



ESTRATEGIA Y PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL 2023

Marco normativo

La Ley General de Comunicación Social (LGCS) vigente establece que los entes públicos con recursos previstos para Comunicación Social en el Presupuesto de Egresos, como lo es la Suprema Corte de Justicia de la Nación (*La Corte*), debe elaborar:

- i) Un *Programa Anual* que comprenda el conjunto de campañas de comunicación social a difundirse en el ejercicio fiscal respectivo, derivadas de la *Estrategia de Comunicación Social* (artículos 4, fracciones IV y VIII, 23 y 24).

Para el caso de *La Corte*, tanto el *Programa* como la *Estrategia* mencionados, están sujetos a lo establecido en el Reglamento Orgánico en Materia de Administración (ROMA) vigente a la fecha, que señala que la autorización, coordinación, supervisión y evaluación de ambos documentos corresponderá a la Secretaría General de Presidencia (artículo 9, fracción X), a propuesta de la Dirección General de Comunicación Social (artículo 16, fracción II).

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Misión de la comunicación social de La Corte

Promover entre las diferentes audiencias (tanto especializadas como no especializadas) una cultura de aprecio constitucional, así como construir capacidades en las personas para la agencia de sus derechos y de la Constitución.

Lo anterior, a través de la democratización del conocimiento jurídico, así como del conocimiento sobre el papel que ocupa en la vida pública de México, y en la vida de las personas que lo habitan, la labor de protección de



los derechos humanos y la defensa del orden constitucional que realiza La Corte.

Visión de la comunicación social de La Corte

La Corte genera y resguarda información de utilidad primordial para la toma de decisiones políticas de la población en general. Por ello, su difusión y divulgación, diferenciadas debido a las audiencias destinatarias, constituyen valores públicos indispensables para la construcción de una sociedad del conocimiento capaz de apropiarse de sus derechos para ejercerlos a cabalidad, condición indispensable para el desarrollo sostenido del orden democrático-constitucional.

En ese orden, la comunicación social del Tribunal Constitucional de México será con un enfoque pedagógico, plural, accesible, con sentido humano y culturalmente adecuado, según la audiencia destinataria.

Objetivo institucional de La Corte

El objetivo de La Corte es asegurar a la población mexicana el efectivo acceso a la justicia constitucional. Así, a través de sus sentencias, proteger los derechos humanos y libertades fundamentales, de los actos de autoridad, incluyendo los legislativos, en los casos en que éstos pudieran generar una afectación o actuar en su detrimento.

Esto es así, ya que La Corte es el Tribunal Constitucional de México, por lo cual, sus sentencias representan la decisión definitiva en la resolución de los mecanismos de control constitucional que reconoce la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, con excepción de aquellos que se refieren al control constitucional de actos relacionados con la materia político-electoral.

Objetivos específicos de la comunicación social de La Corte

- 1) Socializar las sentencias que emitan tanto el Pleno como las dos Salas de La Corte.

- 2) Divulgar sus resoluciones, maximizando el entendimiento popular de las mismas, así como sus implicaciones en la vida institucional, social y personal.
- 3) Difundir las acciones institucionales que llevan a cabo las distintas áreas administrativas y de promoción de los derechos humanos, de La Corte.
- 4) Fomentar interlocución permanente con medios de comunicación y profesionales de la comunicación, con la finalidad de abonar desde la institución, a la construcción de una agenda pública en materia de justicia constitucional, basada en información real, verídica, verificable y de utilidad social.
- 5) Promover una percepción positiva de La Corte, basada en evidencia comprobable del papel que ocupa esta institución en la vida de las personas.
- 6) Generar un acercamiento con las personas que integran el pueblo de México, a través de la *desjuridificación* del mensaje, el uso de diversas plataformas digitales y la adecuación de contenido según el perfil de cada una de sus audiencias.
- 7) Acompañar y difundir las diferentes estrategias y acciones que lleve a cabo la institución, a través de las diferentes unidades administrativas y áreas jurisdiccionales, para promover su conocimiento entre las diversas audiencias.

Enfoque comunicacional

La comunicación social de La Corte tendrá un enfoque pedagógico que genere en las diversas audiencias conocimiento útil y significativo para la vida de las personas.

Es decir, que fomente la agencia de *i)* los derechos humanos, como principios fundamentales para una vida digna, libre y pacífica, y *ii)* de La Corte como institución protectora de los mismos, de frente a los abusos del poder público y privado.

Temáticas

Con base en el plan de trabajo presentado por la Ministra Norma Lucía Piña Hernández, Presidenta de La Corte y del Consejo de la Judicatura Federal, los temas específicos de comunicación social, para 2023, son los siguientes:

- 1) Centralidad de los derechos humanos, para el desarrollo de una vida digna y con paz;
- 2) Las sentencias como mecanismos de conquista de más derechos y más libertades;
- 3) Igualdad de derechos entre hombres y mujeres;
- 4) Derechos de la diversidad sexual;
- 5) Derechos de la niñez;
- 6) Fortalecimiento de *i)* la función jurisdiccional; *ii)* la independencia judicial como garantía de un efectivo acceso a la justicia y *iii)* la relevancia de contar con una inversión nacional para la mejora constante y permanente de las garantías de acceso a la justicia;
- 7) Legitimidad, cercanía con la ciudadanía y conocimiento institucional.



PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL 2023

Con el objetivo de difundir y divulgar conocimiento sobre los derechos humanos y las libertades fundamentales de todas las personas, así como promover la relevancia en la vida cotidiana de la justicia constitucional, se proponen las siguientes campañas de comunicación institucional, las cuales, darán cumplimiento a lo establecido en el Título II, Capítulos I, II y III de la LGCS.

Asimismo, estarán sujetas a la viabilidad presupuestaria de La Corte y, los tiempos de ejecución serán en pertinencia con los diversos contextos nacional e internacional que transcurran durante el 2023.

De esta manera, como a continuación se desarrolla, las campañas relativas al fortalecimiento de *i)* la función jurisdiccional; *ii)* la independencia judicial como garantía de un efectivo acceso a la justicia y *iii)* la relevancia de contar con una inversión nacional para la mejora constante y permanente de las garantías de acceso a la justicia; así como aquellas relacionadas con la legitimidad, cercanía con la ciudadanía y conocimiento institucional, se realizarán de manera transversal y permanente.

Finalmente, se asegurará que el contenido de las campañas de comunicación social tenga carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social, sin incluir nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada, según lo establecido en el artículo 134, párrafo octavo, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

De igual forma, que la ejecución del gasto sea acorde a los principios establecidos en el párrafo primero de dicha disposición constitucional que señala que ésta deberá darse de conformidad con los principios de eficiencia, eficacia, economía, transparencia y honradez.



Asimismo, se ajustará a los criterios de austeridad republicana, economía y racionalidad presupuestaria, finalidad, legalidad, oportunidad y territorialidad, como se establece en el artículo 5 BIS de la LGCS.

En ese orden, el presente programa contiene las siguientes:

Campañas de comunicación:

1) Día internacional de las mujeres

- Fecha: marzo.
- Objetivo: difundir las sentencias de La Corte que han favorecido los derechos de las mujeres en México.
- Racional: a través de una identidad gráfica de arte urbano se comparten las sentencias de La Corte a favor de los derechos de las mujeres en México. Se utiliza #EsSentencia para situar una campaña que será transversal a otras coyunturas.
- Audiencias:
 1. Hombres y mujeres a partir de los 18 años en todo el país.
 2. Universitarias.
 3. Mujeres que forman parte de colectivos y activismos.
- Canales:
 - Redes sociales de La Corte.
 - Tiempos oficiales en radio y televisión.
 - Medios impresos.
 - Medios digitales.
 - Transporte público.
 - Medios exteriores.

2) Derechos de la niñez

- Fecha: abril.
- Objetivo: difundir las sentencias de La Corte a favor de los derechos que protegen a las niñas, niños y adolescencias.
- Racional: a través de una identidad gráfica con la colorimetría alegre y cálida se comparten las sentencias de La Corte a favor de los derechos que protegen a las niñas, niños y adolescencias. Se utiliza #EsSentencia para situar una campaña que será transversal a otras coyunturas.
- Audiencias: población que son madres, padre o cuidadoras de infancias; se utiliza un lenguaje directo que permita hacer propio ese derecho. Se propone una audiencia a partir de los 21 años.
- Canales:
 - Redes sociales de La Corte.
 - Tiempos oficiales de radio y televisión.

3) Orgullo LGBTIII+

- Fechas: junio.
- Objetivo: difundir las sentencias de La Corte a favor de los derechos que protegen la diversidad sexo genérica de las personas.
- Racional: a través de una identidad gráfica con la colorimetría del Día del Orgullo, se comparten las sentencias de La Corte a favor de los derechos que protegen la diversidad sexo genérica en México. Se utiliza #EsSentencia para situar una campaña que será transversal a otras coyunturas.
- Audiencias: población a partir de 18 años que habitan en centros urbanos.

- Canales:
 - Tiempos oficiales de radio y televisión.
 - Redes sociales de La Corte.
 - Medios impresos.
 - Medios digitales.
 - Transporte público.

4) Encuentro jurídico universitario

- Fecha: octubre-noviembre (sujeto a definición calendario).
- Objetivo: Activar la participación de estudiantes de derecho a nivel nacional al Encuentro Jurídico Universitario que se llevará a cabo de manera presencial en CDMX y remota a través de Casas de la Cultura Jurídica.
- Racional: El conocimiento jurídico es tu herramienta para ampliar tu horizonte y ser un mejor profesionista.
- Audiencia: Estudiantes a nivel nacional.
- Canales:
 - Tiempos oficiales de radio y televisión.
 - Redes sociales de La Corte.
 - Medios digitales.
 - Medios impresos.
 - Transporte público.
 - Medios exteriores.

5) Feria del libro jurídico del Poder Judicial de la Federación

- Fecha: octubre- noviembre (sujeto a definición calendario).
- Objetivo: Activar la visita de estudiantes de derecho, audiencia

relacionada y público en general a la Feria del Libro Jurídico.

- Racional: El conocimiento jurídico está al alcance de tu mano si visitas la Feria Internacional de Libro Jurídico.
- Audiencia: Estudiantes de Derecho en área metropolitana; profesionales y estudiantes a partir de los 21 años en área metropolitana.
- Canales:
 - Redes sociales de La Corte.
 - Tiempos oficiales de radio y televisión.
 - Medios digitales.
 - Medios impresos.
 - Transporte público.

6) Informe de Labores de la Ministra Presidenta, 2023

- Fecha: diciembre.
- Objetivo: dar a conocer los principales logros y acciones de La Corte durante el 2024.
- Racional: Establecer que cada día La Corte trabaja por los derechos de las personas a través del uso de un contador de días y horas. Ejemplo: “En un día, el Poder Judicial, resolvió 13,000 casos.”
- Audiencia: campaña nacional para hombres, mujeres, adolescencias de todos los niveles de consumo.
- Canales:
 - Redes sociales de La Corte.
 - Tiempos oficiales de radio y televisión.
 - Medios digitales.
 - Medios impresos.
 - Transporte público.
 - Medios exteriores.

7) La Corte cerca de ti

- Fechas: campaña transversal y permanente.
- Objetivo: posicionar a La Corte en el entorno cotidiano de las mexicanas y mexicanos, e impulsar su pertenencia social.
- Racional: generar conocimiento colectivo sobre el papel de la institución como máxima autoridad protectora de los derechos, libertades e la igualdad contra las arbitrariedades y los abusos de poder económico, privado y público.
- Audiencias: campaña a nivel nacional para toda la población
- Canales:
 - Redes sociales de La Corte.
 - Tiempos oficiales en radio y televisión.
 - Medios digitales.
 - Medios exteriores y espacios comerciales.
 - Medios impresos.
 - Transporte público.

8) Independencia judicial e inversión en justicia

- Fecha: campaña transversal y permanente.
- Objetivo: difundir, a través de mensajes claro y sencillos, la relevancia de la independencia judicial y la inversión nacional en impartición de justicia.
- Racional: solo al entender al Poder Judicial en un ámbito de independencia se puede construir un país defensor de la democracia y los derechos humanos. Se utilizará gráfica sencilla con frases cortas.

- Audiencia: campaña a nivel nacional para toda la población. A través del mismo mensaje de segmentará con uso de lenguaje específico y recursos visuales específicos en plataformas y ecosistemas digitales.
- Canales:
 - Redes Sociales de La Corte.
 - Tiempos oficiales de radio y televisión.
 - Medios digitales.
 - Medios exteriores.
 - Medios impresos.
 - Transporte público.

Pino Suárez 2, Ciudad de México, a 27 de febrero de 2023

Elaboró

Mtro. Francisco Javier Esquinca
Cuevas
Director General de
Comunicación Social

Autorizó

Lcda. Natalia Reyes Heroles
Scharrer
Secretaria General de la
Presidencia