



Oficio No. CGCSYVGR/045/2022

Asunto: Se informa sobre periodo de veda.

Ciudad de México, a 31 de enero de 2022.

**TITULARES DE COMUNICACIÓN SOCIAL O
EQUIVALENTES EN LAS DEPENDENCIAS
Y ENTIDADES DE LA ADMINISTRACIÓN
PÚBLICA FEDERAL
P R E S E N T E S.**

De conformidad con los artículos 35, fracción IX, numeral 7, párrafo cuarto, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 33, párrafo quinto, de la Ley Federal de Revocación de Mandato; 8, párrafo tercero, fracción II, de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 7 de la Ley General de Comunicación Social; y 10 del Presupuesto de Egresos de la Federación para el ejercicio Fiscal 2022, en relación con los diversos numerales 3 y 31, fracciones II, VIII y XXVIII, del Reglamento de la Oficina de la Presidencia de la República; me permito comunicarles que, durante el presente año, se desarrollará el proceso de revocación de mandato, el cual establece como periodo de veda para las campañas de comunicación social pagadas con recursos públicos, el siguiente:

PERIODO DE VEDA	
EMISIÓN DE LA CONVOCATORIA	JORNADA DE VOTACIÓN REVOCACIÓN DE MANDATO
4 de febrero de 2022	10 de abril de 2022

En este sentido, considerando las restricciones que establece la normatividad en materia de revocación de mandato para la difusión de las campañas de comunicación social en los distintos medios de comunicación, incluidas las redes sociales y plataformas digitales oficiales, durante el periodo que comprende desde la emisión de la convocatoria hasta el día de la jornada de revocación de mandato, a efecto de evitar incurrir en alguna infracción al marco jurídico aplicable, las y los servidores públicos adscritos a las unidades de comunicación social de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal (APF) deberán observar, entre otros aspectos, los siguientes:



- Desde el 4 de febrero hasta el 10 de abril de 2022, deberá suspenderse la difusión en medios de comunicación de toda campaña de comunicación social pagada con recursos públicos, con excepción de las relativas a servicios educativos, salud y las necesarias para la protección civil en casos de emergencia.
- Las campañas que se difundan por excepción tendrán carácter institucional y deberán abstenerse de incluir frases, imágenes, voces o símbolos que pudieran ser constitutivos de propaganda política.
- En atención a los criterios emitidos por los órganos jurisdiccionales en materia de propaganda gubernamental,¹ sólo se podrán difundir las campañas institucionales (en los casos de excepción previstos en el punto anterior) que no incluyan nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de servidores públicos, ni contengan logotipos, slogans, frases o cualquier otro tipo de referencias al gobierno federal o administración en particular.
- Su contenido se limitará a identificar el nombre de la institución de que se trate sin hacer alusión a cualquiera de las frases, imágenes, voces o símbolos que pudieran ser constitutivos de propaganda electoral; por lo que sólo se podrá incluir el nombre de la dependencia y su escudo oficial.
- Tampoco se podrán difundir campañas de comunicación social cuyos contenidos incluyan mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a valores, principios y derechos constitucionales; que inciten, de forma directa o indirecta, a la violencia o a comportamientos contrarios al ordenamiento jurídico, o que induzcan a la confusión con símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes empleadas por cualquier organización política o social.
- En toda campaña de comunicación social que se pretenda difundir deberán protegerse y tutelarse, con cuidados reforzados, los derechos de la infancia y adolescencia a efecto de garantizar el debido cumplimiento de la Ley General de Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes.

¹ SUP-REP-451/2021 y acumulados "...se debe entender como propaganda gubernamental, a los actos, escritos, publicaciones, imágenes, grabaciones, expresiones y proyecciones, que llevan a cabo los servidores o entidades públicas de todos los niveles de gobierno, que tenga como finalidad difundir para el conocimiento de la ciudadanía la existencia de logros, programas, acciones, obras o medidas de gobierno..."



- Los servidores públicos no podrán utilizar cuentas institucionales ni personales de Twitter, Facebook, Instagram y, en general, cualquier tipo de plataforma digital (YouTube) para difundir propaganda gubernamental o con la intención de influir en la ciudadanía desde la emisión de la convocatoria y hasta la jornada de votación sobre revocación de mandato,² con excepción de las materias y en los términos antes señalados.
- Los portales oficiales de los entes públicos en internet podrán permanecer, siempre y cuando se abstengan de hacer referencias visuales o auditivas a frases, imágenes, voces o símbolos que pudieran ser constitutivos de propaganda política o personalizada de algún servidor público; sin que ello implique, bajo ningún supuesto, que se deje de cumplir con las obligaciones en materia de transparencia y acceso a la información.³ Asimismo, podrá colocarse en la pantalla inicial de la página institucional la leyenda relativa al desarrollo del proceso de revocación de mandato correspondiente.
- La información pública de carácter institucional es aquella que se refiere a las obligaciones del gobierno relacionada con trámites administrativos y servicios a la comunidad, por lo que su difusión en portales de internet y redes sociales oficiales no deberá suspenderse.⁴
- La participación de servidores públicos en actos relacionados con las funciones que tienen encomendadas no vulnera el principio de imparcialidad durante el proceso de revocación de mandato, siempre y cuando no se difundan mensajes que impliquen la intención de influir en la ciudadanía.⁵
- Desde la emisión de la convocatoria y hasta el día de la jornada de revocación de mandato no deberá suspenderse la ejecución de los distintos programas sociales debido a que las limitantes en la materia no tienen por objeto impedir que los

² Ver SUP-REP-109/2019 (pág. 44-46).

³ Consultar los expedientes SUP-RAP-132/2009 y SUP-RAP-67/2009. Tema: *Difusión de información supuestamente personalizada de servidores públicos en la página oficial de un ente de gobierno.*

⁴ **INFORMACIÓN PÚBLICA DE CARÁCTER INSTITUCIONAL. LA CONTENIDA EN PORTALES DE INTERNET Y REDES SOCIALES, PUEDE SER DIFUNDIDA DURANTE CAMPAÑAS Y VEDA ELECTORAL.** (Tesis XIII/2017).

⁵ V. Tesis de Jurisprudencia 38/2013, T.E.P.J.F., bajo el rubro: **SERVIDORES PÚBLICOS, SU PARTICIPACIÓN EN ACTOS RELACIONADOS CON LAS FUNCIONES QUE TIENEN ENCOMENDADAS, NO VULNERA LOS PRINCIPIOS DE IMPARCIALIDAD Y EQUIDAD EN LA CONTIENDA ELECTORAL.**



funcionarios públicos dejen de cumplir con las obligaciones legales inherentes a su encargo público;⁶ sin embargo, la entrega de bienes y/o servicios derivada de la ejecución de programas gubernamentales en eventos masivos o en modalidades que afecten el principio de imparcialidad puede resultar violatoria de la normatividad aplicable, por lo cual deberá tenerse un deber de cuidado reforzado y apegarse estrictamente a las respectivas reglas de operación de cada programa.⁷

Sin otro particular, aprovecho la ocasión para enviarle un cordial saludo.

ATENTAMENTE

JESÚS RAMÍREZ CUEVAS
COORDINADOR GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL
Y VOCERO DEL GOBIERNO DE LA REPÚBLICA.

⁶ Ver SUP-RAP-106/2009, SUP-JRC-273-2010 y acumulados; así como la diversa sentencia dictada en el expediente SRE-PSC-29/2019 relativa a la entrega de los programas sociales en Puebla.

⁷ Cfr. Tesis de jurisprudencia LXXXVIII/2016, rubro: **PROGRAMAS SOCIALES. SUS BENEFICIOS NO PUEDEN SER ENTREGADOS EN EVENTOS MASIVOS O EN MODALIDADES QUE AFECTEN EL PRINCIPIO DE EQUIDAD EN LA CONTIENDA ELECTORAL.**

