



## **ESTRATEGIA Y PROGRAMA ANUAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

2024

### **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 abusos de autoridad.

**Temáticas:**

Con base en el documento de trabajo presentado por la Ministra Norma Lucía Piña Hernández, Presidenta de La Corte y del Consejo de la Judicatura Federal, los temas específicos del *Programa* y de la *Estrategia* anuales de Comunicación Social, para 2024, 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 la función jurisdiccional, principalmente de la independencia judicial, como garantía de un efectivo acceso a la justicia;
- 7) Legitimidad y conocimiento institucional: La Corte Contigo



## **PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL 2024**

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 2024.

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 la planeación de las campañas de comunicación del presente año debe considerarse el contexto electoral, en virtud de que la institución, como ente

público, debe apegarse a la normativa específica para el caso de los procesos electorales.

El artículo 21 del Capítulo IV de la Ley General de Comunicación Social establece que *"durante el tiempo que comprendan las campañas electorales federales y locales, y hasta la conclusión de la respectiva jornada comicial, deberá suspenderse la difusión de toda Campaña de Comunicación Social en los Medios de Comunicación"*.

En el caso del Proceso Electoral Federal 2023-2024 y de conformidad con la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, las campañas tendrán lugar del 1 de marzo al 29 de mayo de 2024.

En ese tenor, la Dirección General de Comunicación Social propone que el desarrollo de campañas durante el año 2024 sea posterior al 2 de junio y en consideración de los temas y actividades más relevantes de la vida institucional de La Corte.

En ese orden, el presente programa contiene las siguientes:

### **Campañas de comunicación:**

#### **1) Todas y todos somos la Constitución**

- Fecha: febrero.
- Objetivo: Visibilizar la relevancia de la Constitución en la vida cotidiana de las personas, así como resaltar la labor protectora de La Corte.
- Racional: Explicar diversos artículos constitucionales que son relevantes en el día a día, así como las maneras en que La Corte contribuye a garantizarlos.
- Audiencias:
  1. Población adulta joven.
  2. Personas poco cercanas a los temas jurídicos.

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

## **2) Día Internacional de las Mujeres**

- Fechas: febrero-marzo.
- Objetivo: Visibilizar que —a través de su labor cotidiana— La Corte reconoce, acompaña y responde a las mujeres en torno al reconocimiento progresivo y urgente de sus derechos.
- Racional: Destacar el papel de La Corte en la protección de los derechos de las mujeres, así como las acciones institucionales para promover la igualdad de género (incluidas las sentencias, pero no exclusivamente), situar la labor de La Corte como un respaldo e impulso a los derechos de todas las mujeres del país, en un contexto donde ellas y sus exigencias cobran cada vez mayor presencia, centralidad e influencia pública
- Audiencias:
  1. Hombres y mujeres a partir de los 18 años en todo el país.
  2. Mujeres de distintos perfiles.
  3. Personas 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.

## **3) En la diversidad #EsSentencia (Orgullo LGBTTTI+)**

- Fechas: junio.

- Objetivo: difundir las decisiones que ha tomado 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, así como la difusión del Protocolo para Juzgar con perspectiva de orientación sexual, identidad y expresión de género, y características sexuales.
- Audiencias: población a partir de 18 años que habitan en centros urbanos.
- Canales:
  - Redes Sociales de La Corte
  - Transporte público.
  - Medio impresos.
  - Medios digitales.

#### **4) Encuentro jurídico universitario y Feria del libro jurídico del Poder Judicial de la Federación**

- Fecha: octubre (sujeto a definición calendario)
- Objetivo: Activar la participación de estudiantes de derecho a nivel nacional al Encuentro Jurídico Universitario y de la Feria del Libro Jurídico que se llevarán 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 profesionalista.
- Audiencia: Estudiantes de derecho a nivel nacional.
- Canales:
  - Redes Sociales de La Corte.
  - Medios digitales.
  - Medios impresos de área metropolitana.
  - Transporte público.
  - Medios exteriores.

#### **5) Informe de Labores de la Ministra Presidenta, 2024**

- Fecha: diciembre.
- Objetivo: dar a conocer los principales logros y acciones de La Corte durante el 2024.
- Racional: Establecer que La Corte ha trabajado para escuchar a la ciudadanía y construir con ella y con sus integrantes diagnósticos sobre el sistema de justicia.
- Audiencia: campaña nacional para hombres, mujeres, adolescencias de todos los niveles de consumo.
- Canales:
  - Redes Sociales de La Corte
  - Tiempos oficiales en radio y televisión.
  - Medios digitales.
  - Transporte público.
  - Medio impresos.
  - Medios exteriores.

#### **6) Vinculación y participación social**

- Fecha: junio en adelante, campaña permanente y transversal
- Objetivo: Informar a la ciudadanía sobre las acciones emprendidas para fomentar la escucha activa, la vinculación con sociedad y la generación de espacios de participación ciudadana.
- Racional: La Corte escucha activamente las inquietudes de la ciudadanía en materia de derechos y justicia.
- Audiencia:
  - Participantes en las actividades generadas
  - Ciudadanía en general
- Canales:
  - Tiempos oficiales en radio y televisión.

- Medios digitales

### **7) 100 sentencias de la Corte**

- Fechas: a partir de segundo semestre, campaña transversal.
- Objetivo: evidenciar la utilidad de La Corte en la vida de las personas, al dar a conocer las decisiones que ha tomado y que impactan en la vida de la gente.
- Racional: proporcionar elementos que acerquen a la ciudadanía con La Corte y ponderen el impacto de las decisiones de la institución en su propia vida y en la garantía de su derecho a la justicia.
- 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.
  - Transporte público.

### **8) Justicia en tu vida**

- Fechas: a partir de segundo semestre, campaña transversal.
- Objetivo: socializar hechos y conceptos involucrados en el derecho de acceso a la justicia que permita evidenciar la utilidad de La Corte en la vida de las personas.
- Racional: proporcionar elementos que acerquen a la ciudadanía con la defensa y protección de sus derechos.
- Audiencias: campaña a nivel nacional para toda la población.



Suprema Corte  
de Justicia de la Nación

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

Pino Suárez 2, Ciudad de México  
11 de enero de 2024

Elaboró y propuso

---

Mtro. Francisco Javier  
Esquinca Cuevas  
Director General de  
Comunicación Social

Autorizó

---

Lcda. Natalia Reyes Heróles  
Scharrer  
Secretaria General de la  
Presidencia