

Vigésima Séptima Sesión Extraordinaria

11 de octubre de 2019

Acuerdo de la Junta Administrativa por el que se aprueban los Lineamientos Generales del Instituto Electoral de la Ciudad de México para el uso de los recursos en materia de difusión en medios impresos, electrónicos, virtuales, internet y redes sociales.

Antecedentes:

- I. El 31 de enero de 2014, en uso de las facultades que le otorga la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (Constitución Federal), el Presidente de la República promulgó la reforma constitucional en materia político-electoral, logrando una reestructuración y redistribución de funciones entre los Organismos Públicos Electorales de las entidades Federativas (OPL) y el Instituto Nacional Electoral (INE) al homologar los estándares con los que se organizan los procesos electorales federales y locales, garantizando así la calidad en la democracia electoral, cuyo Decreto fue publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 10 de febrero de 2014.
- II. El 23 de mayo de 2014, se publicaron en el DOF los correspondientes Decretos por los que se expidieron la Ley General de Partidos Políticos (Ley de Partidos) y la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales, así mismo, se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley General del Sistema de Medios de Impugnación en materia electoral, así como de la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación y de la Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos.

- III. El 29 de enero de 2016, se publicó en el DOF el Decreto por el que se declararon reformadas y derogadas diversas disposiciones de la Constitución Federal; en materia política de la Ciudad de México, en cuyo artículo Décimo Cuarto transitorio se previó que a partir de su entrada en vigor (al día siguiente de su publicación), todas las referencias que en la Constitución Federal y demás ordenamientos jurídicos se hagan al Distrito Federal, deberán entenderse hechas a la Ciudad de México.
- IV. El 14 de octubre de 2016, mediante acuerdos JA123-16 y JA124-16, fueron aprobados por la Junta, la Guía Técnica para la Elaboración de Documentos Internos (Guía Técnica), así como el Procedimiento de control de documentos y registros del Sistema de Gestión Electoral (Procedimiento de Control de Documentos), ambos del entonces Instituto Electoral del Distrito Federal.
- V. El 30 de noviembre de 2016, mediante Acuerdo JA139-16, la Junta, aprobó, entre otros, el Procedimiento para la Publicación de Inserciones Institucionales en Medios de Comunicación Impresos, Electrónicos, Virtuales, en Internet y Redes Sociales, el cual se actualizó mediante Acuerdo IEM-JA078-17, identificándose con la nomenclatura IECM/PR/UTCSyD/2/2017.
- VI. El 31 de enero de 2017, el Consejo General del otrora Instituto Electoral del Distrito Federal (Consejo General) aprobó mediante Acuerdo ACU-07-17, el Plan General de Desarrollo del entonces Instituto Electoral del Distrito Federal para el periodo 2017-2020.
- VII. El 5 de febrero de 2017, se publicó en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México (Gaceta Oficial) la Constitución Política de la Ciudad de México (Constitución Local).

- VIII. El 7 de junio de 2017, se publicó en la Gaceta Oficial, el Decreto por el cual se abroga el Código de Instituciones y Procedimientos Electorales del Distrito Federal y se expide el Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México (Código), en el cual se establece el cambio de denominación del Instituto Electoral del Distrito Federal a Instituto Electoral de la Ciudad de México (Instituto Electoral), asimismo, el 21 de junio de 2017, se publicó en la Gaceta Oficial una nota aclaratoria al citado Decreto.
- IX. El 4 de agosto de 2017, el Consejo General, aprobó mediante Acuerdos IECM/ACU-CG-016/2017 e IECM/ACU-CG-022/2017, respectivamente, el Reglamento Interior del Instituto Electoral de la Ciudad de México (Reglamento Interior), el Reglamento de Funcionamiento de la Junta Administrativa del Instituto Electoral de la Ciudad de México (Reglamento de la Junta), así como el Reglamento en Materia de Relaciones Laborales (Reglamento de Relaciones Laborales), en cumplimiento a lo establecido en el artículo décimo tercero transitorio del Código, el cual se publicó en la Gaceta Oficial el 16 del mismo mes y año.
- X. El 4 de agosto de 2017, mediante Acuerdo IECM-ACU-CG-035/2017 del Consejo General, se aprobaron las modificaciones a la estructura orgánica funcional del Instituto Electoral, en acatamiento a lo previsto en las nuevas disposiciones en materia electoral de la Constitución Local y del Código.
- XI. El 31 de octubre de 2017 y el 30 de abril de 2018, como parte del Sistema de Gestión Electoral, mediante Acuerdos IECM-JA061-17 e IECM-JA051-18, la Junta aprobó la actualización de la Guía Técnica y el Procedimiento de Control de Documentos.

- XII. El 11 de mayo de 2018, se publicó en el DOF la Ley General de Comunicación Social (Ley de Comunicación), en cuyo artículo Transitorio Primero estableció que la misma entraría en vigor el 1 de enero de 2019, el artículo Tercero Transitorio de dicho ordenamiento dispuso que el Congreso de la Unión, los Congresos Locales y la Asamblea Legislativa de la Ciudad de México deberían armonizar su legislación, en un plazo no mayor a 90 días a partir de la publicación de la Ley General y, que dicha legislación debería entrar en vigor el mismo día que la citada Ley.
- XIII. El 31 de octubre de 2018 y 14 de enero de 2019, el Consejo General, mediante Acuerdos, IECM/ACU-CG-322/2018 e IECM/ACU-CG-002/2019, aprobó y actualizó las Normas de Racionalidad, Austeridad y Disciplina Presupuestal del Instituto Electoral, para el ejercicio fiscal 2019.
- XIV. El 31 de diciembre de 2018, se publicó en la Gaceta Oficial el Decreto por el que se expide la Ley de Austeridad, Transparencia en Remuneraciones, Prestaciones y Ejercicio de Recursos de la Ciudad de México (Ley de Austeridad).
- XV. El 28 de febrero de 2019, el Consejo General, mediante Acuerdos IECM/ACU-CG-022/2019 e IECM/ACU-CG-023/2019, aprobó modificar respectivamente, el Reglamento Interior y la estructura orgánica funcional del Instituto Electoral.
- XVI. El 28 de junio de 2019, mediante Acuerdo IECM/ ACU-CG-038/2019, el Consejo General, aprobó el Manual para el uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje en el Instituto Electoral.
- XVII. El 12 de agosto de 2019, se publicó en la Gaceta Oficial el Decreto por el que se abroga la Ley de Participación Ciudadana del Distrito Federal y se expide la Ley de Participación Ciudadana de la Ciudad de México (Ley de Participación), la

cual entró en vigor al momento de su publicación, según lo establecido en el Artículo Segundo Transitorio de dicho ordenamiento.

- XVIII. El 2 de octubre de 2019, la Unidad Técnica de Asuntos Jurídicos del Instituto Electoral, emitió el oficio número IECM/UTAJ/1902/2019, a través del cual consideró que resulta jurídicamente viable que este Instituto Electoral emita los Lineamientos Generales para el uso de los recursos públicos en materia de difusión en medios impresos, electrónicos, virtuales, en internet y redes sociales, así como un Catálogo de medios, electrónicos, virtuales, en internet y redes sociales; lo anterior, a efecto de estar en posibilidad de dar cumplimiento a las obligaciones que tiene el Instituto Electoral, establecidas por la Ley de Comunicación y demás normativa aplicable.
- XIX. Que el 3 de octubre de 2019, el titular de la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión (UTCSyD), remitió al Secretario de la Junta, la propuesta de Lineamientos Generales del Instituto Electoral para el uso de los recursos en materia de difusión en medios impresos, electrónicos, virtuales, internet y redes sociales.

Considerando:

1. Conforme a lo dispuesto en los artículos 41, párrafo segundo, Base V, apartado C y 116, fracción IV, inciso c) de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 3, apartado 1, inciso h) y 98, numerales 1 y 2 de la Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales; 50, apartado 1 de la Constitución Política de la Ciudad de México; 30, 31, 32 y 36 del Código; así como 14, fracción IV y 19 de la Ley de Participación, el Instituto Electoral está dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios y goza de autonomía en su funcionamiento e independencia en sus decisiones; es autoridad en materia

electoral y de democracia directa y participativa y tiene la función estatal de organizar las elecciones locales y los mecanismos de democracia directa en la Ciudad de México; y su competencia se establece en los ordenamientos citados y en la demás normativa aplicable.

2. Que en términos de lo dispuesto en el artículo 36, párrafo tercero, fracciones I, V, VII, VIII y X del Código, el Instituto Electoral tiene entre sus fines y acciones, contribuir al desarrollo de la vida democrática; garantizar la realización de los procesos electivos de los órganos de representación ciudadana e instrumentos de participación ciudadana, conforme a la Ley de Participación; promover el voto, la participación ciudadana y la construcción de ciudadanía; difundir la cultura cívica democrática y de la participación ciudadana e impulsar la democracia digital abierta, basada en tecnologías de información y comunicación.
3. Que de conformidad con el artículo 36, párrafo quinto, incisos d) y p) y párrafo octavo, inciso i) del Código, el Instituto Electoral, adicionalmente a sus fines, tiene entre otras atribuciones, desarrollar e implementar las estrategias, los programas, materiales y demás acciones orientadas al fomento de la educación cívica y construcción de ciudadanía en la Ciudad de México aprobados por su Consejo General, garantizar la realización, difusión y conclusión de los procesos electivos de los órganos de representación ciudadana, así como de los mecanismos de participación ciudadana y la consulta sobre el presupuesto participativo, conforme a la Ley de Participación; y la de elaborar y difundir materiales y publicaciones institucionales relacionadas con sus funciones.
4. Que de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 37, fracciones I, II y III y 87 del Código, el Instituto Electoral se integra por un Consejo General, así como por una Junta y una Secretaría Administrativa, órgano ejecutivo que tiene a su cargo

la administración de sus recursos financieros, humanos y materiales; asimismo, es la responsable de su patrimonio y de la aplicación de las partidas presupuestales.

5. Que el artículo 81, párrafo primero del Código, define a la Junta como el órgano encargado de velar por el buen desempeño y funcionamiento administrativo de los órganos del Instituto Electoral, así como supervisar la administración de los recursos financieros, humanos y materiales del propio organismo.
6. Que el artículo 83, fracción XI del Código, establece como atribución de la Junta, entre otras, la de emitir los lineamientos y procedimientos técnico-administrativos que se requieran, para el eficiente despacho de los asuntos encomendados a cada órgano o unidad del Instituto Electoral, con base en la propuesta que le presente el área competente.
7. Que el artículo 88, fracciones I, IV y VII, inciso a) del Código, establece que el titular de la Secretaría Administrativa tiene las atribuciones de, entre otras, ejercer de conformidad con lo acordado por el Consejo General, las partidas presupuestales en los términos aprobados en el Presupuesto de Egresos del Instituto Electoral, y los recursos de los fideicomisos institucionales; aplicar las políticas, normas y procedimientos para la administración de los recursos financieros, humanos y materiales, y de control patrimonial, así como proponer a la Junta Administrativa, para su aprobación, los proyectos de procedimientos administrativos referentes a recursos financieros, humanos y materiales, servicios generales y control patrimonial.
8. Que los artículos 2 y 3 de la Ley de Comunicación señalan como sujetos obligados de su observancia a los poderes públicos, los órganos a los que la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos dota de autonomía, las


9

dependencias y entidades de la administración pública y cualquier otro Ente Público de los tres órdenes de gobierno, los cuales deben garantizar que el gasto en Comunicación Social cumpla con los criterios de eficiencia, eficacia, economía, transparencia y honradez, y respete los topes presupuestales, límites y condiciones de ejercicio que establezcan los presupuestos de egresos respectivos.

9. Que de conformidad con el artículo 19 de la Ley de Comunicación, las contrataciones de tiempos comerciales que realicen los Entes Públicos con los medios de comunicación para la difusión de Campañas de Comunicación Social, deberán apegarse a la legislación y normatividad en materia de adquisiciones, arrendamientos y servicios que les sea aplicable.
10. Que el artículo Tercero transitorio de la Ley de Comunicación establece que el Congreso de la Unión, los Congresos Locales y la Asamblea Legislativa de la Ciudad de México deberán armonizar su legislación, en un plazo no mayor a 90 días, situación que, en el caso de la Ciudad de México no ha acontecido.
11. Que el artículo 7, fracción II de la Ley de Austeridad, determina la autonomía presupuestaria y de gestión otorgada a los Órganos Autónomos, a través de la Constitución Federal, por lo que será responsabilidad exclusiva de las unidades administrativas y de los servidores públicos competentes, manejar, administrar y ejercer sus presupuestos sujetándose a sus propias leyes, así como a las normas que al respecto se emitan en congruencia con la mencionada Ley.
12. Que el artículo 92 de la Ley de Austeridad, señala que en materia de gastos de publicidad, propaganda, bajo cualquier modalidad de comunicación social, que se difunda deberán tener carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social.

13. Que el artículo 28, fracciones I, II y X del Reglamento Interior, señala que la UTCSyD tiene entre sus atribuciones la de diseñar, producir y difundir las acciones para fortalecer la imagen institucional y consolidar la comunicación institucional; llevar a cabo la difusión integral de las actividades institucionales y presupuestar y atender las solicitudes de inserciones y encartes en medios impresos e Internet que se requieran para difundir las actividades del Instituto Electoral, así como gestionar su publicación.
14. Que mediante oficio IECM/UTCSyD/0554/2019 de fecha 3 de octubre de 2019, el titular de la UTCSyD, para efectos del artículo 83 fracción XI del Código, remitió al Secretario de la Junta, para el análisis, discusión y, en su caso, aprobación, por parte de dicho órgano colegiado los Lineamientos Generales del Instituto Electoral de la Ciudad de México para el uso de los recursos en materia de difusión en medios impresos, electrónicos, virtuales, internet y redes sociales.
15. Que el documento mencionado en el considerando anterior, se emite derivado de la promulgación de la Constitución Local, el Código, así como por la entrada en vigor de la Ley de Comunicación, de igual forma se realiza dentro del marco de la Política de Gestión de Calidad vigente en el Instituto Electoral, en observancia a las disposiciones contenidas en la Guía Técnica y el Procedimiento de Control de Documentos, así como lo dispuesto en el Manual para el uso incluyente, no sexista y no discriminatorio del lenguaje en el Instituto Electoral.

Por lo expuesto y fundado, la Junta de conformidad en lo dispuesto por el artículo 83 fracción XI del Código, emite el siguiente:





A c u e r d o
IECM-JA129-19

PRIMERO. Se aprueban Lineamientos Generales del Instituto Electoral de la Ciudad de México para el uso de los recursos en materia de difusión en medios impresos, electrónicos, virtuales, internet y redes sociales, de conformidad con el documento anexo, que forma parte integral del presente Acuerdo.

SEGUNDO. Se instruye a la Secretaría Administrativa para que haga del conocimiento de todo el personal del Instituto Electoral, el documento mencionado en el resolutivo anterior.

TERCERO. Se instruye a la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión, así como a la Oficina de Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales, para que en el ámbito de sus atribuciones publiquen el presente Acuerdo y su Anexo; asimismo, se realicen las modificaciones pertinentes en el apartado de Transparencia del sitio de Internet www.iecm.mx.

CUARTO. El Presente Acuerdo entrará en vigor al momento de su aprobación.

QUINTO. El presente Acuerdo estará vigente hasta en tanto el Congreso de la Ciudad de México emita la normativa reglamentaria en materia de comunicación social, en términos del Artículo Transitorio Tercero de la Ley General de Comunicación Social.

Así lo aprobaron por unanimidad de votos las y los integrantes de la Junta Administrativa del Instituto Electoral de la Ciudad de México, en sesión pública del once de octubre de dos mil diecinueve, firmando al calce el Presidente y el Secretario de la Junta, de conformidad con lo dispuesto por los artículos 82 del Código de Instituciones



y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México, 27 y 32 del Reglamento de Funcionamiento de la Junta Administrativa.

**EL PRESIDENTE DE LA JUNTA
ADMINISTRATIVA**

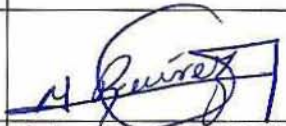
**MTRO. MARIO VELÁZQUEZ
MIRANDA**

AFGH/MHC/RIMC

**EL SECRETARIO DE LA JUNTA
ADMINISTRATIVA**

**MTRO. ALEJANDRO FIDENCIO
GONZÁLEZ HERNÁNDEZ**

HOJA DE CONTROL

Elaboró / Actualizó		Vo. Bo.	Aprobó
Nombre	Lic. Martín Ramírez González	Mtro. Salvador Gabriel Macías Payén	Junta Administrativa
Puesto	Subdirector de Comunicación Institucional	Titular de la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión	Secretario de la Junta
Firma			
Fecha	8 de octubre del 2019	10 de octubre del 2019	11 de octubre del 2019
Actualización			
Número- Fecha	Descripción		
11/Oct/2019	Los presentes Lineamientos se emitieron derivado de la promulgación de la Constitución Política, el Código de Instituciones y Procedimientos Electorales y la Ley de Participación Ciudadana, todos ellos de la Ciudad de México, así como la entrada en vigor de la Ley General de Comunicación Social. Del mismo modo, se hicieron adecuaciones conforme a lo previsto en la Guía técnica para la elaboración de documentos internos del Instituto Electoral, así como lo establecido en los Lineamientos para el uso del lenguaje incluyente, no sexista y no discriminatorio en el Instituto Electoral.		

Lineamientos Generales del Instituto Electoral de la Ciudad de México para el uso de los recursos en materia de difusión en medios impresos, electrónicos, virtuales, internet y redes sociales

Contenido

TITULO PRIMERO	3
Disposiciones Generales	3
Objetivo	3
CAPÍTULO I. Generalidades	3
CAPÍTULO II. De las áreas que solicitan la difusión de planes , proyectos y programas institucionales	8



TITULO SEGUNDO	9
Del Catálogo de Medios Impresos, Electrónicos, Virtuales, Internet y Redes Sociales.....	9
De la elaboración del Catálogo.....	9
TITULO TERCERO.....	11
De los procedimientos	11
CAPITULO I. De la emisión de órdenes de inserción	11
TITULO CUARTO	12
Disposiciones Complementarias	12

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

TÍTULO PRIMERO. Disposiciones Generales.

Objetivo.

1. Los presentes Lineamientos Generales tienen por objeto regular el uso de recursos económicos en materia de difusión en medios impresos, electrónicos, virtuales, internet y redes sociales para difundir los planes, proyectos, programas, actividades institucionales y temas de interés del Instituto Electoral de la Ciudad de México.

Los lineamientos son de observancia obligatoria para los órganos ejecutivos y técnicos del Instituto Electoral de la Ciudad de México, así como las personas físicas o morales que presten los servicios de difusión en medios impresos, electrónicos, virtuales, internet y redes sociales, y que formen parte del Catálogo.

CAPÍTULO I. Generalidades.

2. Las actividades relacionadas con la aplicación de recursos económicos en materia de difusión en medios impresos, electrónicos, virtuales, internet y redes sociales, se apegarán a las disposiciones contenidas en la Ley General de Comunicación Social, el Código de Instituciones y Procedimientos Electorales de la Ciudad de México, la Ley de Participación Ciudadana de la Ciudad de México, la Ley de Austeridad, Transparencia en Remuneraciones, Prestaciones y Ejercicio de Recursos de la Ciudad de México, los acuerdos emitidos por el Consejo General y por la Junta Administrativa, ambos del Instituto Electoral de la Ciudad de México, los presentes lineamientos y demás normativa aplicable.

3. De conformidad con el artículo 28, fracciones I, II y X, del Reglamento Interior del Instituto Electoral de la Ciudad de México, la Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión es la encargada de diseñar, producir y difundir las acciones para fortalecer la imagen institucional y consolidar la comunicación institucional; llevar a

cabo la difusión integral de las actividades institucionales, así como presupuestar y atender las solicitudes de inserciones y encartes en medios impresos, electrónicos, virtuales, internet y redes sociales que se requieran para difundir las actividades del Instituto Electoral de la Ciudad de México y gestionar su publicación.

4. Para los efectos de estos Lineamientos, se entenderá por:

A) En lo relativo a los órganos:

- I. Instituto: El Instituto Electoral de la Ciudad de México;
- II. Consejo: El Consejo General del Instituto Electoral de la Ciudad de México;
- III. Junta: La Junta Administrativa del Instituto Electoral de la Ciudad de México;
- IV. UTCSyD: La Unidad Técnica de Comunicación Social y Difusión del Instituto Electoral de la Ciudad de México.

B) En cuanto a los términos:

I. Alcance: Número de impresiones, visitas o interacciones que tiene un contenido publicado.

II. Analítica web: Recopilación de la información de navegación e interacción del usuario con el sitio web, a fin de conocer y analizar el funcionamiento de una página web.

III. Banner: Imagen cuadrangular, rectangular, horizontal o vertical, que puede ser colocada en la parte superior, inferior, central o en los costados de una página web, y que enlaza con el sitio o página del anunciante. Los banners se miden en píxeles y se crean en archivos con extensión JPEG, PNG y .GIF. El nombre y tamaño del banner varía según el diseño de medio virtual, de internet o red social.

IV. Campaña: Conjunto de contenidos basados en un concepto rector, cuya difusión se realiza a través de los medios de comunicación; puede abarcar medios impresos, electrónicos, virtuales, internet y redes sociales.

V. Certificación de circulación: Documento expedido por cualquier persona moral ajena al medio de difusión, cuya capacidad técnica y conceptual le permita emitir los dictámenes correspondientes sobre la contabilidad y los controles de producción y distribución de los ejemplares vendidos. Dicha certificación deberá contener la circulación promedio del medio impreso de que se trate, así como las cifras totales de la circulación pagada y gratuita.

VI. Catálogo: Es el documento que concentra los sujetos susceptibles de otorgamiento de publicidad en medios impresos, electrónicos, virtuales, internet y redes sociales.

VII. Contenidos Informativos Institucionales: Difusión de las actividades y funciones que desarrolla el Instituto, a través de la UTCSyD de acuerdo con los planes, políticas y programas del Instituto.

VIII. Circulación gratuita: Cifra total de ejemplares de medios impresos distribuidos por el editor con una periodicidad regular y sin costo.

IX. Circulación pagada: Cifra de ejemplares vendidos, la cual comprende las ventas directas y las ventas a través de canales de distribución (personas físicas, empresas o entidades), más las suscripciones contratadas, menos las devoluciones sobre venta.

X. Cobertura geográfica: Localidades específicas o regiones en donde circula un medio impreso.

XI Directorios de Medios: Publicaciones que ofrecen información acerca de, agencias de publicidad, radio, televisión, publicidad exterior y alterna, así como medios impresos, con datos generales de los mismos y sus tarifas.

XII. Encarte: Pieza de comunicación impresa, de contenido informativo y/o promocional, que se inserta en medios impresos y que sobresale del resto de la publicación por medio del uso de un formato diferente.

XIII. GIF: Formato digital gráfico para imágenes.

XIV. Impresiones: Visualización de contenidos en medios virtuales, redes sociales o internet.

XV. Interacción: Número de ocasiones que un usuario observa un contenido y compartido, comentado o ingresado al enlace que se coloca en medios virtuales, redes sociales o internet

XVI. Internet: Conjunto descentralizado de redes, interconectadas por medio de protocolos (lenguajes), que permiten la comunicación entre usuarios de la web en todo el mundo.

XVII. JPEG o JPG: Formato digital gráfico para imágenes.

XVIII. Medios virtuales: Aplicaciones móviles, aplicaciones web, aplicaciones de escritorio, videojuegos, servicio de streaming de audio y video, etcétera.

XIX. Mensaje Institucional: Conjunto de conceptos que buscan incidir favorablemente en la opinión pública con el

XX. Orden de Inserción: Oficio mediante el cual se solicita a los medios de comunicación impresos, electrónicos, virtuales, redes sociales o de internet la difusión de mensajes en una fecha o periodo determinado.

XXI. Página web: Información contenida en internet, al que se accede mediante vínculos hipervínculos.

XXII. Palabra Clave: Término específico que describe el contenido de un sitio web, utilizado por motores de búsqueda para posicionar y mostrar información en internet.

XXIII. Pauta: Difusión de un mensaje determinado, en un medio determinado, por un tiempo determinado.

XXIV. Pauta de conteo regresivo: Divulgación de un mensaje determinado, el cual implica un tiempo específico de difusión para cumplir con su objetivo.

XXV. PDF: Formato de archivo utilizado para presentar e intercambiar documentos de manera fiable, independiente del software, hardware o sistema operativo.

XXVI. Periodicidad: Tiempo que transcurre entre la publicación de un número a través de un medio impreso y la publicación del número siguiente inmediato.

XXVII. Perfil del lector: Características demográficas, socioeconómicas y psicográficas de los lectores de un determinado medio.

XXVIII. Píxel gráfico: Unidad homogénea de color, con la que se mide la resolución de imágenes y videos en formato digital.

XXIX. Píxel de seguimiento: Es un gráfico que se descarga cuando un usuario visita un sitio web o abre un correo electrónico y utilizado para fines estadísticos.

XXX. Público objetivo: Conjunto de individuos con características comunes a quienes se dirige un mensaje, los cuales son destinatarios de acciones, planes y programas efectuados por el Instituto.

XXXI. Red social: Plataforma en Internet que permite a las personas conectarse con otros usuarios de manera virtual y medio que permite compartir contenidos, interactuar y crear comunidades sobre intereses similares.

XXXII. SLF (Selección a Libre Formación): Potestad para colocar una inserción en un medio de comunicación impreso.

XXXIII. Segmentación: Proceso para distribuir contenidos, seleccionando grupos etarios, demográficos, psicográficos y por comportamiento, consumo o intereses del usuario.

XXXIV. Solicitud de inserción: Formato de orden de inserción que se envía al medio de comunicación.

XXXV. Suscriptores/ Me gusta / Seguidores: Ponderaciones que determinan el número de usuarios que dan seguimiento a las publicaciones en una red social, página en internet o contenidos virtuales.

XXXVI. Tarifa: Precio unitario fijado por los medios impresos para las publicaciones con especificaciones determinadas.

XXXVII. Tarifa comercial: Costo regular que un medio de comunicación fija por la publicación de un material con determinadas especificaciones (tamaño, ubicación, color, etc.).

XXXVIII. Tarifa de Hacienda: Costo ofrecido a las entidades del Gobierno Federal o de la Ciudad de México por la publicación de un material con especificaciones determinadas.

XXXIX. Tráfico en internet. Número de usuarios que tiene un sitio web, en un determinado espacio de tiempo. Normalmente se mide por periodo de tiempo (día, mes).

XL. Usuario: Personas que visitan un sitio web o visualizan contenidos en un medio virtual o red social.

XLI. Usuario único: Conteo absoluto de cada persona que visita o visualiza un contenido sin importar el número de veces que ingrese al sitio web o red social; es decir, es el conteo de la persona y no el número de visitas que realiza durante el día.

CAPITULO II. De las áreas que solicitan difusión de planes, proyectos y programas institucionales.

5. Las direcciones ejecutivas y unidades técnicas del Instituto deberán remitir anualmente a la UTCSyD, en su carácter de área concentradora, la solicitud para incluir en el presupuesto las necesidades de difusión correspondientes. La solicitud deberá contener, entre otros elementos, los siguientes: a) Área solicitante; b) Fecha de publicación o periodo de difusión; c) Número de inserciones; d) Sistema legal; e) Tipo de medio (periódico, revista, medio virtual, electrónico, internet o red social), y d) Programa o proyecto institucional. En todo momento, se deberá observar que, conforme a la Ley de Austeridad, Transparencia en Remuneraciones, Prestaciones y Ejercicio de Recursos de la Ciudad de México, la solicitud de difusión tenga

carácter institucional y fines informativos, educativos o de orientación social; en ningún caso se incluirán nombres, imágenes, voces o símbolos que impliquen promoción personalizada de cualquier persona.

6. La UTCSyD incluirá en su presupuesto la solicitud de cada una de las direcciones ejecutivas o unidades técnicas correspondientes, mismas que deberán entregarla a la UTCSyD a más tardar, en el mes de septiembre, previo al ejercicio fiscal en los que se ejecutarán los recursos correspondientes.

7. La autorización de las propuestas de difusión estará sujeta a la disponibilidad presupuestal.

TÍTULO SEGUNDO. Del Catálogo de medios impresos, electrónicos, virtuales, internet y redes sociales.

CAPÍTULO ÚNICO. De la elaboración del Catálogo.

8. La UTCSyD será la responsable de integrar y presentar el Anteproyecto de Catálogo para su aprobación ante la Junta; asimismo, será la responsable de su correspondiente actualización.

9. El Catálogo será elaborado por la UTCSyD, quien en el mes de enero de cada ejercicio fiscal realizará la integración y actualización del Catálogo. Para ello podrá invitar a los medios impresos, electrónicos, internet y redes sociales, a fin de que envíen sus propuestas para integrar el Catálogo y poder participar en los distintos procedimientos de contratación.

10. Por lo que se refiere a la integración del Catálogo de medios fuera de la Ciudad de México o de la República Mexicana, la propuesta de inclusión será elaborada por la UTCSyD, de conformidad con los acuerdos, criterios, o lineamientos que emitan los órganos de dirección o ejecutivos encargados de organizar o promover la participación en el extranjero en los procesos electorales y en los ejercicios de participación ciudadana.

11. Para la incorporación en el Catálogo de medios fuera de la Ciudad de México o de la República Mexicana, éstos deberán contar con un representante en México y/o razón social con domicilio en territorio mexicano.

12. Para su contratación, los medios de comunicación deberán contar con Tarifas publicadas en Hacienda, debidamente selladas del año en curso o que estén vigentes para su eventual contratación.

13. Solamente podrán contratarse los medios de comunicación impresos, electrónicos, virtuales, internet y redes sociales, que ofrezcan al Instituto una tarifa menor a la comercial vigente.

14. La inclusión de un medio en el Catálogo, en ningún momento, implicará un compromiso de contratación para el Instituto quien, en todo caso, utilizará únicamente los medios idóneos para satisfacer sus necesidades de difusión.

15. Para los medios de comunicación su inclusión en el Catálogo conlleva la obligación de mantener la tarifa pactada para el Instituto, durante el año que corresponda. Solamente los medios incluidos en el Catálogo podrán ser considerados como sujetos de contratación.

16. El Catálogo tendrá vigencia anual o se apegará a la última actualización que apruebe la Junta; hasta en tanto se apruebe la versión del año que transcurra, sin que exceda del mes de enero, se estará a las tarifas incluidas en el Catálogo vigente.

17. Para la contratación de los medios impresos que obren en el Catálogo, se considerarán los siguientes criterios:

- a) Perfil del lector.
- b) Tiraje.
- c) Cobertura geográfica.
- d) Periodicidad.
- e) Tarifas.
- f) Certificación de circulación.

18. Para la contratación de medios en Internet que figuren en el Catálogo, acorde a la idoneidad de cada uno, se considerarán los siguientes criterios:

- a) Analítica web
- b) Impresiones
- c) Página web
- d) Suscriptores/Me gusta/Seguidores
- e) Perfil de visitantes
- f) Tarifa
- g) Tráfico
- h) Usuarios
- i) Alcance
- j) Criterios para establecer costos
- k) Certificaciones de seguridad y de tráfico en internet.

19. La UTCSyD podrá realizar actualizaciones al Catálogo trimestralmente o

conforme a las necesidades institucionales, a fin de incluir nuevas propuestas, mismas que estarán sujetas a la aprobación de la Junta.

TÍTULO TERCERO. De los Procedimientos.

CAPÍTULO I De la Emisión de Órdenes de Inserción.

20. La UTCSyD será la encargada de gestionar las órdenes de inserción correspondientes.

21. Para la elaboración de las órdenes de inserción se deberá apegar al Procedimiento para la publicación de inserciones institucionales en medios de comunicación impresos, electrónicos, virtuales, en Internet y Redes Sociales (IECM/PR/UTCSyD/2/2017), e informará trimestralmente a la Junta sobre el uso de recursos económicos en materia de difusión.

TÍTULO CUARTO. Disposiciones Complementarias.

22. Para el pago de las facturas correspondientes, los proveedores deberán apegarse al Procedimiento para Pago a Proveedores de bienes, servicios y otros gastos del Instituto Electoral de la Ciudad de México, (IECM/PR/SA/DPyRF/5/2017).

23. No se realizarán erogaciones por concepto de notas, entrevistas o imágenes con fines periodísticos. Las publicaciones que se realicen con cargo a recursos públicos deberán estar directamente vinculadas con los fines institucionales del Instituto y, en su caso, con las campañas de comunicación social y difusión.