



GOBIERNO DE LA
CIUDAD DE MÉXICO

SERVICIO DE MEDIOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO
DIRECCIÓN GENERAL

LINEAMIENTOS EDITORIALES

SERVICIO DE MEDIOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO



Corazón de la Capital

Moras 533, Del Valle,
Benito Juárez, 03100, Ciudad de México
T. 55 9179 0400

CIUDAD **INNOVADORA**
Y DE **DERECHOS**



CONTENIDO

I. PRESENTACIÓN	3
II. OBJETIVO	5
III. DE LA INFORMACIÓN Y DEL TRATAMIENTO DE LAS FUENTES	6
III.1. Espacios de opinión	6
III.2. Fuentes informativas y documentales	7
III.2.1. Entrevistas	8
III.2.2. Encuestas	8
III.3. Información propia	9
III.4. Derecho de réplica	10
IV. DE LAS PERSONAS PROFESIONALES AUDIOVISUALES	11
IV.1. Deberes	11
IV.2. Derechos	13
IV.3. Límites profesionales	15
V. DE LAS PERSONAS O INSTITUCIONES INVITADAS	16
V.1. Invitaciones	16
V.2. Hospitalidad	17
VI. DEL LENGUAJE	17
VI.1. Televisión	17
VI.2. Radio	18
VII. DE LAS PRODUCCIONES DE ENTRETENIMIENTO	18
VIII. DE LOS PERSONAJES	19
IX. DE LAS GRABACIONES	20
IX.1. Uso de archivo	20
X. GLOSARIO	23





XI. BIBLIOGRAFÍA	26
XII. LEYES Y NORMATIVA APLICABLE	27
ANEXO 1. Recursos para integrar el lenguaje incluyente y no sexista a documentos y producciones.	31
ANEXO 2. Formatos y géneros televisivos	37
ANEXO 3. Glosario de términos utilizados en el lenguaje televisivo.	39
ANEXO 4. Glosario de términos utilizados en el lenguaje radiofónico	47
ANEXO 5. Glosario de términos utilizados en medios digitales	50
ANEXO 6. Recomendaciones gramaticales, ortográficas y tipográficas	57





I. PRESENTACIÓN

El Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México (SMPCDMX), Capital 21” EL CORAZÓN DE LA CAPITAL” tiene por objeto proveer los servicios públicos de radiodifusión y telecomunicaciones del Poder Ejecutivo de la Ciudad de México; está compuesto por:

- I.- El Órgano de Gobierno;
- II.- La Dirección General;
- III.- El Consejo Ciudadano; y
- IV.- Las Unidades Administrativas y Técnicas necesarias para su operación.

Es responsable de la operación de la concesión otorgada en favor del Gobierno de la Ciudad de México por el que se autoriza la prestación del servicio de radiodifusión sonora para usar y aprovechar bandas de frecuencia del espectro radioeléctrico para la prestación del servicio público de televisión digital, a través de la estación con distintivo de llamada XHCDM-TDT en el canal 21 (512-518 MHz).

Como medio público, su política es asegurar la independencia editorial, incentivar la participación ciudadana, la defensa de sus contenidos y la libre expresión de diversidades ideológicas, étnicas y culturales, con una profunda vocación democrática, incluyente y plural, que le obliga a servir a los intereses, inquietudes y la conversación de los asuntos públicos de la Ciudad, asumiéndose como una televisión pública propositiva, entretenida, y un medio por el que circulen todas las conversaciones posibles

Por lo tanto, las producciones audiovisuales – multiplataforma– que produce, difunde y/o transmite deben estar alineadas a dichos propósitos, rechazando cualquier discurso que incite a la violencia, refuerce o promueva estereotipos de género y cualquier forma de discriminación y violencia mediática que atente contra los derechos conseguidos y conquistados por las personas que conforman el corazón de la capital.

Motivo por el cual, nuestros contenidos deben estar alienados a una cultura de igualdad de género, cero tolerancia a la violencia, libre de discriminación y de estereotipos, con libertad de culto, que deben de ser regidos por lineamientos que permitan que las obras audiovisuales que se transmiten, retransmiten, reproduzcan, produzcan estén alineados con el contenido del presente instrumento.

El Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México tiene como misión, producir y transmitir contenidos de calidad en temas culturales, educativos, informativos y de entretenimiento que contribuyan al fortalecimiento de la identidad y sentido de pertenencia de la población de la Ciudad de





GOBIERNO DE LA
CIUDAD DE MÉXICO

SERVICIO DE MEDIOS PÚBLICOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO

México, con respeto a la multiculturalidad y al ejercicio de los Derechos Humanos mediante la participación de las y los ciudadanos y la libertad de expresión de las ideas.



CIUDAD **INNOVADORA**
Y DE **DERECHOS**

Moras 533, Del Valle,
Benito Juárez, 03100, Ciudad de México
T. 55 9179 0400



II. OBJETIVO

Determinar los criterios, recomendaciones y normas para el contenido de las producciones y transmisiones del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México; apegándose a lo establecido en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión; en los Criterios para Garantizar la Independencia Editorial y una Política Editorial Imparcial; en las Reglas para la Expresión de Diversidades Ideológicas, Étnicas y Culturales., así como, fomentar los Criterios para Garantizar la participación de las y los ciudadanos de manera objetiva, apegándose al Código de Ética del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México y a la normativa vigente aplicable.





III. DE LA INFORMACIÓN Y DEL TRATAMIENTO DE LAS FUENTES

Para el Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México, la información que se brinda a las audiencias desde sus diferentes canales debe ser de calidad, neutral, imparcial, plural e independiente de cualquier influencia política y económica. Este criterio no sólo es aplicable a los espacios noticiosos, sino a toda la programación que se transmita por televisión, internet u otro mecanismo de difusión y en cualquier tipo de contenido: entretenimiento, divulgación, promoción de la programación.

Para alcanzar los estándares de calidad, las personas que trabajan y colaboran en Capital 21 deben dominar el lenguaje escrito y audiovisual, así como la capacidad de ofrecer una información rigurosa y de interés para las personas televidentes.

III.1. Espacios de opinión

En los espacios de opinión y debate, se deberá distinguir de manera respetuosa y clara en opiniones y los hechos, para evitar confusiones y difusión de conjeturas sin especificar su condición. Todas las opiniones y valoraciones que ofrezca el Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México y las personas que conducen algún programa; deben estar claramente identificadas y diferenciadas de la narración de los hechos.

Capital 21 y sus profesionales no adoptarán posicionamiento ideológico o político, más allá de la defensa de los valores constitucionales y acorde a su código de ética y conducta. En estos espacios, las personas colaboradoras del canal evitarán cualquier tipo de posicionamiento y estarán obligadas a mantener una actitud neutral que favorezca un debate enriquecedor para las y los televidentes.

Asimismo, como medio público al servicio de las personas televidentes de la Ciudad de México, se condena el uso de información falsa, tendenciosa o de injuria, que atente o denigre a cualquier persona por su condición étnica, sexo genérica, ideológica, etaria, etc. También, rechaza el uso y difusión de información que promueva o produzca un desequilibrio entre los poderes del gobierno de la Ciudad de México, y con las personas profesionales que trabajan en la producción de contenidos de este medio; que utilicen fuentes de información problematizada. Es decir, que haya un proceso responsable editorial y certificado por la responsabilidad en el desempeño de la actuación en temas de controversia pública al ser el canal de la Ciudad de México.

Los rumores y la información no corroborada; no será parte de los contenidos, porque su uso podría derivar en alguna afectación al propio Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México o a terceras personas, por lo que es obligación del SMPCDMX, informar con transparencia y claridad a las audiencias respecto de la información falsa o equívoca, y tomarlo como una eventualidad en la discusión del orden de las ideas de interés público.





La libertad de expresión no ampara en ninguna circunstancia el uso de expresiones injuriosas, insultantes, insinuaciones insidiosas, ofensivas o vejatorias. Las opiniones de funcionarios, políticos, empresarios y personas públicas; serán consideradas de interés público, parte de la discusión o controversia pública.

III.2. Fuentes informativas y documentales

El Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México difundirá únicamente información corroborada, fundada y contrastada con diversas fuentes. Se evitará difundir afirmaciones o datos imprecisos, sin base suficiente que puedan lesionar o menoscabar el derecho a la dignidad de las personas, su propia imagen o provocar daño o desacreditación, también aplica para las instituciones públicas y privadas.

Se podrá recurrir a archivos, centros de investigación, repositorios, académicos, ejercicios de investigación, que cuenten con un respaldo metodológico claro, transparente y socializado como los que derivan de instituciones u organizaciones escolares, gubernamentales académicas, de la sociedad civil, e internacionales.

La validez y veracidad de una noticia es responsabilidad de las personas profesionales que la elaboran y de quienes autorizan su difusión, aunque los datos divulgados se atribuyan a una o diversas fuentes.

Para favorecer la calidad de los contenidos y materiales informativos se recomienda:

- Analizar las fuentes para determinar qué intereses representan, con el fin de rechazar cualquier intento de orientar la información.
- La información proveniente de comunicados y notas de prensa debe ser adaptada, en fondo y forma, a las características del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México e identificar su origen.
- Si se ofrece una rueda de prensa y se niega a las y los periodistas la posibilidad de formular preguntas; se deberá de comunicar a la audiencia dicha decisión.
- La reproducción íntegra de materiales audiovisuales remitidos por organismos públicos o privados sólo está justificada cuando el Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México carezca de material audiovisual propio y su emisión responda a criterios de interés informativo.
- La utilización de imágenes o noticias distribuidas por terceros a través de Internet debe contar con la autorización de las personas responsables editoriales.





III.2.1. Entrevistas

Toda persona es susceptible de ser entrevistada, siempre y cuando lo que tenga que decir forme parte del interés público, y no sea una emisión de discursos que fomenten el odio o que menoscaben los derechos de otras personas. Así que se debe considerar lo siguiente para poder realizarlas:

- Las entrevistas deben ser pactadas por sus realizadores con información clara y precisa a las personas entrevistadas; respecto a los temas de los que se hablarán, el uso de esta, el lugar y fecha de realización.
- Las personas entrevistadoras están obligadas a conducirse de manera profesional en todo el proceso de concertación, realización, edición y transmisión de las entrevistas, las personas entrevistadas deberán estar de acuerdo con la autorización al conceder una entrevista; no se puede manipular, sacar de contexto ni tergiversar lo que dijo una persona entrevistada ante los diferentes medios de captura.
- El personal del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México que está autorizado para realizar entrevistas deberá contar con un cuestionario, que puede o no compartir con la persona entrevistada que le permita conducirse en el tema en cuestión de manera clara y objetiva.
- La persona que entrevista podrá —si así lo desea la persona entrevistada— facilitar una copia de la transcripción antes de que sea publicada, de modo que éste tenga la oportunidad de corregir expresiones que se encuentren mal transcritas. Pero no podrá alterar el diálogo que el periodista consiga extraer durante la conversación, ni incluir matizaciones que no figuren en la cinta magnetofónica. Cualquier conflicto sobre la correcta transcripción se resolverá con la grabación. De no existir ésta, se concederá el beneficio respeto a su dicho, favorable a la persona entrevistada.
- Se debe procurar obtener información de las entrevistas de fuentes fidedignas, respetando los derechos de las víctimas, cualquier persona involucrada o de terceras personas.
- Las entrevistas deberán conducirse sin estereotipos de género.

III.2.2. Encuestas

Al hacer menciones o referencias de encuestas o sondeos de opinión, entendidas como elementos informativos relevantes para la discusión pública, es muy importante indicar las metodologías y propósitos de estas. Por lo tanto, la información debe responder a las siguientes preguntas:

- ¿Quién pagó la encuesta?
- ¿Cuándo fue realizada?
- ¿Cómo se obtuvieron las entrevistas?
- ¿Cómo fueron formuladas las preguntas?





- ¿Quiénes han sido encuestados?
- ¿Cómo se realizó la selección desde esta base, al azar o con otro procedimiento?
- ¿Cuántas personas había en el grupo con el que se quería conectar?
- ¿Cuántas respondieron?,
- ¿Cuál es el margen de error al proyectar los resultados a un grupo mayor de las personas encuestadas?
- ¿A mayor número de respuestas de las personas encuestadas, existe menor margen de error?
- Si hemos resaltado las respuestas de un grupo más reducido que el total de las personas encuestadas, ¿de cuántas personas se componía ese grupo y cuál es el margen de error al proyectar los resultados?

III.3. Información propia

1. El Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México para difundir información antes que otros medios, esta deberá ser confirmada rigurosa y puntualmente.
2. Se debe dar seguimiento de una información relevante hasta que quede completamente confirmada.
3. La información emitida en los espacios informativos o programas de otra naturaleza que resulten del periodismo de investigación deberá ser sólida y documentada.
4. Sólo se difundirá la información con la leyenda de *exclusiva*, cuando se trate de noticias, testimonios sonoros o imágenes trascendentes para las personas televidentes, cuando dicha información sea derivada de circunstancias especialmente adversas.
5. No se compensará económicamente ni de ninguna otra forma a las personas, empresas o colectivos por información o por conocer su versión.
6. Para alcanzar la credibilidad en todas las producciones se debe considerar:
 - Evitar errores gramaticales u ortográficos, datos erróneos, así como la mala pronunciación de personas, topónimos, entre otros.
 - En caso de temas especializados, se recomienda la especialización periodística, o bien contemplar dentro del panel de invitados a especialistas en el tema, y uso adecuado de la documentación y del lenguaje para evitar imprecisiones





- Si se comete un error de tipo profesional; se debe de publicar una rectificación en los primeros siete días o bien si se trata de un programa en vivo se hará de manera inmediata si se detecta en el momento.
 - Se deberá evitar prácticas sin ética que mermen la credibilidad de las producciones.
 - Se debe dar tratamiento adecuado de todos los contenidos materiales.
 - Se deberá evitar la opinión personal o de dominio público y mezclarla con la información de fuentes fidedignas, ya que puede afectar la credibilidad del canal.
 - Se deberá cuidar el proceso de edición para no cambiar el sentido, ni el significado de los contenidos que se transmitirán.
 - Las personas o instituciones pueden solicitar la rectificación de alguna información que se demuestre sea errónea, ambigua, imprecisa o inexacta.
7. Las personas profesionales audiovisuales actuarán con absoluta independencia, sin que puedan recibir instrucciones, directrices o cualquier otra clase de indicación proveniente del Gobierno, del Estado, grupos políticos, económicos, sociales u otras instituciones o entidades. Aunado a este principio, se debe considerar:
- La información sobre el Gobierno puede ocupar más tiempo y espacio que la información sobre otras entidades políticas, porque sus actos y omisiones repercuten directamente en la vida de la audiencia y deben ser difundidos y explicados.
 - Se debe informar sobre la actividad política, incluido su seguimiento crítico e independiente.
 - Siempre que se informe sobre asuntos referidos a un cargo público, se deben reflejar, junto a su identidad, el partido o fuerza electoral al que pertenece.

III.4. Derecho de réplica

Las personas referidas en los programas transmitidos por el Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México podrán ejercer el derecho de réplica, mediante la Defensoría de las Audiencias, en caso de considerar que la referencia a su persona es inexacta, imprecisa o incorrecta.

Las Audiencias podrán presentar ante la persona Defensora su solicitud en relación con los contenidos y la programación del Servicio en un plazo no mayor a siete días hábiles posteriores a la emisión del programa o contenido mediante el siguiente correo electrónico: defensoriadeaudiencia.canal@gmail.com y deberá contener los siguientes requisitos:

- a) Nombre completo;
- b) Edad;





- c) Domicilio;
- d) Teléfono;
- e) Dirección de Correo electrónico para recibir informes;
- f) Nombre del programa o contenido, fecha y hora de la emisión de este;
- g) Narrativa de las observaciones, quejas, sugerencias, peticiones, señalamientos o reclamaciones y de ser el caso aporte los elementos de pruebas que considere necesarios.

IV. DE LAS PERSONAS PROFESIONALES AUDIOVISUALES

Las personas profesionales audiovisuales son las y los profesionales del periodismo, que generan la imagen o el sonido que obtienen, elaboran y difunden de forma directa en los contenidos informativos y divulgados por alguna de sus modalidades.

IV.1. Deberes

De conformidad con la Ley de Responsabilidades Administrativas de la Ciudad de México, tiene por objeto establecer las responsabilidades administrativas de las Personas Servidoras Públicas, sus obligaciones, las sanciones aplicables por los actos u omisiones en que estos incurran:

- Las personas profesionales de la información audiovisual tienen el deber de ofrecer a las audiencias información de interés público, con veracidad, objetividad, imparcialidad y respeto a los valores plasmados en el **Código de Ética del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México**.
- En su trabajo, las personas profesionales audiovisuales están obligadas a cumplir con los deberes del servicio público; así como distinguir y separar la información de la opinión; promover el conocimiento y difusión de los derechos humanos; facilitar el debate democrático y la libre expresión de las ideas.
- Se deberá elaborar las notas y reportajes, preferentemente, mediante el recurso a sus propias fuentes. Cuando la única manera de informar de un acontecimiento sea a través de un material audiovisual editado directamente por fuentes informativas ajenas, se advertirá de su origen.
- Se rectificará con el tratamiento adecuado, la información que se haya demostrado ambigua, errónea e imprecisa.





- Se respetará el *off the record*, (derecho de las fuentes informativas a permanecer en el anonimato cuando así se haya pactado).
- Se respetará el derecho de las personas a no proporcionar información ni responder a preguntas, sin ser amedrentadas o coaccionadas.
- No se aceptarán retribuciones, gratificaciones o regalos de terceros que pudieran orientar, influir o difundir informaciones u opiniones.
- No se utilizará en provecho propio, informaciones privilegiadas obtenidas de forma confidencial en el ejercicio de su función pública.
- Se respetará el derecho de las personas a su intimidad y propia imagen, especialmente en casos o acontecimientos que generen situaciones de aflicción y dolor.
- Se observará escrupulosamente el principio de presunción de inocencia en las informaciones y opiniones relativas a causas, respecto a la situación jurídica y respetando el debido proceso de todas las personas, incluyendo procedimientos penales en curso.
- Se tratará con especial cuidado toda información que afecte a las y los menores; niños, niñas y adolescentes, evitando difundir su identificación e imagen.
- Se dedicará especial atención a la información, imágenes y contenido relativo a la violencia contra las mujeres por razones de género, especialmente cuidando la reproducción o publicación de contenido que exhiba el cuerpo o la imagen de víctimas directas o indirectas o su identificación.
- Se deberá evitar la transmisión de mensajes que puedan contribuir de manera directa o indirecta a la promoción de la explotación, discriminación, injuria, difamación, deshonra, humillación o se atente contra la dignidad de las mujeres, niñas y adolescentes, legitimando la sensación de impunidad, desigualdad o que fomente la construcción de patrones socioculturales reproductores de la desigualdad o generadores de violencia.
- Se identifiquen las disposiciones jurídicas en la materia que permitan garantizar los derechos de las personas, principalmente de las mujeres, niñas y adolescentes, así como de las víctimas, contenidas en el siguiente marco normativo: Código Penal para el Distrito Federal, Ley de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia y Ley de Igualdad Sustantiva entre Mujeres y Hombres, todas las anteriores de la Ciudad de México.





- Lo anterior, debido a que los medios de comunicación, en cualquiera de sus formatos, tienen gran incidencia en la población, debido a que los mensajes emitidos se toman como verdad y a partir de ellos se elaboran juicios y opiniones. Por lo anterior, es necesario contar, al menos, con la sensibilización sobre lo que implica la violencia contra las mujeres, incorporando la perspectiva de género y el enfoque de derechos humanos en las publicaciones que se emitan, con el fin de propiciar cambios culturales a favor de la igualdad y la no discriminación, la justicia, la diversidad, el respeto, la no violencia y el buen trato.

IV.2. Derechos

- Se podrá exponer, en el ámbito del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México, las violaciones que considere sobre la independencia profesional o de los principios del servicio público, sin recibir una sanción o perjuicio profesional.
- Se ejercerá el trabajo con libertad, investigando, obteniendo y elaborando la información sin injerencia interna o externa. Siempre se realizará con la dirección de las personas responsables del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México.
- Las personas profesionales de la información audiovisual, sea cual fuere su adscripción orgánica, podrán ejercer la cláusula de conciencia, en los términos establecidos en la Ley del Secreto Profesional y Cláusula de Conciencia para el Ejercicio Periodístico de la Ciudad de México.
- La cláusula de conciencia no podrá ser invocada por los profesionales de la información adscritos a los programas de derecho de acceso a la información pública gubernamental. La cláusula de conciencia en ningún caso podrá ser invocada por la empresa o medio de comunicación.
- El secreto profesional ampara el derecho a no revelar las fuentes ante los requerimientos de la Dirección General del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México, cualquier particular o poder público, salvo en caso de resolución judicial motivada.
- Las personas profesionales audiovisuales del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México contarán con el apoyo, asesoramiento y defensa legal necesarios para que puedan mantener en secreto la identidad de sus fuentes de información, cuando sea necesario.
- Las personas profesionales audiovisuales del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México elaborarán los contenidos informativos con libertad, en el marco de los principios editoriales, el





Decreto de creación, el Estatuto Orgánico, el Código de Ética, Código de Conducta, y demás normas editoriales generadas.

- Las personas profesionales audiovisuales del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México tienen el derecho a que su nombre o seudónimo profesional conste en la información que elaboren, de acuerdo con su intervención y las características de la información.
- La Dirección General del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México comunicará, a las personas profesionales audiovisuales la presentación del material del que sean autores a concursos, muestras y premios.
- Las personas profesionales audiovisuales del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México tienen el derecho a conocer, preferentemente antes de que se hagan públicas, las rectificaciones sobre sus trabajos.
- Las personas profesionales audiovisuales del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México tendrán derecho a la capacitación profesional que exijan las normas oficiales vigentes. Asimismo, la formación continua deberá ser potenciada y promovida por el Servicio de medios Públicos de la Ciudad de México.
- La formación y capacitación para las personas profesionales de la información audiovisual se incluyan temáticas del Programa de Capacitación en Igualdad Sustantiva, que implementa la Secretaría de las Mujeres a través de la Dirección Ejecutiva de Igualdad Sustantiva, con la finalidad de facilitar conocimientos y desarrollar habilidades en materia de género, igualdad y derechos humanos de las mujeres entre las personas que laboran en el servicio público, organizaciones de la sociedad civil, instituciones educativas y la ciudadanía, con miras a contribuir a la construcción de una sociedad más justa, incluyente, libre de discriminación y violencia contra las mujeres.
- Las personas profesionales audiovisuales podrán ejercer el derecho de acceso a la información pública gubernamental conforme a la legislación aplicable.
- Las personas profesionales audiovisuales tendrán acceso a los actos públicos que desarrollen las autoridades, o a los de carácter público que desarrollen los particulares. No se podrá prohibir la presencia de ningún periodista en estos actos, de acuerdo con la Ley del Secreto Profesional y Cláusula de Conciencia para el Ejercicio Periodístico de la Ciudad de México.





IV.3. Límites profesionales

- No se utilizará en provecho propio la información privilegiada obtenida de forma confidencial en el ejercicio de su función. Tampoco participarán en la elaboración de información que afecte a sus propios intereses o a los de sus familiares próximos.
- No se aceptarán retribuciones, gratificaciones o regalos de terceros, o atenciones consideradas como expresión de cortesía, que pudieran buscar promover, orientar, influir o difundir informaciones u opiniones.
- No se aceptarán viajes pagados por las fuentes informativas cuando pueda afectar a la imparcialidad de la información.
- Se evitará la aparición de logos reconocibles salvo que esté plenamente justificada por el interés informativo sobre un hecho, sea positivo o negativo para la marca en cuestión.
- Se evitará la difusión de publicidad encubierta que empresas, instituciones o particulares pretendan hacer pasar por información.
- Se informará sobre productos dañinos para la salud o la seguridad cuando las autoridades certifiquen el peligro.
- Se debe evitar la aparición de marcas, logos y diseños reconocibles en el mobiliario, en la ropa de las personas profesionales o en la decoración de los espacios.
- Los enlaces desde la web del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México con otras páginas de Internet que tengan contenido comercial deben estar justificados por su valor informativo. En tales casos se debe comprobar la relevancia del material ofrecido y su compatibilidad con los derechos de los menores; niñas, niños y adolescentes.
- La única excepción a las limitaciones de uso de marcas y logos comerciales es la propia marca del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México (*Capital 21*), cuyo logotipo y productos pueden aparecer en todo tipo de espacio.





V. DE LAS PERSONAS O INSTITUCIONES INVITADAS

Para todas las producciones que inviten a representantes de alguna Institución o a título personal se deberá dar el siguiente tratamiento:

- Las personas e instituciones invitadas a participar en las producciones del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México serán informadas de las condiciones de su participación, si esta será total o parcial, y respecto a la transmisión emitida, si será en directo o diferido. Las personas invitadas tienen derecho a conocer la identidad de otras personas invitadas, si las hubiera, al mismo espacio.
- Se le proporcionará por escrito a la persona o Institución invitada, un oficio de invitación para su participación.
- Se le proporcionará por escrito el formato de permiso de grabación y consentimiento de difusión de su imagen para los fines a los que fue planteada la invitación; así como el aviso de privacidad del tratamiento de sus datos personales.
- Las personas invitadas que vayan a ser entrevistadas no tienen derecho a exigir cuestionario previo ni a pactar dicho cuestionario. Sí podrán, en cambio, solicitar ser informadas sobre los asuntos genéricos objeto de la entrevista.
- Las personas invitadas que hayan colaborado en alguna producción del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México no podrán leer, oír o visionar dicha producción antes de su transmisión o publicación salvo que, de modo excepcional, por la relevancia de los contenidos se haya pactado lo contrario.

V.1. Invitaciones

- La invitación se debe enviar con la respectiva anticipación, así las personas invitadas tendrán el tiempo suficiente para realizar los arreglos pertinentes en su agenda.
- Se deberá coadyuvar al seguimiento de la invitación, esto ayudará a planear mejor la intervención del invitado.
- Se establecerá una fecha límite para la confirmación de asistencia. La Coordinación de Invitados será la encargada de la logística y de verificar la recepción, lectura y asistencia.
- Para lo anterior, se contemplará lo siguiente:
 - Hora de la cita;
 - Duración;
 - Dirección exacta;
 - Aconsejable incluir las rutas de acceso y el lugar donde se realizarán las actividades;
 - Contacto para informes





V.2. Hospitalidad

La hospitalidad debe tener como prioridad los aspectos de accesibilidad para garantizar la participación de todas las personas al lugar de destino, en igualdad de condiciones, en el caso de la participación de personas con capacidades diferentes se proporcionará las facilidades para su participación igualitaria.

VI. DEL LENGUAJE

VI.1. Televisión

El Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México como medio público con independencia editorial y compromiso público y social, está obligado a presentar los productos audiovisuales con la mejor realización posible; técnica, creativa y tecnológica.

Se debe respetar los lenguajes audiovisuales propios de las plataformas en las que se difunde y se debe promover la interacción de forma creativa para proponer la entrega de información a las audiencias.

Los detalles de captura de imagen y sonido, edición, postproducción y difusión deben alinearse a las propuestas de contenido. Las personas profesionales audiovisuales que colaboran en el Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México son personas profesionales que están en constante actualización técnica y documentación temática, con la finalidad de dar voz a las inquietudes, intereses, deseos y necesidades de las personas, en contenidos relevantes y entendibles para las audiencias.

En el caso de las producciones para televisión, se deberá basar el texto en la imagen y partiendo de esto se desarrolla la información; no a la inversa; escribir el texto con independencia de la imagen. Salvo excepciones, como las audiencias con discapacidad, no tiene sentido que el texto se limite a describir lo que la audiencia ya está viendo.

Existen algunas situaciones en las que la imagen cede su protagonismo, como las noticias de última hora con gran repercusión y que pueden obligar a alterar la programación para ofrecer un flash o un avance informativo de urgencia.





VI.2. Radio

En el radio se debe tener en cuenta las características básicas del lenguaje hablado y sus exigencias:

- **Claridad:** Se trata de hacer accesible la expresión.
- **Concreto:** En radio son necesarias las formas que más vitalizan los relatos. Se deberá priorizar las formas simples que las compuestas; el presente que el pasado; la frase activa que la pasiva.
- **Brevidad.** Para aprovechar mejor el tiempo y facilitar la asimilación, se deberá construir períodos y frases breves que aseguren la comprensión.

VII. DE LAS PRODUCCIONES DE ENTRETENIMIENTO

Al producir y transmitir la barra programática de entretenimiento, se deberá considerar los objetivos del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México, lo establecido en su Decreto de Creación, Estatuto Orgánico, Código de Ética y Código de Conducta y no podrá entrar en contradicción con ningún criterio emitido por el Consejo Ciudadano.

El Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México (Capital 21), busca ofrecer una programación de ocio activo, creativo, enriquecedor y de calidad, que no fomente la vulgaridad y la banalidad. Dentro de esta programación se priorizará como contenido el conocimiento, la información, la innovación, la imaginación, la capacidad de reflexión y el humor inteligente con el rasgo característico de la identidad de la Ciudad de México.

Se buscará promover en estos espacios programáticos las producciones que muestran la riqueza cultural y lingüística de la ciudad, otras formas de la expresión audiovisual que se producen dentro y fuera de la Ciudad de México, así como las producciones de los medios hermanos del país y Latinoamérica.

La programación de entretenimiento dirigida a la infancia y juventud atenderá a contenidos adecuados a las diferentes edades, el número de horas de transmisión y teniendo siempre presente el proteger y coadyuvar al ejercicio de sus derechos. En el caso de la comunidad juvenil, se deben programar contenidos que animen el conocimiento junto a una oferta atractiva de entretenimiento creativo e innovador.

En el caso de los deportes, también se debe buscar la mayor calidad, innovación y utilidad en las producciones y transmisiones. La programación deportiva puede ser un instrumento en beneficio de la





cohesión social de la colectividad de la ciudad, pero siempre respetando la identidad de cada grupo poblacional y afición dirigida a las personas televidentes. Además de promover los deportes de mayor preferencia por la audiencia, también se debe de dar espacio para los deportes practicados por personas con capacidades diferentes y otros deportes minoritarios. Siempre se tendrá una postura de cero tolerancia con las prácticas violentas o incívicas.

En el caso de las producciones con concursos o modalidad de *reallity show* con un premio de por medio, deben tener fines y métodos de participación acordes con los objetivos del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México (Capital 21). No alentarán actitudes negativas o de pura competitividad, ni fomentar estereotipos. Las reglas serán públicas y al alcance de todas las audiencias. La donación de premios procedente de marcas o entidades deberá estar sometida a lo establecido en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, así como a la normatividad aplicable, siempre y cuando se cuente con los permisos de la Secretaría de Gobernación.

VIII. DE LOS PERSONAJES

Evitar los estereotipos de los personajes, en la manera de informar y roles que se propongan. Algunos ejemplos de estereotipo son:

1. Estereotipo de la madre.

[...] En el Instituto Mexicano del Seguro Social la prioridad es brindar la mejor atención a sus derechohabientes [...] y ejemplo de ello son sus 550 guarderías [...] con lo que no sólo se ayuda a las *madres trabajadoras* en el cuidado y desarrollo de sus *hijos*, sino también se contribuye al crecimiento económico del país [...]
(*Noticias*, 22 de marzo de 2007)

2. Amas de casa.

Un ama de casa junto con su hija resultaron con lesiones al impactarse la motocicleta en la que viajaban.
(*Noticiasnet.mx*, 22 de marzo de 2014)

Derechos de las amas de casa. En el mercado y tiendas de autoservicio [...]





(Portal del consumidor. Profeco, 19 de marzo de 2014)

Así como los dos ejemplos anteriores, también existe el estereotipo de mujer incapaz y relacionar a las mujeres con la belleza y la sexualidad y no con sus capacidades.

IX. DE LAS GRABACIONES

- Las cámaras y micrófonos deben ser claramente perceptibles para las personas que son objeto de la grabación a fin de que puedan decidir si colaboran o no y en qué términos lo hacen. Esto impide que se usen materiales ocultos para grabar a las personas sin autorización para publicarlo posteriormente, e incluye aquellas grabaciones que se obtuvieron al mantener activos los equipos después de que la persona entrevistada crea razonablemente que la sesión ha concluido.
- La grabación o transmisión en vivo de una conversación telefónica debe ser advertida previamente al interlocutor.
- La emisión de materiales audiovisuales obtenidos por entidades ajenas al Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México a través de circuitos cerrados puede chocar con el derecho a la intimidad.
- Las personas profesionales del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México sólo podrán acompañar a elementos de policía, en proceso de detenciones o redadas en lugares privados si el operativo cuenta con la autorización judicial pertinente.

IX.1. Uso de archivo

De conformidad con la **Ley Federal del Derecho de Autor** se estará en lo previsto para lo siguiente:

En la etapa de preproducción no se deben de olvidar los permisos y las autorizaciones de uso de imagen, espacios y obras artísticas o autorales. En el momento de crear una obra audiovisual, el uso de cualquier obra existente sea música, fotografía, película, pintura, escultura o creación artística o informativa, requieren un permiso o licencia por su integración y uso. Si se utiliza alguna pieza preexistente, sin la autorización de





permiso o licencia, se producirá un acto indebido que derivará en un delito, y la responsabilidad recaerá en la o el encargado de la producción.

Cuando se requiera usar música, es necesario contar con dos autorizaciones: la de composición, conocida como publishing, y la discográfica, conocida como máster. Asimismo, si se desea usar algún fragmento de una pieza audiovisual, hay que hacer contacto con la producción de dicha pieza y conseguir el permiso de uso.

Si no se cuenta con las licencias necesarias, se recomienda el uso de librerías o bancos de música e imágenes libres de derechos, que no requiere ningún tipo de permiso o licencia.

Los permisos y pagos que se necesitan para las filmaciones en exterior y uso de la vía pública en la Ciudad de México se deben realizar ante la Comisión de Filmaciones. Es diferente el permiso para grabar en exterior, que el permiso para estacionar camiones en vía pública, o cerrar calles para llevar a cabo la filmación, por lo que es importante conocer la **Ley de Filmaciones del Distrito Federal** (hoy Ciudad de México), y el correspondiente Reglamento, para saber cuáles son las gestiones que se deben realizar a partir de las necesidades de producción.

De acuerdo con la Ley Federal del derecho de autor en su **Artículo 148**.- *Las obras literarias y artísticas ya divulgadas podrán utilizarse, siempre que no se afecte la explotación normal de la obra, sin autorización del titular del derecho patrimonial y sin remuneración, citando invariablemente la fuente y sin alterar la obra, sólo en los siguientes casos:*

I. Cita de textos, siempre que la cantidad tomada no pueda considerarse como una reproducción simulada y sustancial del contenido de la obra;

II. Reproducción de artículos, fotografías, ilustraciones y comentarios referentes a acontecimientos de actualidad, publicados por la prensa o difundidos por la radio o la televisión, o cualquier otro medio de difusión, si esto no hubiere sido expresamente prohibido por el titular del derecho;

III. Reproducción de partes de la obra, para la crítica e investigación científica, literaria o artística;

IV. Reproducción por una sola vez, y en un sólo ejemplar, de una obra literaria o artística, para uso personal y privado de quien la hace y sin fines de lucro.





Las personas morales no podrán valerse de lo dispuesto en esta fracción salvo que se trate de una institución educativa, de investigación, o que no esté dedicada a actividades mercantiles;

V. Reproducción de una sola copia, por parte de un archivo o biblioteca, por razones de seguridad y preservación, y que se encuentre agotada, descatalogada y en peligro de desaparecer;

VI. Reproducción para constancia en un procedimiento judicial o administrativo;

VII. Reproducción, comunicación y distribución por medio de dibujos, pinturas, fotografías y procedimientos audiovisuales de las obras que sean visibles desde lugares públicos; y

VIII. Publicación y representación de obra artística y literaria sin fines de lucro para personas con discapacidad.

Las entidades autorizadas o reconocidas podrán valerse de lo dispuesto en esta fracción, bajo los términos de los tratados internacionales suscritos y aprobados por los Estados Unidos Mexicanos, para el intercambio transfronterizo de ejemplares en formatos accesibles, incluida su importación.

Además de las consideraciones anteriores, las imágenes de archivo deben ser identificadas de forma clara a fin de que la audiencia no las confunda con imágenes recientes. De ser posible, se incluirá la fecha de grabación.

La repetición de una imagen como recurso informativo, que ilustra obesidad, tabaquismo, tráfico, etc, se deberán tratar con discreción ya que puede causar inconvenientes a ciertas personas, entidades o grupos sociales que aparecen en ellas, por el riesgo de acabar siendo la imagen de esos males.





X. GLOSARIO

Glosario de términos usados en los Lineamientos Editoriales conforme a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, la Constitución Política de la Ciudad de México, Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión y la Ley del Secreto Profesional y Cláusula de Conciencia para el Ejercicio Periodístico de la Ciudad de México, y demás ordenamientos jurídicos:

- **Banda de frecuencia:** Porción del espectro radioeléctrico comprendido entre dos frecuencias determinadas.
- **Canal:** estación con distintivo de llamada XHCDM-TDT en el Canal 21 (512-518 MHz).
- **Concesionario:** Persona física o moral, titular de la concesión del espectro radioeléctrico. (Gobierno de la Ciudad de México).
- **Cortometraje:** Película que dura de 1 a 45 minutos.
- **Cláusula de conciencia:** Es el derecho que tienen las personas periodistas y personas colaboradoras periodísticas que les permite solicitar la rescisión o terminación de la relación profesional que las une con la empresa editora de un medio de comunicación, cuando éste manifieste un cambio sustancial, objetivo y reiterado de orientación informativa, criterios o principios editoriales o, ideológicos, cuya eficacia se fundamenta en el acuerdo previo que las partes hayan realizado. Su objeto es salvaguardar su dignidad personal, profesional e independencia en el desempeño del ejercicio del derecho fundamental a la libertad de expresión e información.
- **Derecho de réplica:** De acuerdo con la Ley Reglamentaria del Artículo 6o., Párrafo Primero, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia del Derecho de Réplica, el derecho de toda persona a que sean publicadas o difundidas las aclaraciones que resulten pertinentes, respecto de datos o informaciones transmitidas o publicadas por los sujetos obligados, relacionados con hechos que le aludan, que sean inexactos o falsos, cuya divulgación le cause un agravio ya sea político, económico, en su honor, vida privada y/o imagen.
- **Diversidad y Pluralidad:** Se promueve el respeto a las diferencias individuales, entre comunidades o estados, como principio esencial de los derechos humanos, además la programación tiene una mirada incluyente que muestra las posibilidades de enriquecimiento mutuo y diálogo.





- **Espectro radioeléctrico:** Espacio que permite la propagación de ondas electromagnéticas sin guía artificial y con bandas de frecuencias que se fijan convencionalmente por debajo de los 3,000 gigahertz.
- **Frecuencia:** Número de ciclos por segundo que efectúa una onda del espectro radioeléctrico, cuya unidad de medida es el Hertz.
- **Igualdad de Género:** Se fomentará el acceso a oportunidades de desarrollo sin establecer distinciones por motivos de género y se incluye la perspectiva de igualdad en las funciones diarias, como en las producciones y transmisiones.
- **Imparcialidad:** Fomentar el mismo trato a las audiencias, sin conceder privilegios o preferencias, ni permitir que influencias, intereses, sesgos o prejuicios indebidos afecten la programación.
- **Interés superior de la niñez:** En los contenidos que involucran a las niñas, niños y adolescentes, se salvaguarda el principio del interés superior de la niñez.
- **Independencia editorial:** Es un principio que debe expresarse en sus contenidos para cumplir con la obligación de informar a la sociedad de la Ciudad de México con criterios éticos, profesionales y de calidad en atención al derecho del público de obtener información plural donde las ideas deben expresarse con toda libertad y ser independientes respecto a los intereses o presiones comerciales o políticas.
- **Instituto:** El Instituto Federal de Telecomunicaciones.
- **Legalidad:** Se actúa conforme a las facultades que las leyes, reglamentos y demás disposiciones jurídicas regulan al Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México.
- **Libertad de expresión:** La libertad para expresar y difundir ideas, opiniones y mensajes a través de los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones. El ejercicio de este derecho se hará con respeto a los otros derechos dispuestos por la Constitución, tratados internacionales y demás normatividad aplicable.
- **Obra audiovisual:** De acuerdo con la Ley Federal de Derechos de Autor, se entiende por obras audiovisuales las expresadas mediante una serie de imágenes asociadas, con o sin sonorización incorporada, que se hacen perceptibles, mediante dispositivos técnicos, produciendo la sensación de movimiento.





- **Objetividad:** Se deberá preservar el interés superior de la audiencia por encima de intereses particulares, actuando de manera neutral e imparcial en la toma de decisiones informadas en estricto apego a la legalidad en sus servicios de radiodifusión y telecomunicaciones.
- **Personas profesionales audiovisuales:** Personas profesionales audiovisuales son las personas profesionales del periodismo, del contenido, de la imagen o el sonido que obtienen, elaboran y difunden de forma directa los contenidos producidos y divulgados por el Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México en alguna de sus modalidades.
- **Presunción de inocencia de las personas:** La información sobre detenciones o hechos delictivos, en los cuales su responsabilidad no haya sido judicialmente imputada.
- **Principios que rigen el servicio público:** Entendiéndose la austeridad, economía, racionalidad, transparencia, responsabilidad, rendición de cuentas, legalidad, objetividad, profesionalismo, honradez, lealtad, imparcialidad, eficiencia, equidad, eficacia, integridad y competencia por mérito.
- **Radiodifusión:** Propagación de ondas electromagnéticas de señales de audio o de audio y video asociado, haciendo uso, aprovechamiento o explotación de las bandas de frecuencia del espectro radioeléctrico, incluidas las asociadas a recursos orbitales atribuidas por el Instituto a tal servicio, con el que la población puede recibir de manera directa y gratuita las señales de su emisor utilizando los dispositivos idóneos para ello.
- **Respeto:** se procura atención, consideración y no discriminación hacia la manera de ser, actuar y pensar de los demás.
- **Responsabilidad social:** se procura el acceso a la cultura, la generación de espacios de debate, crítica y el entretenimiento de calidad en la programación, como parte de la función social del servicio público.
- **Transparencia:** Conforme a las atribuciones y disposiciones jurídicas aplicables, se privilegia el principio de máxima publicidad de la información pública.
- **Violencia Política en Razón de Género:** Es toda acción u omisión ejercida en contra de una mujer, en el ámbito político o público, que tenga por objeto o resultado sesgar, condicionar, impedir, restringir, suspender, menoscabar, anular, obstaculizar, excluir o afectar el reconocimiento, acceso, goce o ejercicio de los derechos político-electorales de una mujer, así como el acceso al pleno ejercicio de las atribuciones inherentes a su cargo o función en el poder público.





XI. BIBLIOGRAFÍA

Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social. CIESAS. *Normas editoriales*. Primera edición: 2014. México, D. F. https://ciesas.edu.mx/wp-content/uploads/2021/03/Normas_editoriales_CIESAS_vigentes.pdf

Consejo Ciudadano del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México. *Criterios para Garantizar la Independencia Editorial y una Política Editorial imparcial*. Recuperado el 20 de octubre de 2022 en <https://www.capital21.cdmx.gob.mx/gobiernoc21/consejo-ciudadano.html>

Corporación de Radio y Televisión Española. *Manual de estilo de la Corporación RTVE*. Recuperado el 25 de octubre de 2022 en <http://manualdeestilo.rtve.es/>

Crovi Druetta, D. M. (2015). Géneros informativos y audiovisuales. *Revista Mexicana De Ciencias Políticas Y Sociales*, 44(179). <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2000.179.48899>

Fidela Navarro Rodríguez (2010). *Del Ágora al Rating. La Investigación y Medición de Audiencias*. La H. Cámara de Diputados, LXI Legislatura participa en coedición de esta obra al incorporar a su serie “Conocer para Decidir”. Editorial Porrúa. 978-607-401-272-9.

Guichard Bello, Claudia. Instituto Nacional de las Mujeres. ISBN: 978-607-7825-53-1. *El Manual de Comunicación no sexista. Hacia un lenguaje incluyente*. Se imprimió en el mes de julio de 2018, en los talleres de Impresora y Encuadernadora PROGRESO, S.A. de C.V., San Lorenzo 244, Col. Paraje San Juan, Del. Iztapalapa, C.P. 09830, Ciudad de México. http://cedoc.inmujeres.gob.mx/documentos_download/101265.pdf

Jefatura De Gobierno de la Ciudad de México. *Ley del Secreto Profesional y Cláusula de Conciencia para el Ejercicio Periodístico de la Ciudad de México*. 2020. Gaceta Oficial de la Ciudad de México, no. 360 Bis.

Declaración Universal de Derechos Humanos. Adoptada y proclamada por la Asamblea General en su resolución 217 A (III), de 10 de diciembre de 1948. Artículo 7. (derecho a la no discriminación), Artículo (libertad de opinión y de expresión). https://www.ohchr.org/sites/default/files/UDHR/Documents/UDHR_Translations/spn.pdf

Declaración Universal de Derechos Humanos. Adoptada y proclamada por la Asamblea General en su resolución 217 A (III), de 10 de diciembre de 1948. Artículo 7. (derecho a la no discriminación), Artículo (libertad de opinión y de expresión). <https://www.corteidh.or.cr/tablas/17229a.pdf>





XII. LEYES Y NORMATIVA APLICABLE

Constitución Política de Los Estados Unidos Mexicanos. Artículo 1 (todas las personas gozarán de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los tratados internacionales) y Artículo 4 (derecho a la igualdad entre mujeres y hombres), Artículo 6 (libertad manifestación de las ideas), inciso B. En materia de radiodifusión y telecomunicaciones: Fracción I, II, III, IV, V, VI, Artículo 7 (libertad de prensa), Artículo 25 (rectoría económica), Artículo 27 párrafo sexto (concesión de radiodifusión y telecomunicaciones), y Artículo 28 párrafo cuarto, diecisiete, dieciocho, diecinueve y veinte. (áreas prioritarias).

Declaración Universal de Derechos Humanos. Adoptada y proclamada por la Asamblea General en su resolución 217 A (III), de 10 de diciembre de 1948. Artículo 7. (derecho a la no discriminación), Artículo (libertad de opinión y de expresión).

Convención Americana sobre Derechos Humanos (Pacto de San José). Adoptada el 22 de noviembre de 1969 y ratificada por México en 1981. Artículo 13. Libertad de Pensamiento y de Expresión. Numeral 1. (libertad de pensamiento), Numeral 2. (derecho a la no censura y derecho a la reputación), Numeral 3. (derecho de expresión y difusión por medio de prensa), Numeral 4. (protección moral de la infancia y la adolescencia), Numeral 5. (no violencia y no racismo).

Constitución Política de la Ciudad de México. Capítulo I. De los principios rectores numeral 1. (dignidad humana), Título segundo. Carta de Derechos, Capítulo I. De las normas y Garantías de los Derechos Humanos, Artículo 4 Principios de interpretación y aplicación de los derechos humanos, inciso A. De la protección de los derechos humanos, Numeral 1. (Derechos humanos y garantías reconocidos en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y en los tratados internacionales), inciso C. Igualdad y no discriminación, Numeral 1. (igualdad sustantiva) y Numeral 2. (Se prohíbe toda forma de discriminación), Capítulo II. De los derechos Humanos Artículo 6 Ciudad de libertades y derechos, inciso E. Derechos sexuales., y Artículo 7. Ciudad democrática, inciso C. Libertad de expresión. Numerales 1. (libertad de expresión), 2. (secreto profesional), 3. (seguridad ejercicio de la profesión) y 4. (criminalización de la protesta social y la manifestación pública).

Ley Reglamentaria del Artículo 6o. párrafo primero, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en materia del Derecho de Réplica. Publicado en Diario Oficial de la Federación el 30 de mayo de 2018. Artículo 3 (derecho de réplica) y Artículo 6 (de la rectificación), y demás relativos aplicables.

Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. Publicados en el Diario Oficial de la Federación el 24 de julio de 2015. Título IV. Régimen de Concesiones. Artículo 67 fracción II (concesión única para uso público). En relación con los mecanismos a los que se refiere el Artículo 88 Fracción I, II, III, IV, y V. radiodifusión de uso público), y demás relativos aplicables.





Ley Federal del Derecho de Autor. Publicada en el Diario Oficial de la Federación el 24 de diciembre de 1996. Título II. Del Derecho de Autor Capítulo I. Reglas Generales, Artículo 11 (el reconocimiento que hace el Estado en favor de todo creador), Artículo 13 (lo que se contempla como creación), y demás relativos aplicables.

Ley de Filmaciones del Distrito Federal (hoy Ciudad de México). Publicada en la Gaceta Oficial del Distrito Federal el 17 de febrero de 2009. Título cuarto de las filmaciones en el Distrito Federal. Capítulo I. De las Disposiciones Generales. Artículo 20 (avisos y permisos), Capítulo III de los permisos de filmación en el Distrito Federal. Artículo 29 (permisos en vía pública), y demás relativos.

Lineamientos Generales para el otorgamiento de las Concesiones a que se refiere el Título Cuarto de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 23/04/2021, y demás relativos aplicables.

Decreto de creación Servicios de Medios Públicos de la Ciudad de México. Numeral PRIMERO, SEGUNDO TERCERO, QUINTO Fracción II, SEXTO. Publicado el 21 de diciembre del 2021 en la Gaceta Oficial del Gobierno de la Ciudad de México, y que, a partir del 1 de enero del 2022, este opera como Entidad, y demás relativos aplicables.

Estatuto Orgánico del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México. Publicado el 18 de abril de 2022 en la Gaceta Oficial del Gobierno de la Ciudad de México. Artículo 1 (Organismo Público Descentralizado), Artículo 3 (cumplimiento de su objeto), Artículo 6 (integración del Sistema de Medios Públicos de la Ciudad de México), y demás relativos aplicables.

La Ley de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Rendición de Cuentas de la Ciudad de México. Publicado el 6 de mayo del 2016 en la Gaceta Oficial del Gobierno de la Ciudad de México. Artículo 121, Fracción LI. (listado de solicitudes a las empresas concesionarias), y demás relativos aplicables.

Ley de Igualdad Sustantiva entre Mujeres y Hombres de la Ciudad de México. Publicada en la Gaceta Oficial del Distrito Federal el 15 de mayo de 2007 (hoy Ciudad de México). Título IV. Capítulo Primero. De los objetivos y acciones en materia de igualdad Sustantiva entre Mujeres y Hombres, Artículo 21. (igualdad entre hombre y mujer), Fracción IV. El derecho a una vida libre de estereotipos de género. Y demás relativos aplicables.

Ley de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia de la Ciudad de México. Publicada en la Gaceta Oficial del Distrito Federal el 29 de enero de 2008 (hoy ciudad de México). Capítulo II. de las modalidades de violencia, Artículo 7 Fracción IX. (Violencia Política en Razón de Género), inciso a. (actos de violencia), inciso m. Publicar o revelar información personal), y demás relativos aplicables.





Ley del Secreto Profesional y Cláusula de Conciencia para el Ejercicio Periodístico de la Ciudad de México. Publicada en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México el 08 de junio del 2020. Capítulo I. Disposiciones Generales, Artículo 3 (libertad de expresión), Capítulo II. Del Secreto Profesional, Artículo 4 (El secreto profesional), Artículo 5 inciso I. (reserva revelación de fuentes de información), inciso II (periodistas y autoridades judiciales o administrativas), inciso III (equipo de grabación no sujetas a inspección), inciso IV (periodistas no sean sujetas a inspección de sus datos personales). Capítulo III. De la Cláusula de Conciencia, Artículo 6 (personas colaboradoras periodísticas que les permite solicitar la rescisión o terminación de la relación profesional que las une con la empresa editora de un medio de comunicación), y demás relativos aplicables

Ley de Responsabilidades Administrativas de la Ciudad de México. Publicada en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México el 01 de septiembre de 2017. Libro Primero Disposiciones Sustantivas. Título primero. Disposiciones Generales. Capítulo I. Objeto, ámbito de aplicación y sujetos de la ley. Artículo 4. Fracción I. (Personas Servidoras Públicas), Artículo 14. (denuncias), Sección Segunda De los sujetos obligados a presentar declaración patrimonial y de intereses. Artículo 32. (obligación a presentar declaración), Artículo 70. (actos de corrupción), Artículo 96. (requerimientos de autoridad), Capítulo III. De la calificación de Faltas administrativas. Artículo 100 (graves y no graves), y demás relativos aplicables.

Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados de la Ciudad de México. Publicada en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México el 10 de abril de 2018. Título I. Disposiciones Generales. Capítulo I. Del Objeto de la Ley. Artículo 1. (sujeto obligado), Artículo 2. (objetivo de la ley), Título II Principios y Deberes. Capítulo I De los Principios, Artículo 9 (responsable del tratamiento de Datos Personales), Capítulo II De los Deberes, Artículo 23 (el responsable y tratamiento lícito de los datos), Capítulo II Del Ejercicio de los Derechos de Acceso, Rectificación, Cancelación y Oposición, Artículo 46 (derechos ARCO), Título cuarto. Relación del responsable y encargado Artículo 55 (tratamiento datos personales), y demás relativos aplicables.

La Ley del Sistema Anticorrupción de la Ciudad de México. Publicada en la Gaceta Oficial de la Ciudad de México el 25 de febrero de 2020. De conformidad con lo establecido en su artículo 5. (referente a los principios que rigen el servicio público), y demás relativos aplicables.

Código Penal para el Distrito Federal. Publicado en la Gaceta Oficial del Distrito Federal el 16 de julio de 2002. Capítulo III. Acoso Sexual. Artículo 179. (favores sexuales), Artículo 179 Bis (transmisión de imagen a menores de edad), Capítulo VIII. Tráfico de Influencia Artículo 271. (servidor público que gestione negocios), Capítulo IX. Cohecho. Artículo 272. (soborno), y demás relativos aplicables.





Código de Ética de los Servicios de Medios Públicos de la Ciudad de México. Capítulo Segundo. De los principios y valores del personal del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México y personas colaboradoras externas. Capítulo Segundo. De los principios y valores del personal del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México y personas colaboradoras externas Numeral 10 y 11 (libertad de expresión y la independencia editorial), y Capítulo Sexto. De los criterios para garantizar la independencia editorial Numeral 56. (independencia editorial), y demás relativos aplicables.

Código de Conducta de los Servicios de Medios Públicos de la Ciudad de México. Artículo 1 (política de Integridad del Servicios de Medios Públicos de la Ciudad de México), Artículo 2 (busca en el desarrollo de disposiciones y establecer directrices para la aplicación de los principios), Artículo 4 (misión del Servicios de Medios Públicos de la Ciudad de México), Artículo 8 (Principios que orientan al Servicios de Medios Públicos de la Ciudad de México), y demás relativos aplicables.





ANEXO 1. Recursos para integrar el lenguaje incluyente y no sexista a documentos y producciones.

Se usarán recursos y alternativas que permitan nombrar a todas las personas cuando sea necesario, estas son algunos ejemplos:

1. Desdoblamiento. Consiste en presentar pares de palabras que sólo se diferencian por su género, con el propósito de referir a hombres y mujeres, y con lo cual no se duplica el lenguaje. Este recurso también se conoce como dobles formas.

Masculino genérico	Desdoblamiento de sustantivos
Los profesores	Profesoras y profesores
Los alumnos	Alumnas y alumnos
El ciudadano	Ciudadanas y ciudadanos
El cliente	Clienta y cliente
Los oaxaqueños	Las oaxaqueñas y los oaxaqueños
El hombre	La mujer y el hombre
Locatarios	Locatarias y locatarios
Los usuarios	Las usuarias y los usuarios

También mediante el uso de artículos gramaticales desdoblados en masculino y femenino, cuando se trata de sustantivos comunes (sustantivos que se mantienen invariables y cuyo género es determinado por las palabras que le acompañan, como los adjetivos o artículos).

Masculino genérico	Desdoblamiento de sustantivos
Los integrantes	Las y los integrantes
Los estudiantes	Las y los estudiantes
El solicitante	La o el solicitante
El cliente	La o el cliente
Los habitantes	Las y los habitantes
Los participantes	Las y los participantes
El paciente	Las y los pacientes
El adolescente	Las y los adolescentes





2. Sustantivos comunes o epicenos. Son palabras con las que se alude a mujeres y hombres, ya sea con términos colectivos o con términos abstractos que incluyan a mujeres y varones.

Masculino genérico	Desdoblamiento de sustantivos
Los ciudadanos	La ciudadanía
Los profesores	El profesorado
Los alumnos	El alumnado
El niño	La infancia, la niñez
Los estudiantes	Estudiantes, las y los estudiantes
El hombre	La humanidad
Los electores	El electorado
Los pobladores	La población

3. Parafrasear. Se refiere a la posibilidad de elegir una o más palabras con las cuales se nombre a las personas o al grupo, pero sin la carga de género.

Los romanos	El imperio romano, la cultura romana, el pueblo romano, la civilización romana
Los mesoamericanos	Las sociedades mesoamericanas, las civilizaciones mesoamericanas, los pueblos mesoamericanos
Los griegos	La cultura griega, el pueblo griego, la civilización griega.
La vida de los primeros cazadores-recolectores en América	La vida de los primeros grupos cazadores-recolectores en América.

4. Agregar las palabras “mujeres y hombres”.

Masculino genérico	Desdoblamiento de sustantivos
Los estudiantes	Los estudiantes, mujeres y hombres...
Los solicitantes	Los solicitantes, hombres y mujeres...
Los artistas	Los artistas, mujeres y hombres...
Los usuarios	Los usuarios, hombres y mujeres...





4. Agregar la palabra “persona”.

Masculino genérico	Desdoblamiento de sustantivos
El emprendedor	Persona emprendedora
El solicitante	Persona solicitante
El declarante	Persona declarante
Adultos	Personas adultas
El denunciante	La persona que denuncia

Para sustituir el pronombre impersonal “uno”, sugerimos utilizar los pronombres; alguien, cualquiera, persona, una persona, el ser humano:

Cuando “uno” escucha por primera vez este tema...	Cuando <i>alguien/una persona/cualquiera</i> escucha por primera vez este tema...
---	---

Para evitar el uso de el, los, aquel, aquellos y el relativo con sentido general, sustituir por quien, quienes, las personas que:

<i>El que</i> acuda lo más pronto a estas instalaciones, recibirá el libro...	<i>Quien</i> acuda lo más pronto a estas instalaciones, recibirá el libro...
---	--

5. Modificar los verbos. pasar los verbos a segunda o tercera persona del singular, primera o segunda del plural, o establecer la redacción en forma impersonal, o pasar el verbo a forma imperativa.

Asimismo, cuando el <i>empleado</i> tenga que realizar trámites, tendrá que requisitar su pase de salida.	Asimismo, cuando se tengan que realizar trámites, tendrá que generar el pase de salida.
Cuando <i>uno</i> escucha por primera vez sobre este tema...	Cuando <i>escuchamos/ se escucha</i> por primera vez sobre este tema...
Discute con <i>tus compañeros</i>	<i>Discute</i> en equipo.
<i>Los interesados</i> deberán acudir a la dirección...	<i>Si le interesa</i> , acudir a...





6. Recomendaciones generales.

a) Los adjetivos, los artículos y los pronombres deben concordar en género con las personas referentes del mensaje.

El titular de la Sedesa dijo que la gente merece vivir y morir con dignidad ya que cada vez hay más *personas mayores* con padecimientos degenerativos, y que tanto para *ellos* como para sus familias el sufrimiento se vuelve un gasto enorme, tanto emocional como económico.
(La prensa, 6 de marzo de 2014:14)

El titular de la Sedesa dijo que la gente merece vivir y morir con dignidad ya que cada vez hay más *personas mayores* con padecimientos degenerativos, y que tanto para *ellas* como para sus familias el sufrimiento se vuelve un gasto enorme, tanto emocional como económico.

Si el género de “personas” es femenino, entonces el género del pronombre que las refiere adelante (ellos) debe ser femenino. Los pronombres que la aluden deben ser femeninos, así como los términos que continúen aludiendo a ese referente.

b) Las profesiones y actividades las pueden ejercer tanto hombres como mujeres, así que se recomienda:

Más de mil 800 *médicos y enfermeras* capacitados: SS.
(CGCSEV, 12 de marzo de 2014)

Más de mil 800 personas trabajadoras del sector salud capacitadas.

Estos ejemplos son una muestra de un tratamiento asimétrico. Ser incluyentes nos lleva a hablar de: doctoras, doctores, médicos, médicas, enfermeras, enfermeros, etc.

En general, las profesiones, cargos y oficios, es posible clasificarlos en dos grandes grupos en función de las formas que adoptan para designar el femenino y el masculino: el grupo designado como A, el de mayor frecuencia, distingue el sexo femenino y masculino de las personas por medio de la terminación de la palabra, y el grupo B, que se caracteriza por ser palabras que no muestran cambios cuando designan a uno u otro sexo; el sexo de la persona de referencia es indicado por las palabras que le acompañan (artículos o adjetivos).

Grupo A. Cuando la profesión, cargo u oficio en femenino y masculino tiene diferente terminación.





En este grupo se identifican diversos tipos de terminaciones que señalan el sexo de la persona de referencia.

Terminación del masculino en *-o* y del femenino en *-a*, como en:

ingeniero, ingeniera
cajero, cajera
abogado, abogada

Algunos casos pueden presentar una terminación culta o isa: diaconisa/diácono; o tener dos terminaciones femeninas *-a* y *-esa*, como en: diablo, diabla o diablesa; y en vampiro, vampira o vampiresa.

Entre las excepciones, la Real Academia Española (RAE) señala: piloto, modelo o testigo, que funcionan como comunes: el/la piloto, el/la modelo, el/la testigo. Aunque sobre esta última, ya empieza a utilizarse una terminación *-a* para el femenino: *testiga*. También se incluyen como excepciones los que proceden de acortamientos: el/la fisio, el/la otorrino.

Terminación del femenino en *-ina* y del masculino en *-y*:

reina, rey

Grupo B. Cuando la profesión, cargo u oficio se denomina de una sola forma (sustantivos comunes)

En este grupo, la profesión, cargo u oficio se denomina de una sola forma y el sexo de la persona de referencia se marca por las palabras que acompañan al nombre de la profesión, oficio o cargo (artículos y adjetivos). Las palabras de este grupo se denominan sustantivos comunes.

Profesiones, cargos y oficios terminados en *-a*:

el/la atleta
el/la cineasta
el/la guía
el/la terapeuta
el/la pediatra
el/la policía

Algunos casos presentan para el femenino una terminación culta *-isa*, como en: profeta, profetisa; papa, papisa; poeta, poetisa; y guarda, guardesa. Terminados en *-ista*, el género también lo dará el artículo o el adjetivo: el/la almacenista, el/la camarista o el/la taxista. Excepción: modista, su masculino es modisto.





c) Orden de aparición de las palabras. La propuesta de lenguaje incluyente plantea que no se otorgue el lugar privilegiado ni a hombres ni a mujeres, sino alternar a una y otro en primer lugar a lo largo del mismo texto.

7. Soluciones no recomendables.

Arroba (@). Quienes recomiendan la arroba para aludir a grupos mixtos, olvidan que con este signo no se indica grafía alguna, lo que imposibilita la lectura. Recordemos que a cada grafía (registro gráfico) corresponde un sonido, característica que no se cumple con la arroba porque no tiene una referencia en la oralidad.

Barra (/) y paréntesis (). El impedimento para usarlos es que a cada palabra con marcas de género habría que agregarle la barra (o los paréntesis) y la terminación masculina y femenina, con lo cual los párrafos se saturan de estos recursos, al no tener alternativas sobre cómo leer esas formas.

Subordinación. En el lenguaje nos encontramos con diversas expresiones que reflejan esta subordinación.

- Cuando el nombre de ellas queda subordinado al de ellos, como en las invitaciones:

Señor González y familia
Señor y señora González
El señor Flores y su queridísima esposa

- En los nombres de mujeres casadas, a los cuales se les agrega la preposición “de” y el apellido del marido, es también una forma de subordinación.





ANEXO 2. Formatos y géneros televisivos

Los formatos televisivos en los que se puede producir, de manera enunciativa, más no limitativa:

a) Spot. - Formato televisivo breve, que maneja la información con un lenguaje directo, claro y simple, logrando efectividad del mensaje sobre la base de su tiempo de duración, que puede variar entre 10, 30 ó 60 segundos. Su uso es recomendable para promover la imagen de una Institución, ofrecer un servicio, mensajes institucionales, etc.

b) Cápsula. - Puede manejarse de manera unitaria o ser parte de un formato mayor (programa de televisión, conferencia, etc.). Su duración varía entre 3 y 10 minutos, permite abordar un tema completo en un tiempo breve. Actualmente las tendencias educativas privilegian este formato, principalmente por su funcionalidad de uso en procesos de enseñanza aprendizaje y facilidad de entrega a través del video bajo demanda.

c) Programa. - Cuando la información excede diez minutos de duración se convierte en programa de televisión. Estos se pueden manejar de manera unitaria o en series. Los hay de 30 minutos o una hora. Cabe señalar que este formato es el que mayor posibilidad de género permite.

El género se determina sobre la temática del programa o serie. Debe tomarse en cuenta el público al que se dirige. No todos los géneros son apropiados para todos los fines.

a) Promocionales. Producciones que tienen como objetivo promover la imagen de una persona o Institución u ofrecer servicios.

b) Informativos. Tienen como objetivo aportar datos sobre acontecimientos de actualidad.

c) Orientación. Aportan información tendiente a guiar a quien lo requiere acerca del uso y aprovechamiento de servicios.

d) Preventivos. Mensajes con fines educativos que persiguen la promoción y conservación de la salud, el ambiente, la seguridad y otros temas de interés general, a través de la modificación y cambio de actitudes y creación de conciencia ciudadana.

e) Divulgación científica y tecnológica. Su propósito es despertar el interés y la comprensión sobre alguna problemática o desarrollos vinculados con la ciencia y la tecnología.





f) Didáctico. Son aquellos programas que apoyan el proceso enseñanza aprendizaje, están vinculados a la educación formal sobre la base del plan de estudios e inciden en algunas de las etapas del proceso educativo.

g) Mesa redonda. En ella intervienen varias personas, que tratan un tema en especial, sobre la base de un moderador que somete a los invitados a continuas preguntas que son competencia de esos expertos.

h) Entrevista. Es la noticia contada en persona por su protagonista al espectador. Se incorpora a una unidad de discurso más amplia como el reportaje, el noticiario, la mesa redonda o el programa didáctico.

i) Noticiario. Es un género informativo, cuya finalidad es ofrecer una síntesis noticiosa, con base en la lectura de un locutor y las imágenes grabadas o en vivo. Su duración puede variar desde la cápsula hasta más de una hora.

j) Reportaje. Tiene carácter noticioso y actual. Su finalidad es la narración, descripción, análisis y apreciación sobre un tema. Se integra de nota informativa e incluso editorial.

k) Documental. Ofrece temas basados en una amplia investigación y no están estrechamente vinculados a la actualidad. Al igual que el reportaje, utiliza diversos géneros, incluyendo la dramatización.

l) Dramatización. Actos de y entre personajes que muestran acciones visibles y concretas. Se estructura con base en una construcción dramática que comprende desarrollo, nudo o conflicto y desenlace. Son de utilidad para biografías, sucesos históricos o acontecimientos contemporáneos





ANEXO 3. Glosario de términos utilizados en el lenguaje televisivo.

16:9	Relación de aspecto panorámico que predomina en la mayoría de los televisores de pantalla plana actuales. Mide la relación entre la anchura y la altura en las pantallas de televisión. Es el formato adoptado como parte del estándar de televisión en alta definición.
Acceso Condicional	Sistema que controla el acceso a los servicios de forma que sólo quien está suscrito pueda verlos. Se asocia con la tecnología necesaria para ofrecer suscripción a servicios pagados lo cual implica la encriptación de señales y el manejo de los abonados. El uso más común sería la Televisión de Pago.
Ancho de banda	Medida, en frecuencia, del espectro utilizado o la capacidad de un determinado medio. Medida de capacidad de comunicación o velocidad de transmisión de datos de un circuito o canal. Cantidad de información que puede transmitirse en un momento dado. Los sistemas de imágenes digitales suelen requerir grandes anchos de banda; por esta razón muchos sistemas de almacenamiento y transmisión recurren a técnicas de compresión para adaptar la señal reduciendo, por tanto, el ancho de banda.
Apagón analógico	Expresión aplicada al cese de las emisiones analógicas de los operadores de televisión. En México, el cese de las emisiones analógicas se produjo de forma progresiva y el proceso culminó el 31 de diciembre de 2015.
Audimetría	Sistema de medición de audiencia que se basa en técnicas estadísticas aplicadas a la información que se recoge diariamente de los hogares que forman la muestra representativa de la población a la que hace referencia. La información se recoge a través de audímetros, que se conectan a los televisores y miden en cada momento lo que estos sintonizan en tiempo real: vídeo, sintonizador de satélite, de cable.
Broadcast	Nivel de calidad mínimo que debe tener una señal de televisión para poder ser emitida. Estándar mínimo de calidad aceptado por las emisoras de televisión de todo el mundo y por sus organismos reguladores.
Camcorder	Cámara de vídeo portátil con funciones de grabación de vídeo y audio en algún tipo de soporte físico como por ejemplo cintas de vídeo o tarjetas de memoria.





Chroma key	Sistema electrónico para producir efectos en televisión; efecto especial que consiste en incrustar una imagen en el área ocupada por un determinado color.
Ciclorama	Decorado o telón de forma semicircular que sirve para dar la sensación de espacio ilimitado.
Cobertura	Ámbito geográfico, espacio o superficie en la que se pueden recibir las señales que se han transmitido por radiofrecuencia. Alcance de una emisión radioeléctrica.
Codificación	Acción de aplicar un código para transformar informaciones electrónicas para facilitar su tratamiento o su transformación. La codificación también se da en las imágenes digitales.
Cuota (Share)	Se define como el porcentaje de la audiencia que cada emisora o programa consigue con respecto a las otras emisoras o cadenas. Se da en tantos por ciento con relación al número de personas que ven la televisión en cada momento.
DBS (direct broadcasting satellite)	Satélite de difusión directa. Son satélites especialmente indicados para la difusión directa a los hogares de los canales de televisión. Sus emisiones están especialmente indicadas para poder recibirlas con antenas parabólicas de reducidas dimensiones.
Decodificación	Proceso por el cual el elemento del sistema encargado de convertir la señal digital en señal analógica asigna un valor de intensidad eléctrica proporcional a cada valor numérico que le llega, reconstruyendo la señal analógica original para que pueda ser interpretada o transmitida por sistemas analógicos. También hace referencia al proceso mediante el que se reconstruye una señal audiovisual alterada técnicamente por parte del emisor para que no pueda ser recibida por un sistema audiovisual convencional; lo emplean los canales de televisión de pago.
Decodificador	Dispositivo independiente que recibe y decodifica la señal de televisión, de forma que pueda visualizarse en un televisor. La señal de origen puede estar encriptada (codificada, habitual en señales de pago) o emitirse en distinta tecnología (televisión digital para recibirse en televisores analógicos).
Desaforar	Encuadre de imagen donde la lente rebasa el objetivo que se desea tomar.





Diafonía	Escape de una señal de audio de un canal a otro en un sistema estéreo.
Digitalización	Proceso en virtud del cual se asignan valores numéricos, en función de su intensidad, a diferentes muestras de una onda eléctrica que contiene información de audio o video. También se conoce como codificación.
Drop out	Error de grabación por el que aparecen en pantalla rayas, puntos o nieve.
DTH	Direct To Home. Se refiere a la transmisión de señales de radio desde un satélite directamente al domicilio del usuario, por medio de una antena parabólica de pequeño tamaño. El servicio DTH más popular es la televisión por satélite.
DTH (direct to home)	Emisión de TV digital directa al hogar, vía satélite.
DTV	Televisión digital. Tecnología que está sustituyendo a los sistemas de televisión analógica. Utiliza ondas de radiofrecuencia que contienen información digitalmente codificada a fin de mejorar la calidad y eficiencia de imagen y sonido. La DTV cuenta con tres niveles de calidad de imagen: SDTV, EDTV y HDTV. Actualmente, es posible acceder a la Televisión Digital mediante las siguientes tecnologías: ondas terrestres, cable, satélite, ADSL y dispositivos móviles.
DVB	Digital Video Broadcasting. Organismo europeo que tiene como socios a empresas de la industria, programadores, difusores y otros miembros del sector audiovisual. Su objetivo es crear y unificar los estándares relacionados con la Televisión Digital en Europa (expandiéndose al resto del mundo).
DVB-C	Transmisión de contenidos DVB (video y aplicaciones) mediante redes de cable.
DVB-S	Transmisión de contenidos DVB mediante redes de satélite.
DVB-T	Transmisión de contenidos DVB mediante redes terrestres.
DVD	Disco Versátil Digital (Digital Versatile Disc). Soporte físico de almacenamiento de datos.
Encriptado	Proceso por el cual la señal pasa a estar codificada de forma que únicamente con ciertas claves sea posible descodificarla. Este





	<p>procedimiento se realiza conforme a un algoritmo que es común a todos los países europeos con el objeto de obtener la compatibilidad entre descodificadores.</p>
ENG	<p>Producción electrónica de noticias (Electronic News Gathering). Término aplicado a un equipo portátil de pequeñas dimensiones con una cámara de TV con calidad broadcast, VTR y/o enlace de microondas, generalmente usado para noticias. Fue creado para distinguir entre producción de noticias en película y en cinta de vídeo (electrónica). También referido a equipos de edición portátiles o compatibles con el estudio.</p>
EPG	<p>Guía Electrónica de Programas (Electronic Program Guide). Guía en pantalla que ofrece señales de los programas del día y de días posteriores y que orienta al usuario en el momento de seleccionar un programa. También se denomina navegador. Con la ayuda del mando a distancia, el espectador accede a la EPG y puede disfrutar de características como los resúmenes de programas, la búsqueda por tema o canal, el acceso inmediato al programa seleccionado, el avisador y las funciones de control paterno.</p>
Fibra óptica	<p>Permite integrar por una misma vía servicios de telefonía, televisión, internet y datos. Su implantación ofrece innumerables ventajas: gran capacidad y velocidad e interactividad entre emisor y receptor.</p>
FPS	<p>Cuadros por segundo (Frames per second).</p>
Frame	<p>Una imagen completa al producirse el barrido entrelazado de dos campos. El equivalente en vídeo a un fotograma en cine.</p>
Gestor del Múltiple	<p>(También Operador del Múltiple). Agente responsable de la gestión del ancho de banda del canal múltiple para TDT.</p>
Gobo	<p>Pieza negra de gran tamaño que se usa para impedir que la luz incida en grandes áreas del escenario.</p>
HD Ready o Monitor Listo	<p>Es una televisión cuyo monitor puede visualizar HDTV pero que no contiene sintonizador integrado, por lo que hay que comprarlo por separado.</p>
HDMI	<p>Siglas en inglés del Interfaz multimedia de alta definición (High Definition Multimedia Interface), que es un conector digital de alta calidad. A través de un cable HDMI se transmite, de forma digital, información de audio, vídeo y datos entre dos equipos digitales.</p>





HDTV	Televisión de alta definición que aumenta el tamaño del campo visual, presenta casi el doble de líneas que los sistemas tradicionales y tiene el formato de pantalla de aspecto 16/9 frente al 4/3.
Infografía	Aportación informativa realizada con elementos icónicos tipográficos que permite o facilita la comprensión de acontecimientos, acciones y hechos de la actualidad o de algunos de sus aspectos más significativos, y acompaña o sustituye al texto informativo.
ITV	Interactive Television
LCD	Pantalla de televisión muy delgada de cristal líquido. La imagen, sumamente clara y nítida, se genera a través de los impulsos eléctricos a los que se somete el cristal líquido que se encuentra entre las capas de vidrio.
Led	Diodo Emisor de Luz (Light Emitting Diode). Dispositivo de pequeño tamaño que se ilumina cuando circula por él una corriente eléctrica. Muy usado como indicador luminoso. Las ventajas de los diodos Led sobre las lámparas indicadoras comunes son su bajo consumo de energía, su mantenimiento casi nulo y su larga vida útil.
Multicasting (Multitransmisión)	Tecnología que permite que cada estación emisora digital separe su ancho de banda en dos o más canales individuales de programación y servicios de datos.
Múltiple o canal múltiple	Señal compuesta para transmitir un canal o frecuencia radioeléctrica y que, al utilizar la tecnología digital, permite la incorporación de las señales correspondientes a varios canales de televisión y radio y de las señales correspondientes a varios servicios asociados y a servicios de comunicaciones electrónicas
NLE	Edición no lineal. El medio de grabación utilizado no es lineal – no es cinta. Se utiliza con frecuencia para describir un entorno de grabación en que hay acceso rápido (directo) a los “clips” fuente y al espacio de grabación – normalmente utilizando discos. El término se ha utilizado mucho asociado a sistemas de edición off-line que almacenan imágenes muy comprimidas, pero cada día aumenta el número de sistemas no lineales on-line.
NTSC	Siglas en inglés del National Television System Comite, sistema de codificación y transmisión de televisión a color analógica desarrollado en





	Estados Unidos en los años 40 y que se emplea en la actualidad en USA, Canadá, México y Japón.
Pago por visión (Pay per view)	Programación televisiva por la cual los usuarios pagan por ver un programa específico, largometrajes, partidos de fútbol, individualmente en vez de pagar mensualidades.
PAL	Fase alternada en cada línea (Phase Alternating Line). Sistema de codificación para televisión en color ampliamente utilizado en Europa y en todo el mundo, casi siempre con el sistema de 625/50 líneas/campo.
Píxel	Abreviatura de "Picture cell". Es el nombre con el que se denomina a una muestra de información de imagen. Es el elemento más pequeño de una imagen de televisión. A más píxeles en una imagen, mayor es la resolución.
Plasma	Pantallas de televisión que funcionan mediante la introducción de gas entre paneles de vidrio. Tienen mejor brillo que las pantallas LCD.
Plataforma de televisión	Operador de televisión que, a través de una marca comercial que lo identifica ante los usuarios, ofrece a éstos un conjunto de canales de televisión y/o de servicios interactivos.
Post producción	Conjunto de operaciones que se realizan después de la grabación de un programa de televisión destinadas a editar, titular, musicalizar, poner créditos y otros efectos a la señal de vídeo.
Premium	Canal de televisión o paquete de canales, de carácter especial por lo atractivo de su contenido, que se ofrece a quienes ya son abonados al paquete básico de una plataforma de televisión mediante un precio específico.
Prime time	Término inglés que se utiliza en programación para hablar del conjunto de emisiones de la parrilla que cubre la emisión principal de la noche y que corresponde a la hora de máxima audiencia de televisión.
Raccord	Correspondencia, ajuste y continuidad de movimiento, ambiente, gestos, disposición de objetos y decorados entre un plano y el siguiente. Relación de continuidad entre un plano y su precedente y/o siguiente.
Rating	Término inglés que significa audiencia. Representa el número de personas que visionan un programa específico o que consume televisión durante un





	<p>cierto periodo de tiempo. Se da en cantidades numéricas tipo millones de espectadores.</p>
Realidad virtual	<p>Término aplicado a la simulación de una realidad por medios mecánicos o electrónicos, que permite cierto grado de interacción con el usuario o espectador. Simulación de un ambiente que puede o no asemejarse a la realidad y que generalmente es en 3D. La realidad virtual tiende a destacar la posibilidad de simular el mundo real con una finalidad cognoscitiva. En cambio, la realidad artificial simula entornos y escenas inexistentes o imposibles porque incumplen leyes físicas a fin de explorar las potencialidades expresivas del medio más allá de sus capacidades reproductivas en relación con lo real.</p>
Resolución	<p>Es la cantidad de líneas y de píxeles que componen una imagen de televisión. Cuanto más alto es el número de líneas o de píxeles, la imagen es más nítida y detallada.</p>
RGB	<p>Abreviatura de la señal rojo, verde y azul; los colores primarios en TV. Tanto en cámaras como en telecines y en la mayoría de los elementos de monitorización de un centro de producción se realiza en RGB.</p>
Salto de eje	<p>Se produce cuando no se respeta el eje imaginario que se establece entre dos personajes que interactúan o en la línea de desplazamiento de un personaje u objeto de la escena. Si en una conversación entre dos personajes colocamos una cámara a un lado del eje que une a los conversadores y otra cámara al otro, en el montaje se verá que ambos personajes, en lugar de mirarse uno al otro, miran ambos en la misma dirección.</p>
Servicios Interactivos:	<p>Interactive Broadcasting. Suponen la provisión de servicios, asociados o no a la programación tradicional, que requieren un canal de retorno para la comunicación con el proveedor de servicios.</p>
Simulcast	<p>Transmisión de la misma señal por dos medios de transmisión diferentes. Por ejemplo, transmisión por satélite y transmisión por Internet. O también se considera simulcast la transmisión por el mismo medio de dos servicios diferentes como por ejemplo dos audios de la misma película, uno en versión castellano y otro en versión original.</p>





Sound track	Banda internacional de sonido que contiene los ruidos, músicas y ambientes sonoros excepto los diálogos y voces.
Target	Es el público objetivo al que se dirige un producto o servicio. La definición del público objetivo suele contemplar tres tipos de criterios: sociodemográfico (sexo, edad, nivel de estudios), socioeconómico (ingresos, pautas de consumo, clase social) y psicográfico (personalidad, estilo de vida, sistema de valores).
TDT	Acrónimo empleado para denominar la televisión digital terrestre, la modalidad de televisión digital que se transmite por ondas hertzianas a través de antenas y enlaces terrestres.
Web TV	Sistema que permite la navegación por Internet a través del televisor convencional.
Webcam	Del inglés <i>Web camera</i> , cámara para la red. Se trata de una pequeña cámara digital compatible con la red, que permite establecer videoconferencias.
Webcasting	Difusión de contenidos audiovisuales a través de la World Wide Web.





ANEXO 4. Glosario de términos utilizados en el lenguaje radiofónico

Ambiente sonoro	Conjunto de señales acústicas que recrean el marco y la atmósfera de un espacio o sección radiofónicos.
Careta	Señal sonora que sobre la sintonía o fondo musical incluye créditos, títulos fijos y otros textos sobre los contenidos de un espacio de radio.
Cortinilla	También llamada ráfaga, es la señal sonora que separa secciones, noticias o párrafos en un espacio radiofónico. En determinadas ocasiones cumple una función gramatical: si su duración es de 4 segundos equivale al punto y seguido; las de 8 segundos corresponden a un punto y aparte.
Cuña	Montaje breve, que puede incluir música, palabra y otros recursos sonoros, destinado a la venta de un producto comercial (cuña publicitaria); o a captar audiencia para un espacio de radio (cuña promocional). Otra modalidad de cuña es aquella que avanza algunos temas que se van a desarrollar en un espacio radiofónico. Recibe el nombre de cuña de contenido o, más coloquialmente, “píldora”.
Declaraciones	Expresiones orales de protagonistas o personas destacadas en los ámbitos político, económico y social, sobre asuntos de interés general.
Entradilla	Texto breve que, en programas y espacios informativos, busca captar la atención del oyente ante la noticia, entrevista o reportaje que se emite a continuación. Debe dar claves y avanzar los contenidos, pero no desarrollarlos.
Entrevista	Género informativo que, en su variante radiofónica, consiste en la emisión de preguntas y respuestas intercambiadas entre profesionales de una emisora y protagonistas de la actualidad o expertos en determinados temas.
Golpe	Efecto sonoro que sirve para acentuar un instante concreto de un espacio de radio. Puede incluir música, palabra y otros recursos. Se utiliza cuando se desea subrayar una situación, destacar a un personaje, etc.
Guión de continuidad	Escrito que recoge, con todos los detalles necesarios para su realización, el contenido de un programa de radio. Incluye textos de las locuciones del





	<p>presentador, fuentes de sonido externas (conexiones, unidades móviles, etc.), recursos sonoros y las instrucciones técnicas para el control.</p>
Impresiones	<p>Expresiones orales que reflejan los puntos de vista de alguien sobre determinados hechos.</p>
Indicativo	<p>Montaje sonoro muy breve que identifica a una emisora ante el oyente. Incluye música, palabra y cualquier recurso radiofónico. Por ejemplo, Radio Cinco, todo noticias: la información al instante.</p>
La escaleta	<p>Esquema posterior a la elaboración del guion. Equivale a una pauta que refleja de forma precisa los datos que anteriormente eran sólo estimativos: temas, tiempos, pies o finales de frases y, ahora sí, indicaciones técnicas.</p>
Marco inmediato	<p>Concepto sociológico que define el entorno próximo (doméstico, familiar, laboral, etc.) de las personas.</p>
Microespacio	<p>Unidad temática de la programación de una emisora que, en tiempo breve y con estructura propia, trata sobre noticias, asuntos o personajes. Puede realizarse con todos los recursos técnicos y narrativos propios de los espacios de mayor duración.</p>
Pauta	<p>Esquema previo al guion que contiene la estructura de un espacio radiofónico. En él figuran los bloques temáticos y la duración estimada de cada uno de ellos, pero se excluyen textos de locución e instrucciones técnicas.</p>
Punto	<p>Recurso radiofónico que tiene la misma función que el indicativo, pero aplicado no a la emisora, sino a un espacio concreto de su programación.</p>
Radio convencional	<p>Emisora que alterna en su programación todo tipo de espacios y formatos radiofónicos. Su parrilla puede ser horizontal, cuando mantiene diariamente los mismos espacios a las mismas horas; o vertical, si hay una programación distinta cada día de la semana.</p>
Radio temática o monográfica	<p>Emisora cuya programación trata exclusivamente sobre una materia genérica (economía, deportes, música clásica, religión, etc.) y utiliza variedad de formatos radiofónicos. Esta última característica la distingue de la radio-fórmula.</p>
Radio-fórmula	<p>Tipo de programación que se caracteriza por incluir contenidos similares en una parrilla diaria única. El término define también a las emisoras que poseen esa programación. Por lo general, suelen ser musicales y tienen un esquema formal básico, que se repite durante todo el día.</p>





Rueda de corresponsales	Rueda radiofónica cuyos participantes son los corresponsales y enviados especiales en el extranjero.
Rueda de emisoras	Rueda radiofónica en la que participan informadores de distintas delegaciones de una cadena. Normalmente gira en torno a un tema o noticia concreta.
Rueda radiofónica	Formato que consiste en conexiones simultáneas mediante múltiplex. Suele estar dirigida por una persona presentadora que coordina, desde el estudio central, las intervenciones de las personas participantes.
Sección	Cada uno de los apartados formales o temáticos en que se divide un espacio radiofónico.
Sintonía	Señal sonora, generalmente una melodía, que marca el comienzo y el final de un espacio radiofónico. Sirve para identificarlo entre los demás.
Sondeo	Encuesta, realizada por empresas demoscópicas o la propia emisora, para conocer el estado de opinión de la audiencia ante un asunto o noticia de actualidad.
Testimonios	Expresiones orales de los protagonistas o testigos de determinados acontecimientos que transmiten sus experiencias sobre los mismos.





ANEXO 5. Glosario de términos utilizados en medios digitales

ADSL	(Asymmetric Digital Subscriber Line): Método de transmisión de datos a través de líneas telefónicas de cobre, que permiten velocidades de transferencia muy superiores. La transferencia de datos es asimétrica, ya que la velocidad para transferir datos desde el servidor a nuestro ordenador es mucho más rápida (1.544 Megabits/seg), que si transferimos datos desde nuestro ordenador a un servidor (128 Kilobits/seg). Mejora el rendimiento de la navegación WWW y la transferencia de ficheros desde un servidor.
Avatar	Es una representación gráfica, generalmente humana, que se asocia a un usuario (de videojuego, ...) para su identificación
Banner	Anuncios publicitarios con enlaces al sitio de Internet al que se refieren.
Blog o Bitácora	Publicación on line, periódicamente actualizada, que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente. Es propio de los blogs hacer un uso intensivo de los enlaces a otros blogs y páginas para ampliar información o citar fuentes. Suelen disponer de un sistema de comentarios que permiten a los lectores establecer una conversación con el autor y entre ellos acerca de lo publicado
Boletín	Comunicaciones regulares vía e-mail dedicadas a un tema específico que requieren el consentimiento del destinatario para ser enviado. Algunos Newsletter permiten la inclusión de publicidad.
Bot	Bot: Herramientas que acceden a los sitios web y reúne referencias de su contenido para los índices de los buscadores.
Buscadores	Programas que permiten a los usuarios buscar información a través de Internet. En la WWW algunas de los más famosos son Google, Yahoo, etc.
Caché	Memoria volátil que permite mantener información duplicada de datos originales que puede ser requerida en otro momento. Con esta memoria se evita repetir procesos y se acelera cada petición.
Chat	Es una comunicación escrita realizada de manera instantánea a través de Internet entre dos o más personas.





Cliente/Servidor	Concepto que, en informática de redes, sirve para clasificar los ordenadores: los servidores almacenan información y la entregan a los clientes, que la solicitan.
Codec	Se utilizan para comprimir el tamaño de archivos de audio, vídeo o de imágenes. Debido a que el tamaño de estos archivos comprimidos es menor, no requieren tanto ancho de banda cuando se envían o almacenan en un ordenador. El mismo codec que originalmente comprime un archivo debe utilizarse para descomprimirlo y abrirlo.
Cookie	Fragmento de información que se almacena en el disco duro del visitante de una página web a través de su navegador, a petición del servidor de la página. Suelen utilizarse para conocer las preferencias de los usuarios y para acceder a servidores que requieren autenticación.
Correo electrónico (e-mail)	Servicio de red que permite a los usuarios enviar y recibir mensajes rápidamente mediante sistemas de comunicación electrónicos
Cortafuegos	(Firewall). Mecanismo de seguridad en Internet frente a accesos no autorizados. Un firewall asegura que todas las comunicaciones entre los usuarios de dicha red e Internet se realicen conforme a las normas de seguridad de la organización o empresa que lo instala.
Cracker	Intruso. Persona que intenta acceder a un sistema informático sin autorización. A menudo tienen malas intenciones.
Crawler	Programa diseñado para recorrer la web siguiendo los enlaces entre páginas. Esta es la forma habitual empleada por los principales buscadores para encontrar las páginas que posteriormente forman parte de sus bases de datos.
Dirección IP	Dirección única o número que identifica el equipo en la red. Consta de cuatro números entre 0 y 255 separados por puntos (por ejemplo 200.132.5.45).
Dirección URL	Dirección que identifica sitios web. Por ejemplo, https://www.capital21.cdmx.gob.mx/ es la url del sitio web del Servicio de Medios Públicos de la Ciudad de México, Capital 21.
Dominio	Es el sistema de identificación de direcciones en Internet. Existen dominios de organizaciones como los .com; dominios geográficos como .es que identifican el país de origen de la página; dominios de organizaciones no lucrativas como .org, etc.





FAQS	(Frequently Asked Questions): Preguntas y respuestas realizadas con mayor frecuencia, generalmente referidas a un tema específico.
Feed (RSS)	Medio de redifusión de contenidos de distintas webs, que se utiliza para suministrar información actualizada frecuentemente a sus suscriptores a través de los agregadores RSS.
Firmware	Es el sistema operativo que incluye un dispositivo electrónico como un router, grabadoras de CD y DVD, reproductores de salón, etc. Contiene las diferentes funciones que hacen posible su funcionamiento.
Freeware	Software puesto a disposición de la comunidad por sus autores. Este tipo de programas pueden ser libremente distribuidos y utilizados sin necesidad de pago alguno.
FTP	Siglas de File Transfer Protocol, o protocolo de transferencia de ficheros, utilizado para transferir éstos en redes que utilizan TCP/IP. Muy usado, por tanto, en Internet.
GPRS	(GPRS = General Packet Radio Service) Transmite y recibe datos en paquetes y ofrece una conexión permanente entre el dispositivo inalámbrico y la red.
Grupo de noticias	Son un medio de comunicación en el cual los usuarios leen y envían mensajes textuales a distintos tableros distribuidos entre servidores con la posibilidad de enviar y contestar a los mensajes.
GSM	Estándar paneuropeo del servicio de telefonía digital y celular.
Gusano	(worm): Programa informático que se autoduplica y autopropaga, arrastrándose de un equipo a otro a través de las conexiones de red.
Hacker	Experto en redes y seguridad informática que accede a sistemas en los que no está autorizado. Aunque su definición es controvertida, la mayoría de las voces defienden que el acceso se realiza sin ánimo de causar daño y generalmente para aprender más y superarse a sí mismo.
Hipertexto	Concepto consistente en vincular varios documentos a través de palabras o frases comunes.
Hipervínculo	Es un elemento de un documento electrónico que hace referencia a otro recurso. Por ejemplo, otro documento o un punto específico del mismo o de otro documento.





Home Page	Es la página inicial de un sitio web, a través de la cual se puede acceder al resto de la información.
HTML	(HyperText Markup Language) Lenguaje estándar usado en internet, utilizado para la creación de documentos de hipertexto e hipermedia. Este lenguaje determina el modo en que el navegador recupera y muestra la información. Su sucesor es el lenguaje XML.
HTTP	(HyperText Transmission Protocol) Protocolo para transferir archivos o documentos hipertexto a través de la red. Se basa en una arquitectura cliente/servidor.
Interactividad	Tipo de relación que hace que el comportamiento de un sistema modifique el comportamiento del otro.
Interfaz	Conjunto de especificaciones permiten la conexión del ordenador con los periféricos de entrada y salida.
Intranet	Red de uso privado que emplea los mismos estándares y herramientas de Internet.
IPTV	Sistemas de distribución por suscripción de señales de televisión y/o vídeo usando conexiones de banda ancha sobre el protocolo IP.
IRC	(Internet Relay Chat). Sistema de conversación multiusuario, en el que la gente se comunica por texto en grupo o en privado, de forma instantánea.
ISP	(Internet Service Provider) Proveedor de servicio de internet.
LAN	(Local Area Network). Grupo de ordenadores conectados entre sí (red) que se encuentran ubicados en un mismo lugar físico.
Layer	Formato publicitario flotante que se superpone al contenido de la página y que se mueve por la pantalla.
Link	Conexión electrónica entre dos sitios web. También conocido como enlace dinámico o hipervínculo.
Lista de correo	Lista de usuarios que reciben mensajes de correo electrónico sobre un tema específico con cierta regularidad y por voluntad propia
Log o Registro	Archivo que hace un seguimiento de las conexiones de red.





Medición interna	Es la medición de tráfico de webs propias mediante un software preparado para tales funciones.
Navegador	Programa empleado para acceder a la información contenida en la World Wide Web. A menudo se le llama por su nombre en inglés, browser.
Packet	Paquetes de datos que se envían a través de una red, que se reagrupan en el destino para ser visualizados.
Página vista	Número de veces que una página es totalmente descargada en el ordenador de un usuario.
Palabra clave	(Keyword). Palabra(s) específica(s) que el usuario introduce en un motor de búsqueda y que tiene como resultado una lista de sitios web relacionados con la palabra clave.
Pasarela	Dispositivo que conecta dos o más redes permitiendo que la información de una pase a otra según criterios predeterminados.
Peer to Peer (P2P)	Comunicación bilateral exclusiva entre dos personas a través de Internet para compartir información entre iguales
Ping	Herramienta para la verificación de direcciones de Internet. Se utiliza para comprobar si un equipo está activo en la red.
Plug-in	Programa de fácil instalación cuyo objetivo es ampliar las posibilidades de visualización de una página web o un anuncio interactivo. Son muy utilizados en los navegadores para ampliar sus funcionalidades.
Pop	(Post Office Protocol o Protocolo de oficina postal). Protocolo empleado por el software de correo electrónico para extraer o recibir los mensajes de los servidores de correo en nuestro ordenador.
Pop-up	Tipo de formato publicitario flotante que aparece en la pantalla del usuario a través de una ventana independiente o sobre los contenidos de un sitio web. Los pop ups pueden resultar extremadamente eficaces para llamarla atención del usuario cuando carga una página. Se muestran en una ventana independiente y puede contener gráficos, lenguaje HTML, animaciones, audio, o una combinación de dichos tipos de archivos.
Protocolo	Conjunto de reglas uniformes que permiten la conexión entre dos ordenadores o sistemas de telecomunicaciones y la transmisión de datos





	<p>entre ellos. Los protocolos determinan la manera en que se transmite la información entre aparatos informáticos y redes; definen cuestiones como el control de errores y el método de compresión de datos, la manera en que el aparato emisor indica si ha enviado un mensaje y la forma en que el aparato receptor indica que ha recibido el mensaje. Algunos protocolos de Internet son TCP/IP, HTTP, FTP, y SMTP</p>
RDSI	<p>(Red Digital de Servicios Integrados) Sistema de transmisión de datos de gran éxito por la gran velocidad que permite (alrededor de los 64.000 bps).</p>
Red Social en Internet	<p>Servicio dirigido a comunidades de usuarios en los que se pueden intercambiar fotos, archivos, aplicaciones, mensajes de texto y otro tipo de contenidos online. Las redes sociales son cada vez más populares y se han convertido en un excelente soporte publicitario y de marketing viral.</p>
Rich Media	<p>Son anuncios con los que los usuarios pueden interactuar (como oposición a los solamente animados) en un formato de página web. Pueden aparecer en formatos publicitarios tales como banners o botones, así como de transición (intersticiales) y en otras unidades “sobre la página” como anuncios flotantes.</p>
Sesión	<p>Secuencia de actividad en Internet realizada en un sitio por un usuario. En el caso de que éste no realice ninguna petición a un sitio durante un periodo concreto, el siguiente contenido o petición publicitaria se consideraría como el inicio de una nueva sesión.</p>
Shareware	<p>Software de distribución pública y gratuita pero no de uso gratuito. El autor establece un período de prueba después del cual pide una cuota de recuperación.</p>
Streaming	<p>Tecnología que permite el envío de secuencias de audio y vídeo a un ordenador desde un sitio web remoto, de modo que el usuario pueda ver y oír dichos archivos.</p>
T-commerce	<p>Comercio electrónico ejecutable a través de la televisión interactiva.</p>
UMTS	<p>(Sistema Universal de Telecomunicaciones Móviles) Transmisión de datos (texto, voz digitalizada, vídeo, o combinación multimedia de éstos), mediante un ancho de banda amplio, que ofrece una serie de servicios a los usuarios de ordenadores y teléfonos móviles independientemente de su ubicación en el mundo.</p>





Usuario único	Usuario o navegador único que accede a un sitio web o que recibe contenido único como correo electrónico, boletines, interstitials y anuncios emergentes.
Visita	Cada navegante que visite una página web
VOD (Vídeo on Demand)	Servicio que permite a los usuarios seleccionar y ver contenidos de vídeo
WAP	(Wireless Application Protocol o protocolo de aplicaciones inalámbricas) Es un estándar abierto internacional para aplicaciones que utilizan las comunicaciones inalámbricas, p.ej. Acceso a servicios de Internet desde un teléfono móvil.
Webhosting	Servicio que provee a los usuarios de Internet un sistema de almacenamiento de información, imágenes, vídeo, o cualquier contenido accesible vía Web.
WWW	(World Wide Web o telaraña mundial). Conjunto de sitios Web que se encuentran en Internet y a los que se accede a través de una dirección URL.
XML	(Extensible Markup Language) Sucesor más completo y dinámico del lenguaje estándar usado en internet, HTML.





ANEXO 6. Recomendaciones gramaticales, ortográficas y tipográficas

Uso de mayúsculas

Es recomendable limitar el uso de las mayúsculas a sus funciones básicas. La práctica actual es restringir su empleo, ya que su abundancia dificulta la lectura.

Se escriben con **mayúscula inicial**:

- La primera palabra del título de cualquier obra de creación (libros, cómics, películas, cuadros, esculturas, piezas musicales, programas de radio o televisión, etcétera), mientras que el resto de las palabras que lo componen —salvo los nombres propios o las expresiones que por su naturaleza exijan la mayúscula— deben escribirse con minúsculas: *La rama dorada*, *Fresas salvajes*, *La dama de Shalott*, *Euforia*, etcétera. Cuando la obra presenta dos títulos alternativos, normalmente unidos por la conjunción *o*, la primera palabra del segundo título también se escribe con mayúscula inicial: *Bearn o La sala de las muñecas*.
- El nombre propio de los cuerpos o materias celestes (estrellas, planetas, galaxias, constelaciones, nebulosas, etcétera), pero no los artículos ni los sustantivos genéricos que a veces los acompañan: *Marte*, *Orión*, *la Vía Láctea*, *la estrella Altair*, *el cometa Halley*.
- Los nombres de pila e hipocorísticos: *Ernesto*, *Azalea*, *Nina*, *Lola*.
- Los constituyentes con significado léxico (por lo regular, sustantivos y adjetivos) que formen parte de la traducción de antropónimos que pertenecen a otras culturas: *Cabeza de Águila*.
- Los apellidos: *González*, *Flores*. Si un apellido español comienza por preposición y artículo, éstos se escriben con minúscula cuando acompañan al nombre de pila: *Marina de la Rosa*, *Armando de Torres*; si se omite el nombre de pila, la preposición debe escribirse con mayúscula: *señora De la Rosa*, *señor De Torres*. Si el apellido comienza con artículo, éste se escribe siempre con mayúscula: *Ana Luisa La Merced*, *señora La Merced*.
- Los nombres propios que, precedidos por un artículo en plural, se utilizan para designar a una familia o dinastía: *los Borbones*, *los Borgia*.





- Los nombres de familias y dinastías cuando se emplean en aposición: *la dinastía Ming, la dinastía Julio-Claudia*. Cuando se utilizan como adjetivos, se escriben con minúscula: *los reyes borbones*.
- Los apodos y alias, pero no el artículo que los acompaña: *la Dama de Hierro, la Faraona*. Si el apodo se sitúa entre el nombre de pila y el apellido, es necesario marcarlo con cursiva o con comillas para distinguirlo de los demás elementos del nombre: Ernesto “Che” Guevara, Juan Huracán González.
- Los sobrenombres, pero no el artículo que los precede: *Alfonso X el Sabio, Isabel la Católica*.
- Los seudónimos y nombres artísticos, pero no el artículo que los antecede: *Azorín, el Lebrijano*.
- La abreviatura de los tratamientos: *Dra., Fr. Ilmo., Sr., Sto. Ud.*, etcétera.
- Los nombres propios con los que se designa a los dioses, profetas y otros seres o entes del ámbito religioso: *Alá, Yemayá, Krishna, Quetzalcóatl, Mahoma, el Espíritu Santo, Lucifer*. Los apelativos antonomásticos y las advocaciones que se les aplican se escriben con mayúscula inicial: *el Señor, el Gran Arquitecto, la Virgen, el Maligno, Nuestra Señora de Luján, el Cristo de las Ánimas, el Buda de la Luz Ilimitada*.
- El sustantivo dios (“ser supremo”) se escribirá con mayúscula inicial siempre que se refiera a la divinidad de las religiones monoteístas: *En el islam no se permite representar a Dios en imágenes*. La mayúscula se conserva en los refranes y en las frases hechas: *A Dios rogando y con el mazo dando*.
- Los nombres que designan a seres mitológicos o fabulosos: *Polifemo, Eco, Pegaso*; pero no los nombres comunes que designan las distintas clases de estos seres (*un fauno, una sirena, cíclopes, centauros, nereidas*).
- Los nombres propios designativos de animales o plantas: *Estopa, Bucéfalo, Telperion*.
- En los nombres latinos que se emplean en la nomenclatura científica internacional para designar las especies y subespecies de animales y plantas, se escribe con mayúscula inicial el primer componente (designativo del género), mientras que el segundo (que hace referencia a la especie) o el tercero (específico de la subespecie) se escriben con minúscula: *Pinus pinaster, Felis silvestris catus*.
- Los nombres propios de continentes, países, ciudades y localidades: *América, Cuba, Croacia*, etcétera, así como sus artículos antepuestos si forman parte del nombre: *El Salvador, La Paz*.





- Los sustantivos y adjetivos que forman parte del nombre de ciertas zonas geográficas concebidas como áreas geopolíticas con características comunes, pese a que comprenden distintos países: *Occidente, América Latina, el Cono Sur, América Central*, etcétera. Esta mayúscula no se aplica a las denominaciones conjuntas que se establecen en función de parámetros no estrictamente geográficos: *el primer mundo, el tercer mundo, la zona euro*, etcétera.
- Los nombres propios de los accidentes geográficos, pero no los sustantivos comunes genéricos que los acompañan (océano, mar, lago, embalse, río, cordillera, sierra, cabo, golfo, bahía, isla, estrecho, canal, etcétera): *el océano Atlántico, el mar Mediterráneo, el lago Titicaca, el río Amazonas, la cordillera de los Andes, el golfo de México, la bahía de Cochinos, el valle del Rift, las islas Galápagos, el canal de Panamá*, etcétera.
- Hay nombres propios geográficos que incluyen un sustantivo genérico como parte inherente, en ese caso, el genérico debe escribirse con mayúscula inicial: *Sierra Morena, Playa Girón, la Selva Negra, las Montañas Rocosas*. Además, existen usos antonomásticos en los que el nombre común genérico se emplea por sí solo, escrito con mayúscula inicial, en lugar del nombre propio: *el Golfo, la Península*.
- Es común y admisible que ciertos nombres comunes geográficos se escriben con mayúscula inicial cuando se refieren a las regiones o áreas naturales en que se considera dividido el territorio nacional: *la Costa y la Sierra*, en el caso de Ecuador, o *la Costa, la Sierra y la Selva*, en Perú.
- Se escribe con mayúscula inicial el nombre propio de las comarcas, esto es, los territorios que en un país o una región se identifican por ciertas características físicas o culturales: *los Altos de Jalisco, los Altos de Chiapas*. El artículo que antecede al nombre de una comarca se escribe con mayúscula inicial sólo en aquellos casos en los que forma parte del nombre propio de una división político-administrativa.
- Se escriben con mayúscula inicial los términos de la denominación de caminos y rutas que unen distintos puntos según un itinerario establecido asociado a actividades turísticas o culturales, o que tienen relevancia histórica o monumental: *el Camino de Santiago, la Ruta de la Seda*. Cuando estas expresiones no constituyan una denominación establecida y se empleen en sentido genérico, se escribirán con minúscula: *Lo llevaron a hacer una ruta del vino por las tabernas del pueblo*.
- Todas las palabras significativas que componen la denominación completa de entidades, instituciones, organismos, departamentos o divisiones administrativas, unidades militares, partidos políticos, organizaciones, asociaciones, etcétera: *Senado de la República, Instituto Tecnológico Autónomo de México, Departamento de Recursos Humanos, Subdirección de Difusión y Publicaciones*,





etcétera. También se escriben con mayúscula inicial las denominaciones alternativas antonomásticas de algunas de estas entidades: *Cámara Alta*.

- La mayúscula no afecta ni a los artículos ni a las conjunciones ni a las preposiciones sin especial relevancia semántica que incluya la expresión; en cambio, aquellas preposiciones con una carga significativa pueden escribirse con mayúscula inicial, por ejemplo: *Médicos Sin Fronteras o Asociación Española Contra el Cáncer*.
- Los sustantivos y adjetivos que forman parte del nombre de festividades sean civiles, militares o religiosas: *Navidad, el Día Internacional de la Mujer*.

Cabe destacar que las letras mayúsculas se acentúan cuando así lo requieran: *Ángel, Óscar, Ábrego*.

Uso de minúsculas

Se escriben con minúsculas:

- Las dinastías y linajes que se designan mediante un patronímico: *los nazaríes, un rey sasánida*.
- Las fórmulas de tratamiento: *usted, excelencia, majestad, monseñor, licenciada, doctora, don, fray, sor, santo, (su) señoría, vuestra merced, su santidad, su excelencia, etcétera*.
- Los títulos nobiliarios, dignidades y cargos o empleos de cualquier índole (civiles, militares, religiosos, públicos y privados), tanto si se trata de usos genéricos como si se trata de menciones referidas a una persona concreta: *directora general, rector, general, senador, secretaria de economía, gobernador, embajadora, presidente, rey, papa, etcétera*.
- Los sustantivos que designan profesiones: *antropóloga, historiador, abogada, médico, ingeniera, biólogo, química, etcétera*.
- Los sustantivos y adjetivos que expresan nacionalidad o procedencia geográfica, así como aquellos que designan pueblos o etnias: *los zapotecos, los argelinos, la cultura mochica, etcétera*.
- El sustantivo dios cuando se emplea como nombre común para referirse al ser supremo de manera genérica o a divinidades de religiones politeístas: *No hay más dios que Alá; La diosa Afrodita*.





- Los sustantivos genéricos que encabezan las denominaciones de calles y espacios urbanos: *la avenida Insurgentes, la calle (de) Juárez, el paseo Santa Lucía.*
- Los nombres de vías de comunicación: *la carretera Cancún-Tulum, la autopista del Sol.*
- Los nombres comunes que se utilizan para referirse anafóricamente a instituciones o a entidades que se han citado con anterioridad en el texto: El programa fue revisado por el Departamento de Publicaciones. Este *departamento* se creó hace muchos años. No obstante, si el sustantivo genérico se emplea precedido sólo por el artículo determinado (el, la), puede escribirse con mayúscula inicial, asimilando estos casos a los de mención abreviada comentados en la sección sobre el uso de mayúsculas: *El Departamento de Física ha recibido una subvención para desarrollar una nueva tecnología. El Departamento estará obligado a presentar informes sobre el avance de las investigaciones.*
- Las menciones a los distintos poderes del Estado (*poder ejecutivo, poder legislativo y poder judicial*) se escriben con minúsculas cuando se refieren de modo genérico a la facultad o poder en sí: *El poder legislativo recae en el Congreso*; se escribirán con mayúscula inicial en sus dos componentes cuando se refieran específicamente a los órganos del Estado en que descansan: *El Poder Judicial notificó su cese al funcionario.*
- Las expresiones para referirse a las diferentes etapas o ciclos educativos: educación primaria, bachillerato, licenciatura, maestría, doctorado. En el caso de que los sustantivos genéricos bachillerato, licenciatura, etcétera, vayan seguidos de un especificador de materia, éste se escribirá con mayúscula inicial: *licenciatura en Letras Hispánicas, maestría en Antropología Social, doctorado en Estudios Humanísticos.*
- Los sustantivos que designan movimientos o tendencias políticas o ideológicas: *comunismo, neoliberalismo, socialismo.*
- Esta norma se aplica también a la denominación de principios, idearios y doctrinas políticas, en los que sólo se escribirán con mayúscula inicial los nombres propios: *la doctrina Estrada, la doctrina Monroe.*
- El nombre de los premios cuando designan el objeto con el que se materializa su concesión o a la persona que los ha recibido: *La película ganó cinco goyas; Posó con su óscar; Hoy entrevistan al nobel de literatura.*





- Los días de la semana, los meses y las estaciones: *viernes, enero, termidor* (undécimo mes del calendario revolucionario francés), *invierno*.

Uso de letra cursiva, itálica o bastardilla

Se escriben con letra cursiva:

- Los títulos de libros, revistas, periódicos y trabajos artísticos (esculturas, pinturas, películas, obras musicales, etcétera): *El corazón de las tinieblas, Ichan, La Jornada, Historias de Nueva York*.
- Las acotaciones que van entre paréntesis en las obras de teatro: YERMA: ¡Qué hermosura! (*La mira extraviada*).
- Los géneros y especies en las clasificaciones taxonómicas: *Felis silvestris catus*.
- Las locuciones griegas y latinas: *ad libitum*.
- Los términos y expresiones en lenguas extranjeras, cuando todavía no han sido asimilados en el uso normal de la lengua española: El movimiento *punk* surgió en Inglaterra a fines de la década de 1970.
- Las palabras intencionalmente mal escritas: Voy a hacer un castillito / *pa* encerrarme en una torre / y no *peirle* a la gente *naa*.
- Los términos empleados en sentido irónico (en este caso también puede optarse por poner la palabra en redondas y entre comillas): Nos *invitaron* a salir.

Uso del guión corto (-)

Se utiliza:

- Para marcar la separación silábica al final de una línea y sustituir la preposición *a* entre dos cifras: pp. 78-91.





- Con prefijos, sufijos, infijos, radicales, etcétera, para indicar que éstos no son elementos independientes. El guión se coloca unido a dichos segmentos según la posición que ocupan en las palabras de las que forman parte: El prefijo *sub-* significa “debajo de”; la palabra *subterráneo* significa “que está debajo de la tierra”.
- Para formar adjetivos compuestos cuyos elementos se contraponen o permanecen independientes: *guerra franco-prusiana*.

Asimismo, el guión une sustantivos para indicar su vínculo semántico (en compuestos ocasionales) o expresar las relaciones de las entidades designadas por ellos: *director-presentador*, *cazador-recolector*, *espacio-tiempo*.

- En expresiones que combinan letras y cifras, el guión unirá ambas: *La XIV edición de la Copa Mundial de Fútbol Sub-17 se celebrará en México*.
- En las coediciones, las editoriales se separarán con guión corto cuando se trate de una relación de dependencia, y con diagonal cuando éstas sean independientes: *Ediciones SM/Conaculta*, *UNAM-SUA*.
- En algunos casos se utiliza el guión entre un prefijo y su base léxica para distinguirlos del término que formarían si estuvieran unidos: *Del pre-texto al texto, el autor es libre de modificar sus planteamientos*.
- Si un prefijo está unido a una sigla, debe haber un guión entre ambos. Esto con el fin de evitar la contigüidad de minúsculas y mayúsculas: *mini-PC*, *anti-UV*.
- El guión corto se emplea para expresar binomios y trinomios: *oposición luz-sombra*, *eje Berlín-Roma-Tokio*.

Uso del guión largo, mayor o raya (—)

- Se utiliza en los diálogos de las obras narrativas, para señalar lo que dice cada personaje y para indicar los comentarios del narrador: —Ven —dijo Jesús—, vamos.
- Los guiones largos también se usan para encerrar incisos. Para ello además se utilizan los paréntesis y las comas, sin embargo, los guiones aíslan incisos con menor grado de dependencia respecto al discurso principal que aquellos delimitados por comas, pero más vinculados a éste que los aislados entre paréntesis: *Durante las dos décadas pasadas ha sido el*





foco de atracción de indígenas, quienes migraron de la región Huasteca —en particular desde los estados de San Luis Potosí, Hidalgo y Veracruz—, así como del centro y del sur del país.

- No debe suprimirse la raya de cierre cuando el inciso ocupa la posición final del enunciado: La editorial publicó ese año varias obras del poeta —*todas ellas de su primera época*—.
- En las citas se deben usar guiones largos, y no comas, para encerrar las acotaciones del autor: “*Para mí hay indicios notorios —nos dice Carabia— que autorizan a...*”.

