

ANEXO ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DE PRODUCTOS COMUNICACIONALES DE LAS ESTRATEGIAS GANADORAS DE LA CONVOCATORIA TERRITORIOS QUE INSPIRAN 2025

En las Condiciones Generales de Participación, numeral 1.4 “Presupuesto y productos por categoría”, se establecen un mínimo de productos comunicacionales y de personas impactadas por las estrategias de comunicación que deben desarrollar los MAICC ganadores de la convocatoria Territorios que Inspiran 2025, según el o los formatos con que se presenten a la convocatoria:

- **Categoría Estrategias de Movilización MAICC formatos convencionales– medios zona urbana. Para 15 ganadores de \$13.500.000 cada uno**

- **Categoría Estrategias de Movilización MAICC formatos convencionales – medios corregimentales. Para 6 ganadores de \$13.500.000, cada uno**

- En estas dos categorías, las actividades de movilización deben impactar directamente a mínimo 100 personas (participantes, asistentes o beneficiarios directos de la estrategia de movilización) de la comuna o corregimiento donde se ubique el medio o proceso que se presenta a la convocatoria, y los productos principales resultantes del ejercicio comunicacional pueden ser en formato impreso, radial, televisivo o digital, acorde al formato principal del medio. Si bien la difusión de la estrategia de movilización debe estar contemplado durante todas sus fases, en el impacto directo no se incluyen las vistas, visualizaciones y estadísticas de web y redes sociales en las que se comparten los contenidos. En el formato de propuesta técnica se debe detallar la metodología de contabilización del impacto directo de mínimo 100 personas y las evidencias de dicho impacto; se reitera que debe ser diferente a las personas alcanzadas por difusión o divulgación a través del medio o sus redes sociales.

Formatos convencionales medios urbanos	Productos comunicacionales	Valor por propuesta	Número ganadores
Estrategias de movilización articuladas a formatos de comunicación impresos (se evaluarán propuestas de medios impresos que hayan circulado en 2024)	Producción, impresión y distribución de una (1) edición de mínimo 500 ejemplares para revistas y 3.000 ejemplares para periódicos, de acuerdo con el formato de cada medio. El contenido del periódico o revista en su totalidad debe estar relacionado con la estrategia de movilización realizada, su proceso y resultados. Páginas mínimas: 8 para periódicos y 12 para revistas.	\$13.500.000	15
Estrategias de movilización articuladas a radio análoga o digital (app, web).	Producción y emisión de cuatro (4) programas, con duración mínima de 15 minutos cada uno. Los contenidos de los programas radiales en su totalidad deben estar relacionados con la estrategia de movilización realizada, su proceso y resultados.	\$13.500.000	



	Para radio digital no se tienen en cuenta en vivos de redes sociales como Facebook o Instagram.		
Estrategias de movilización articuladas a canales de televisión análogos o digitales con streaming y parrilla de programación por plataformas digitales (no se incluyen redes sociales, con excepción de canales de TV cuya parrilla de programación se evidenciable en YouTube)	<p>Producción y emisión de dos (2) programas para TV con emisión análoga o digital, de mínimo 15 minutos de duración.</p> <p>Los contenidos audiovisuales en su totalidad deben estar relacionados con la estrategia de movilización realizada, su proceso y resultados.</p>	\$13.500.000	
Estrategias de movilización articuladas a sitios web, blogs, o portales informativos.	<p>Producción y difusión de dos (2) kits digitales.</p> <p>Cada kit digital está compuesto de todos los productos que se detallan a continuación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 4 contenidos escritos para la web de 300 a 350 palabras (aproximadamente 1700 caracteres sin espacios), sobre el proceso de implementación de la estrategia de movilización. • 4 banners en el home del sitio web, blog o portal informativo; uno para cada contenido escrito. • 4 fotografías de autoría propia, con marca de agua generada en tiempo real de la fecha en que se realizaron. Las fotografías deben complementar el contenido escrito para la web sobre el proceso de implementación de la estrategia de movilización. Se debe entregar el formato de autorización de uso de imagen • Un (1) contenido audiovisual de 2 a 4 minutos de duración, o un (1) contenido sonoro de mínimo 5 minutos, de producción propia. El contenido audiovisual o radial, debe complementar el contenido escrito para la web. <p>Cada kit se debe publicar en el sitio web, blog o portal informativo.</p>	\$13.500.000	

	<p>Nota: Los contenidos de cada uno de los productos del kit digital, debe estar relacionados con la estrategia de movilización ganadora, su proceso y resultados. Cada uno de los kits digitales debe tener una misma temática, pero su tratamiento narrativo debe ser diferencial, de acuerdo con cada producto.</p> <p>A título de ejemplo, el contenido escrito no puede ser una transcripción del contenido audiovisual o sonoro y así con cada uno de otros productos.</p>		
Formato convencionales – medios corregimentales	Productos comunicacionales	Valor por propuesta	Número ganadores
Estrategias de movilización articuladas a todos los formatos comunicacionales: Todos los formatos: Impresos (revistas o periódicos), radial análogo, radial digital, tv análoga, tv por plataformas digitales, y sitios web, blog o portales informativos.	Según el formato con el que se presente (impreso, radial, audiovisual o digital), deberá cumplir con la cantidad y especificaciones técnicas de los productos comunicacionales indicados en la tabla anterior (zona urbana).	\$13.500.000	6

- Categoría Estrategias de Movilización Procesos de comunicación – formatos no convencionales. Para cinco (5) ganadores de \$8.000.000, cada uno.

- En esta categoría los procesos de comunicación comunitarios deben presentar el diseño y la implementación de una estrategia de movilización en las respectivas comunas o corregimientos donde realizan sus actividades, que impacte directamente mínimo a **80** personas. En el formato de propuesta se debe detallar la metodología de contabilización del impacto directo y las evidencias de dicho impacto; el cual debe ser diferente a las personas alcanzadas por difusión o divulgación a través del medio o sus redes sociales.
- El componente de la difusión de la estrategia de movilización debe estar contemplado durante todas sus fases a través de los canales de divulgación propios del Proceso de comunicación.

Tipo de formato de procesos de comunicación	Acciones de comunicación no convencionales	Valor por propuesta	Número ganadores
Estrategias de movilización y comunicación no convencionales realizadas por organizaciones que desarrollen procesos de	Semilleros de comunicación, escuelas de comunicación, conversatorios territoriales, talleres de comunicación, cine foros, ferias, intercambios de saberes y/o	\$8.000.000	5

<p>comunicación alternativa, comunitaria y ciudadana.</p>	<p>experiencias, muestras audiovisuales y exposiciones fotográficas, impresos tales como fanzines, boletines, carteleras físicas, y actividades de fortalecimiento a medios de comunicación escolares.</p> <p>Deben incluir el plan de difusión a través de sus canales digitales y/o redes sociales, toda vez que se trata de procesos de comunicación y una publicación del resultado de la implementación</p> <p>La implementación debe guardar coherencia con la propuesta presentada.</p>		
---	--	--	--

Actividades para la producción, impresión y distribución de una (1) edición de mínimo 500 ejemplares para revistas y 3.000 ejemplares para periódicos, de acuerdo con el formato de cada medio.

El contenido del periódico o revista en su totalidad debe estar relacionado con la estrategia de movilización realizada, su proceso y resultados.

- Realizar propuesta metodológica y cronograma para producción de contenidos y publicación. Todas las actividades acá incluidas deberán contar con el visto bueno del gestor de comunicaciones a cargo de la comuna o corregimiento.
- Producción del periódico: producción 1 edición de 3.000 ejemplares para periódicos o 500 ejemplares para revista, según las especificaciones técnicas de cada medio y lo indicado en las actividades y presupuesto de la propuesta ganadora - para lo cual se deberán realizar todas las actividades requeridas para el levantamiento de la información (Planeación temática, investigación, reportería, redacción de artículos, edición de textos, fotografía, diseño y diagramación). Los periódicos deben ser de mínimo 8 de páginas y las revistas deben tener mínimo 12 páginas.
- En la contraportada del periódico o revista se debe incluir el sello de ganador de la convocatoria y el logo de la Alcaldía de Medellín, de acuerdo con el manual de uso del sello entregado por la Secretaría de Comunicaciones al operador.
- Después de recibir las sugerencias y correcciones, se deben realizar los ajustes necesarios y enviar el periódico en PDF vía correo electrónico, para el respectivo visto bueno y posterior publicación, máximo en dos días calendario.
- Se debe elaborar un plan de distribución que incluya el mapa de la comuna o corregimiento con las instituciones y organizaciones, sitios estratégicos para la promoción y difusión del medio, y el número de periódicos que se entregarán. El plan debe estar aprobado antes de dar inicio al proceso de distribución. El proceso de entrega se realizará en los 5 días calendario siguientes a la recepción de los ejemplares impresos.
- Para el proceso de entrega en instituciones u organizaciones el medio ganador llevará un registro de distribución que contendrá esta información: nombre de la institución o entidad, fecha de entrega, dirección y lugar de localización, institución, teléfono fijo o celular y firma de quién recibe.

- Para la entrega mano a mano cada una de las personas encargadas de la distribución deberá elaborar un informe que contenga el sector, las fechas de entrega y el número de ejemplares entregados y anexar registro fotográfico.
- Las fotografías y los avisos publicitarios del periódico o revista deben ser de alta calidad.
- Todas las fotografías deben llevar pie de foto o créditos
- Todas las cifras y datos del periódico deben llevar fuente.
- Los artículos deben ser inéditos y únicos por edición.
- El uso de IA generativa para crear contenidos de los productos comunicacionales debe ajustarse al anexo Protocolo de uso de IA para MAICC que hace parte integral de los lineamientos de la convocatoria.

Nota: Las propuestas ganadoras en la Categoría Estrategias de Movilización articuladas a formato impreso (periódico o revista) deberán imprimir sus productos bajo su responsabilidad; es decir que la impresión no estará a cargo de la Secretaría de Comunicaciones ni del operador de la Convocatoria, sino que debe ser costeadada en el presupuesto de la estrategia.

Evidencias realización de una edición del periódico o revista:

- Propuesta metodológica y cronograma de actividades: edición, producción, difusión y distribución.
- PDF de la versión final aprobado.
- Dos ejemplares impresos de cada una de las ediciones.
- Plan de distribución del impreso.
- Plan de divulgación transmedia de la edición (promoción y socialización de los contenidos en sus redes y/o canales de apoyo).
- Informe de distribución del periódico o revista. Deberá incluir soporte fotográfico (mínimo 10 puntos de entrega) que evidencie la entrega del periódico y las planillas de distribución.

Actividades para la realización de programas de radio análoga y digital: Producción y emisión de cuatro (4) programas, con duración mínima de 15 minutos cada uno.

Los contenidos de los programas radiales en su totalidad deben estar relacionados con la estrategia de movilización realizada, su proceso y resultados.

- Realizar propuesta metodológica y cronograma para producción de contenidos y publicación. Todas las actividades acá incluidas deberán contar con el visto bueno del gestor de comunicaciones a cargo de la comuna o corregimiento.
- Para cada programa radial se realizará la propuesta de tratamiento narrativo y guion.
- Los programas de radio deben desarrollarse de acuerdo con el guion presentado.
- Los programas de radio deben tener cabezote de entrada y de finalización.
- En el cabezote y pata final de cada producto radial se debe incluir el siguiente mensaje: “Este medio es ganador de la Convocatoria Territorios que Inspiran 2025, de la Secretaría de Comunicaciones de la Alcaldía de Medellín”.
- Realizar estrategia difusión de los programas radiales para dar a conocer los productos elaborados
- Generar parrilla de programación donde se incluya la emisión de los productos radiales.
- El uso de IA generativa para crear contenidos de los productos comunicacionales debe ajustarse al anexo Protocolo de uso de IA para MAICC que hace parte integral de los lineamientos de la convocatoria.

Evidencias para programas de radio análoga y digital:

- Propuesta metodológica y cronograma de actividades.
- Guion y su propuesta de tratamiento narrativo aprobados.
- Informe de estrategia de difusión que contenga evidencia de la emisión de los programas, estadísticas de audiencia e impacto.

- Cuatro (4) programas, con duración mínima de 15 minutos cada uno. entregados en dispositivo USB.
- Parrilla de programación de la emisora en la que se evidencie la emisión de los de cuatro (4) programas, con duración mínima de 15 minutos cada uno.

Actividades para realizar la producción y emisión de dos (2) programas para TV con emisión análoga o digital, de mínimo 15 minutos de duración:

Los contenidos audiovisuales en su totalidad deben estar relacionados con la estrategia de movilización realizada, su proceso y resultados.

- Realizar propuesta metodológica y cronograma de actividades para producción de contenidos y publicación (debe incluir las fechas de difusión). Todas las actividades acá incluidas deberán contar con el visto bueno del gestor de comunicaciones a cargo de la comuna o corregimiento.
- Para la producción del contenido se deberán realizar todas las actividades requeridas para el levantamiento de la información (consulta con la fuente directa y los posibles participantes del programa, planeación temática de acuerdo a lo acordado con la fuente, investigación de datos complementarios y contextualización del tema con la comuna y la ciudad, reportería necesaria, redacción de textos en off y gráficas, edición de textos, fotografía) y construcción de cada uno de los contenidos que harán parte de cada producción, según lo aprobado.
- Realizar sinopsis y guion del audiovisual.
- Para producir cada pieza audiovisual se debe contar con los debidos permisos y autorizaciones, si es necesario, tanto de apariciones como de locaciones.
- Después de recibir las sugerencias y correcciones, se deben realizar en dos días calendario los ajustes necesarios y enviar la pieza audiovisual vía correo electrónico, para el respectivo visto bueno.
- El producto final debe contar con todos los elementos propios del formato (estructura narrativa coherente y clara) y calidad adecuada de imagen (composición, buena resolución, iluminación, encuadre), sonido (nitidez, balance, supresión de ruido, etc.) y contenido (pertinencia, calidad técnica, relevancia), subtítulos o lenguaje de señas. El contenido audiovisual debe ser entregado en formato MP4. El tamaño de resolución mínimo permitido es 1920 x 1080.
- Aplicar la imagen gráfica que proporcione la Secretaría de Comunicaciones a través del operador como fuentes de textos, créditos de entrevistados o personajes, mosca o logotipo de la convocatoria y logo institucional del Distrito de Medellín, de acuerdo con el manual de uso del sello de ganador.
- Al comienzo del video deberá aparecer la siguiente leyenda: "Este proyecto es ganador de la Convocatoria Territorios que inspiran 2025, de la Secretaría de Comunicaciones de la Alcaldía de Medellín", de acuerdo con el manual de uso del sello de ganador que proporcione la Alcaldía de Medellín al operador de la convocatoria.
- Plan de difusión: entregar plan de difusión de los productos audiovisuales, mediante los diferentes canales del proceso o MAICC (Sitio Web y/o Redes sociales o aliados).

Evidencias para la producción y emisión de dos (2) programas para TV con emisión análoga o digital, de mínimo 15 minutos de duración

- Metodología y cronograma de actividades.
- Sinopsis y guion aprobados
- Dos (2) programas para TV con emisión análoga o digital, de mínimo 15 minutos de duración en formato MP4, entregado en dispositivo USB
- Informe de plan de difusión que contenga fechas de la divulgación, evidencia de estadísticas de visualización de los videos publicados en los canales propuestos (captura de pantalla y enlace) e impacto.

- Parrilla de programación del canal análogo o digital, en la que se evidencie la emisión de los programas producidos y emitidos.
- En caso de lograr difusión adicional en otros canales de televisión por suscripción o análoga, anexar certificado y detalles de la emisión (nombre del medio o canal, hora de emisión, día, mes, año, número de emisiones o repeticiones, alcance y cobertura).
- Copia de permisos y autorizaciones debidamente diligenciados y firmados, si fueron necesarios en la producción y/o emisión.
- Paz y salvos de los pagos en los que se incurra en los procesos de producción, si fuere necesario.

Actividades para estrategias digitales (sitios web, blogs, o portales informativos) - Producción y difusión de dos (2) kits digitales.

Los contenidos de cada uno de los productos del kit digital, debe estar relacionados con la estrategia de movilización ganadora, su proceso y resultados. Cada uno de los kits digitales debe tener una misma temática, pero su tratamiento narrativo debe ser diferencial, de acuerdo con cada producto.

- Cada kit digital está compuesto de: 4 contenidos escritos para la web de 300 a 350 palabras (aproximadamente 1700 caracteres sin espacios), sobre el proceso de implementación de la estrategia de movilización. 4 banners en el home del sitio web, blog o portal informativo; uno para cada contenido escrito. 4 fotografías de autoría propia, con marca de agua generada en tiempo real de la fecha en que se realizaron. Las fotografías deben complementar el contenido escrito para la web sobre el proceso de implementación de la estrategia de movilización. Se debe entregar formato de autorización de uso de imagen. Un (1) contenido audiovisual de 2 a 4 minutos de duración, o un (1) contenido sonoro de mínimo 5 minutos, de producción propia. El contenido audiovisual o radial, debe complementar el contenido escrito para la web.
- En todos los productos resultantes del kit digital se debe aplicar el sello de ganador de la convocatoria de acuerdo con el manual de uso del sello que proporcione la Alcaldía de Medellín al operador.
- Todas las fotografías deben ser en formato jpg en alta resolución (debe ser una imagen nítida, no sobre expuesta ni sub expuesta, buena composición)
- Realizar propuesta metodológica y cronograma para la producción de contenidos y publicación. Todas las actividades acá incluidas deberán contar con el visto bueno del gestor de comunicaciones a cargo de la comuna o corregimiento.
- Guion y su propuesta de tratamiento narrativo para productos audiovisuales o sonoros. Para el contenido escrito planeación temática.
- Estrategia de socialización y divulgación para dar a conocer los productos elaborados.

Evidencias:

- Propuesta metodológica y cronograma de producción de contenidos y publicación.
- Guion y propuesta de tratamiento narrativo de productos audiovisuales o sonoros.
- Evidencias de la realización de las estrategias de socialización y divulgación planteadas en el plan de trabajo para dar a conocer los productos elaborados.
- Planilla de programación de la página web que evidencie la publicación de los contenidos digitales.
- Dos (2) kits digitales entregado en dispositivo USB. Cada kit está compuesto de 4 contenidos escritos para la web de 300 a 350 palabras (aproximadamente 1700 caracteres sin espacios), 4 banners en el home del sitio web, blog o portal informativo, 4 fotografías de autoría propia, con marca de agua generada en tiempo real de la fecha en que se realizaron, y un (1) audiovisual de 2 a 4 minutos de duración, o un (1) contenido sonoro de mínimo 5 minutos, de producción propia.

Estrategias de movilización y comunicación no convencionales (Semilleros de comunicación, escuelas de comunicación, conversatorios territoriales, talleres de comunicación, cine foros, ferias, intercambios de saberes y/o experiencias, muestras audiovisuales y exposiciones fotográficas, impresos tales como fanzines, boletines, carteleras físicas, y actividades de fortalecimiento a medios de comunicación escolares):

- Realizar propuesta metodológica y cronograma de la actividad propuesta. Todas las actividades acá incluidas deberán contar con el visto bueno del gestor de comunicaciones a cargo de la comuna o corregimiento.
- Propuesta de temáticas de cada una de las actividades y de una publicación del resultado de la implementación.
- Realizar plan de difusión, que contenga convocatoria a las actividades a través los diferentes canales del proceso de comunicación (pueden ser canales físicos y/o digitales como redes sociales).
- Todas las actividades en espacio público deberán contar con los debidos permisos y autorizaciones.
- Para cine foros, presentar una ficha técnica de la película presentada, justificando la elección de esta (sea porque se eligió por contenido, temática o mensaje) y contar con los derechos de exhibición de la entidad competente para el Distrito de Medellín.
- Para el caso de intercambio de experiencias se debe contar con un seguro para los asistentes.
- Deben presentar las hojas de vida de los expertos y/o talleristas (cuando aplique).
- Permiso o autorización del lugar para realizar todas las actividades planteadas, si se requiere.
- En las diferentes piezas de difusión asociadas a la estrategia de movilización se debe hacer uso del sello de ganador de la convocatoria, de acuerdo con el manual de uso del sello, y en los libretos o guiones de actividades se debe incluir el siguiente texto: Estrategia ganadora de la Convocatoria Territorios que inspiran 2025”, de la Secretaría de Comunicaciones de la Alcaldía de Medellín.

Evidencias:

- Cronograma de actividades para la realización de las actividades realizadas.
- Propuesta metodológica para la realización de las actividades realizadas.
- Evidencias de las convocatorias a las actividades de movilización en territorio.
- Fotografías de cada una de las actividades de movilización realizadas, mínimo 3. Deben estar marcadas con fecha, hora y lugar de la actividad.
- Plan de difusión de los resultados de las actividades de movilización realizadas.
- Informe general de la realización de las actividades de movilización que contenga evidencias de la asistencia, del impacto de la estrategia y una encuesta de retroalimentación del público objetivo (su aplicación y resultados)
- Una publicación del resultado de la implementación.
- Documento de permiso o autorización del lugar para realizar la actividad, si se requiere.

Actividades para fanzines, boletines impresos y carteleras físicas:

- En la propuesta se debe indicar las especificaciones técnicas del producto, tamaño, número de páginas, tintas, cantidad.
- Se deberán realizar todas las actividades requeridas para el levantamiento de la información (Planeación temática, investigación, reportería, redacción de artículos, edición de textos, fotografía, diseño y diagramación).
- En la contraportada del periódico o revista se debe incluir el sello de ganador de la convocatoria y el logo de la Alcaldía de Medellín, de acuerdo con el manual de uso del sello entregado por la Secretaría de Comunicaciones al operador.
- Después de recibir las sugerencias y correcciones, se deben realizar los ajustes necesarios y enviar el periódico en PDF vía correo electrónico, para el respectivo visto bueno y posterior publicación, máximo en dos días calendario.

Evidencias realización de fanzines, boletines impresos y carteleras físicas:

- Propuesta metodológica y cronograma de actividades: edición, producción, difusión y distribución.
- PDF de la versión final aprobada.
- Dos ejemplares de la pieza impresa.
- Plan de distribución de la pieza impresa (fanzines o boletines)
- Plan de difusión (promoción y socialización de los contenidos en sus redes y/o canales de apoyo).
- Informe de distribución. Deberá incluir soporte fotográfico (mínimo 10 puntos de entrega) que evidencie la entrega del producto y las planillas de distribución.
- Para las carteleras físicas, informe y certificado de la institución donde fue instalada.

Actividades para el plan de difusión o plan de comunicaciones (incluye piezas físicas o digitales):

- El plan de difusión debe incluir objetivo general, estrategia comunicacional, público al que va dirigido, piezas y/o contenidos propuestos para cada una de las fases, canales de divulgación, cronograma y presupuesto. Según lo especificado en la propuesta ganadora.
- En todas las piezas y/o contenidos asociados a la difusión de la estrategia se debe aplicar el sello de ganador de la convocatoria de acuerdo con el manual de uso del sello que proporcione la Alcaldía de Medellín al operador.

Evidencias para el plan de difusión o plan de comunicaciones (incluye piezas físicas o digitales):

- Plan de difusión o plan de comunicaciones entregado en PDF.
- Piezas finales difundidas, según formato presentado.
- Informe de alcance del plan de difusión o estrategia de comunicaciones

Nota para todos los ganadores

Se deberán presentar informes para los pagos del avance de ejecución y al final realizar una presentación de resultados de ejecución, que será el insumo principal para la socialización de estrategias ganadoras de la convocatoria.

Anexo Protocolo uso de Inteligencia Artificial para MAICC

La realización de productos comunicacionales resultantes de la propuesta ganadora debe ajustarse al Protocolo uso de Inteligencia Artificial para MAICC que hacen parte integral de los lineamientos de la convocatoria y serán publicados con la versión definitiva de los lineamientos.

Anexo Protocolo de propiedad intelectual para MAICC

La realización de productos comunicacionales resultantes de la propuesta ganadora debe ajustarse al Protocolo de propiedad intelectual para MAICC que hacen parte integral de los lineamientos de la convocatoria y serán y serán publicados con la versión definitiva de los lineamientos.

Derechos de autor:

Acorde a los lineamientos establecidos en la convocatoria, los derechos de autor son propiedad de los proponentes de la Estrategia de comunicación para la movilización, sin embargo, la Secretaría de Comunicaciones del Distrito Especial de Ciencia, Tecnología e Innovación de Medellín, tendrá derecho a difundir sin ánimo comercial estos productos, en productos y contenidos institucionales, sin que para ello deba notificar previamente al proceso o MAICC.



Permisos y pago de Sayco- Acinpro

En caso de requerirlo, contar con los permisos de Secretaría de Gobierno y pagos de Sayco- Acinpro para las diferentes actividades en territorio y productos comunicacionales.

Publicaciones de pautas en cualquiera de los medios apoyados con recursos públicos

Según lo establecido en el numeral 4 Lineamientos generales, literal d, cuando los medios están apoyados con recursos públicos, es prioridad de la entidad prestadora del servicio velar porque en sus contenidos informativos y publicitarios no sea incluido ningún tipo de información o publicidad que atente contra las buenas costumbres e integridad (agencias de juego, prostitución, consumo de tabaco y licor) de los ciudadanos. Además, los medios deben abstenerse de participar en propaganda electoral y proselitismo religioso. Tampoco deben promocionar dentro de sus contenidos apoyo a partidos políticos o candidatos.