los servidores públicos para desarrollar los programas de promoción de la inversión nacional y extranjera en el Estado.</p>	<p>ARTÍCULO 36. La Secretaría promoverá la atracción de inversión nacional y extranjera, mediante las siguientes acciones:</p> <p>I. Fomentar la capacidad de producción del Estado, mediante el aprovechamiento de las empresas instaladas en los sectores público y privado;</p> <p>...</p> <p>IV. Participar en eventos nacionales e internacionales, en la búsqueda de expansión de nuevos mercados;</p> <p>V. Establecer programas de capacitación y profesionalización de los servidores públicos para desarrollar los programas de promoción de la inversión nacional y extranjera en el Estado; y,</p> <p>VI. Promover prácticas de transparencia en la promoción de bienes y servicios, incluyendo aquellas que se desarrollen a través de plataformas digitales, a fin de fortalecer la confianza en el mercado y la competencia económica.</p>	<p>ARTÍCULO 2°. Para la correcta aplicación de esta Ley se entenderá por:</p> <p>I. a la XLI ...</p> <p>XLII. Vector: Al transportador viviente y transmisor biológico del agente causal de enfermedad, artrópodo que transmite el agente causal de una enfermedad, por picadura, mordedura, o por sus desechos; y,</p> <p>XLIII. Verificadores: Las personas designadas por la autoridad sanitaria competente para realizar diligencias de vigilancia sanitaria, de conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Salud, esta Ley y demás disposiciones aplicables.</p> <p>XLIV. La donación de órganos, tejidos, células y cadáveres, consiste en el consentimiento tácito o expreso de la persona para que, en vida o después de su muerte, su cuerpo o sus componentes se utilicen para trasplantes. Toda persona es disponente de su cuerpo y podrá donarlo, total o parcialmente, para los fines y con los requisitos previstos en la legislación de la materia.</p>	<p>ARTÍCULO 2°. Para la correcta aplicación de esta Ley se entenderá por:</p> <p>I. a la XLI ...</p> <p>XLII. Vector: Al transportador viviente y transmisor biológico del agente causal de enfermedad, artrópodo que transmite el agente causal de una enfermedad, por picadura, mordedura, o por sus desechos;</p> <p>XLIII. Verificadores: Las personas designadas por la autoridad sanitaria competente para realizar diligencias de vigilancia sanitaria, de conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Salud, esta Ley y demás disposiciones aplicables.</p> <p>XLIV. La donación de órganos, tejidos, células y cadáveres, consiste en el consentimiento tácito o expreso de la persona para que, en vida o después de su muerte, su cuerpo o sus componentes se utilicen para trasplantes. Toda persona es disponente de su cuerpo y podrá donarlo, total o parcialmente, para los fines y con los requisitos previstos en la legislación de la materia; y,</p> <p>XLV. Publicidad digital: Se considerará publicidad digital en materia de salud toda aquella difusión de información, recomendaciones o promociones realizadas a través de medios electrónicos, plataformas digitales o redes sociales, que tenga como finalidad influir en la decisión de las personas respecto al consumo de productos, servicios o tratamientos relacionados con la salud.</p>
Sin correlativo	<p>ARTÍCULO 36 BIS. En la promoción de bienes y servicios a través de medios digitales, redes sociales o plataformas electrónicas, se deberán observar los principios de transparencia, veracidad e identificación clara del contenido con fines comerciales, conforme a la legislación aplicable.</p>		
Sin correlativo	<p>ARTÍCULO 36 TER. La Secretaría podrá promover acciones de orientación, capacitación y difusión de buenas prácticas en materia de publicidad digital, así como establecer mecanismos de coordinación con autoridades federales competentes para la atención de posibles irregularidades.</p>		
LEY DE SALUD DEL ESTADO DE MICHOACÁN DE OCAMPO			
Dice	Debe decir		

Sin correlativo	<p>ARTÍCULO 32 BIS. La información, promoción o publicidad en materia de salud difundida a través de medios electrónicos, plataformas digitales o redes sociales deberá ser clara, veraz y no inducir a error, evitando generar confusión o falsas expectativas sobre los efectos, beneficios o resultados de productos, servicios o tratamientos.</p> <p>En todo caso, deberá identificarse de manera expresa y visible cuando se trate de contenido con fines comerciales, patrocinio o cualquier tipo de beneficio económico, quedando prohibido presentar como recomendación personal independiente aquel contenido que derive de una relación comercial, pago o compensación.</p> <p>Se considerará una práctica que puede representar un riesgo para la salud de la población la difusión de publicidad engañosa o encubierta en medios digitales, particularmente cuando se trate de productos, servicios o tratamientos que carezcan de sustento científico, autorización sanitaria o que puedan generar afectaciones a la salud.</p>
Sin correlativo	<p>ARTÍCULO 32 TER. Cuando la autoridad sanitaria estatal detecte la difusión de contenidos digitales que puedan representar un riesgo para la salud de la población, podrá emitir alertas preventivas dirigidas a la población e informar a la autoridad sanitaria federal competente para los efectos legales conducentes.</p>

LEY DE SALUD DEL ESTADO DE MICHOACÁN DE OCAMPO	
Dice	Debe decir

<p>ARTÍCULO 2°. Para la correcta aplicación de esta Ley se entenderá por:</p> <p>I. a la XLI. ...</p> <p>XLII. Vector: Al transportador viviente y transmisor biológico del agente causal de enfermedad, artrópodo que transmite el agente causal de una enfermedad, por picadura, mordedura, o por sus desechos; y,</p> <p>XLIII. Verificadores: Las personas designadas por la autoridad sanitaria competente para realizar diligencias de vigilancia sanitaria, de conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Salud, esta Ley y demás disposiciones aplicables.</p> <p>XLIV. La donación de órganos, tejidos, células y cadáveres, consiste en el consentimiento tácito o expreso de la persona para que, en vida o después de su muerte, su cuerpo o sus componentes se utilicen para trasplantes. Toda persona es disponente de su cuerpo y podrá donarlo, total o parcialmente, para los fines y con los requisitos previstos en la legislación de la materia.</p>	<p>ARTÍCULO 2°. Para la correcta aplicación de esta Ley se entenderá por:</p> <p>I. a la XLI. ...</p> <p><i>XLII. Vector: Al transportador viviente y transmisor biológico del agente causal de enfermedad, artrópodo que transmite el agente causal de una enfermedad, por picadura, mordedura, o por sus desechos;</i></p> <p>XLIII. Verificadores: Las personas designadas por la autoridad sanitaria competente para realizar diligencias de vigilancia sanitaria, de conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Salud, esta Ley y demás disposiciones aplicables.</p> <p>XLIV. La donación de órganos, tejidos, células y cadáveres, consiste en el consentimiento tácito o expreso de la persona para que, en vida o después de su muerte, su cuerpo o sus componentes se utilicen para trasplantes. Toda persona es disponente de su cuerpo y podrá donarlo, total o parcialmente, para los fines y con los requisitos previstos en la legislación de la materia.;y,</p> <p>XLV. Publicidad digital: Se considerará publicidad digital en materia de salud toda aquella difusión de información, recomendaciones o promociones realizadas a través de medios electrónicos, plataformas digitales o redes sociales, que tenga como finalidad influir en la decisión de las personas respecto al consumo de productos, servicios o tratamientos relacionados con la salud.</p>
--	--

Sin correlativo	<p>ARTÍCULO 32 BIS. <i>La información, promoción o publicidad en materia de salud difundida a través de medios electrónicos, plataformas digitales o redes sociales deberá ser clara, veraz y no inducir a error, evitando generar confusión o falsas expectativas sobre los efectos, beneficios o resultados de productos, servicios o tratamientos.</i></p> <p><i>En todo caso, deberá identificarse de manera expresa y visible cuando se trate de contenido con fines comerciales, patrocinio o cualquier tipo de beneficio económico, quedando prohibido presentar como recomendación personal independiente aquel contenido que derive de una relación comercial, pago o compensación.</i></p> <p><i>Se considerará una práctica que puede representar un riesgo para la salud de la población la difusión de publicidad engañosa o encubierta en medios digitales, particularmente cuando se trate de productos, servicios o tratamientos que carezcan de sustento científico, autorización sanitaria o que puedan generar afectaciones a la salud.</i></p>
Sin correlativo	<p>ARTÍCULO 32 TER. Cuando la autoridad sanitaria estatal detecte la difusión de contenidos digitales que puedan representar un riesgo para la salud de la población, podrá emitir alertas preventivas dirigidas a la población e informar a la autoridad sanitaria federal competente para los efectos legales conducentes.</p>

Es que, por las razones expuestas en mi carácter de Diputado integrante de la Septuagésima Sexta Legislatura del Congreso del Estado de Michoacán e integrante del Grupo Parlamentario de MORENA, en ejercicio de las facultades que me confieren los artículos 36 fracción II, 37 y 44 fracciones I y XXX de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Michoacán de Ocampo, someto a consideración de este Honorable Congreso el siguiente Proyecto de

DECRETO

Primero. Se adiciona la fracción XVI al artículo 3°; se reforma el artículo 36; y se adicionan los artículos 36 Bis y 36 Ter de la Ley de Desarrollo Económico del Estado de Michoacán de Ocampo, para quedar como sigue:

Artículo 3°. Para los efectos de esta Ley se entiende por:

I. a la XIII. ...

XIV. *Sistema:* El Sistema de Información Económica Integral;

XV. *Zonas integrales de actividades logísticas:* Zonas delimitadas en el interior de los cuales se ejercen, por distintos operadores, todas las actividades relativas al transporte, a la logística y a la distribución de mercancías tanto para el tránsito nacional como internacional; y,

XVI. *Publicidad digital:* Toda forma de comunicación difundida a través de medios electrónicos, plataformas digitales o redes sociales que tenga como finalidad promover, directa o indirectamente, bienes, productos o servicios dentro del territorio del Estado.

Artículo 36. La Secretaría promoverá la atracción de inversión nacional y extranjera, mediante las siguientes acciones:

I. Fomentar la capacidad de producción del Estado, mediante el aprovechamiento de las empresas instaladas en los sectores público y privado;

...

...

IV. Participar en eventos nacionales e internacionales, en la búsqueda de expansión de nuevos mercados;

V. Establecer programas de capacitación y profesionalización de los servidores públicos para desarrollar los programas de promoción de la inversión nacional y extranjera en el Estado; y,

VI. Promover prácticas de transparencia en la promoción de bienes y servicios, incluyendo aquellas que se desarrollen a través de plataformas digitales, a fin de fortalecer la confianza en el mercado y la competencia económica.

Artículo 36 Bis. En la promoción de bienes y servicios a través de medios digitales, redes sociales o plataformas electrónicas, se deberán observar los principios de transparencia, veracidad e identificación clara del contenido con fines comerciales, conforme a la legislación aplicable.

Artículo 36 Ter. La Secretaría podrá promover acciones de orientación, capacitación y difusión de buenas prácticas en materia de publicidad digital, así como establecer mecanismos de coordinación con autoridades federales competentes para la atención de posibles irregularidades.

Segundo. Se adiciona la fracción XLV al artículo 2º, y se adicionan los artículos 32 Bis y 32 Ter de la Ley de Salud del Estado de Michoacán de Ocampo, para quedar como sigue:

Artículo 2º. Para la correcta aplicación de esta Ley se entenderá por:

I. a la XLI. ...

XLII. *Vector:* Al transportador viviente y transmisor biológico del agente causal de enfermedad, artrópodo que transmite el agente causal de una enfermedad, por picadura, mordedura, o por sus desechos;

XLIII. *Verificadores:* Las personas designadas por la autoridad sanitaria competente para realizar diligencias de vigilancia sanitaria, de conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Salud, esta Ley y demás disposiciones aplicables.

XLIV. *La donación de órganos, tejidos, células y cadáveres* consiste en el consentimiento tácito o expreso de la persona para que, en vida o después de su muerte, su cuerpo o sus componentes se utilicen para trasplantes. Toda persona es disponente de su cuerpo y podrá donarlo, total o parcialmente, para los fines y con los requisitos previstos en la legislación de la materia.; y, XLV. *Publicidad digital:* Se considerará publicidad digital en materia de salud toda aquella difusión de información, recomendaciones o promociones realizadas a través de medios electrónicos, plataformas digitales o redes sociales, que tenga como finalidad influir en la decisión de las personas respecto al consumo de productos, servicios o tratamientos relacionados con la salud.

Artículo 32 Bis. La información, promoción o publicidad en materia de salud difundida a través de medios electrónicos, plataformas digitales o redes sociales deberá ser clara, veraz y no inducir a error, evitando generar confusión o falsas expectativas sobre los efectos, beneficios o resultados de productos, servicios o tratamientos.

En todo caso, deberá identificarse de manera expresa y visible cuando se trate de contenido con fines comerciales, patrocinio o cualquier tipo de beneficio económico, quedando prohibido presentar como recomendación personal independiente aquel contenido que derive de una relación comercial, pago o compensación.

Se considerará una práctica que puede representar un riesgo para la salud de la población la difusión de publicidad engañosa o encubierta en medios digitales, particularmente cuando se trate de productos, servicios o tratamientos que carezcan de sustento científico, autorización sanitaria o que puedan generar afectaciones a la salud.

Artículo 32 ter. Cuando la autoridad sanitaria estatal detecte la difusión de contenidos digitales que puedan afectar la salud de la población, podrá:

- I. Ordenar la suspensión, retiro o modificación del contenido;
- II. Emitir alertas sanitarias dirigidas a la población;
- III. Implementar medidas de prevención y control;
- IV. Dar vista a la COFEPRIS para los efectos legales conducentes.

Las sanciones se impondrán conforme a lo dispuesto en la presente Ley.

Tercero. Se adiciona un último párrafo al artículo 45 y se adiciona el artículo 45 Bis a la Ley de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes Estado de Michoacán de Ocampo, para quedar como sigue:

Artículo 45. Niñas, niños y adolescentes tienen derecho al acceso a información y material procedentes de diversas fuentes nacionales e internacionales, en especial la información y el material educativo que tenga por finalidad promover su bienestar intelectual, social, espiritual y moral, así como su salud física y mental.

...

...

...

I a la VIII. ...

IX. La difusión de la información institucional y la promoción de los derechos en sus portales de internet, en una sección visible y de fácil acceso para garantizar que niñas, niños y adolescentes cuenten con los sistemas de apoyo que contribuyan a orientarlos en el conocimiento y ejercicio de sus derechos, particularmente su derecho a la libertad de expresión, acceso a la información y sistema de apoyo para la expresión de su voluntad; debiendo ser también promocionados éstos, en las lenguas indígenas del Estado.

Tratándose de contenidos difundidos en medios digitales, plataformas electrónicas o redes sociales, las niñas, niños y adolescentes deberán ser protegidos contra publicidad engañosa o encubierta que pueda influir de manera indebida en sus decisiones, especialmente cuando se trate de bienes, productos o servicios que puedan afectar su salud, seguridad o desarrollo integral.

Artículo 45 Bis. Las autoridades estatales y municipales, en el ámbito de sus respectivas competencias, deberán implementar acciones de

prevención, detección y atención de contenidos digitales que constituyan publicidad encubierta dirigida o accesible a niñas, niños y adolescentes.

Se entenderá por publicidad encubierta aquella que no identifique claramente su carácter comercial o que se presente como recomendación personal cuando exista una relación de patrocinio, pago o cualquier tipo de beneficio económico.

Cuando se identifiquen contenidos que puedan vulnerar los derechos de niñas, niños y adolescentes, las autoridades podrán solicitar su retiro o modificación, así como dar vista a las autoridades competentes para los efectos legales conducentes.

TRANSITORIOS

Primero. El presente Decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Periódico Oficial del Gobierno Constitucional del Estado de Michoacán de Ocampo.

Segundo. Las dependencias y entidades de la Administración Pública Estatal deberán adecuar sus disposiciones administrativas y emitir los lineamientos necesarios para el cumplimiento del presente Decreto en un plazo no mayor a ciento ochenta días naturales contados a partir de su entrada en vigor.

Tercero. Las autoridades estatales competentes deberán establecer mecanismos de coordinación con la Procuraduría Federal del Consumidor y la COFEPRIS para la atención de los casos que puedan derivarse de la aplicación del presente Decreto.

Cuarto. Las acciones derivadas del presente Decreto se realizarán con cargo a los recursos aprobados en el presupuesto de egresos correspondiente, por lo que no se autorizarán recursos adicionales para su implementación.

DADO EN EL PALACIO DEL PODER LEGISLATIVO de Morelia, Michoacán, a 23 del mes de abril del año 2026.

Atentamente

Dip. Juan Carlos Barragán Vélez









www.congresomich.gob.mx