



IEC

Instituto Electoral de Coahuila

Lineamientos para el uso institucional de redes sociales del Instituto Electoral de Coahuila

CONTENIDO

I. OBJETIVOS.....	3
II. GLOSARIO	4
III. MARCO JURÍDICO.....	6
IV. LINEAMIENTOS.....	7
REFERENCIAS	20

Desde hace ya varios años, las redes sociales gozan de un impacto social y un alcance innegable a nivel mundial. En nuestro país, de acuerdo con cifras del estudio Digital 2023 México (Islas, 2023), el número de usuarios de plataformas y redes sociodigitales fue establecido en 94 millones (73.4 % de la población total, y 97.1 % de los mayores de 18 años).

Como institución, sabemos que el uso de las redes sociales representa grandes beneficios para nuestra labor en la promoción de actividades democráticas, como la participación ciudadana e incentivación del voto, entre otras.

Nuestra presencia en estas plataformas es indispensable en una época en la que el Internet y la digitalización forman parte de la vida diaria de la ciudadanía. Por ello, procuramos la actividad frecuente en las redes y plataformas sociales más utilizadas y de mayor tráfico en la actualidad: Facebook, Instagram, X (antes Twitter), YouTube y TikTok (Islas, 2023).

De acuerdo con lo establecido en la fracción XXI del artículo 57 del Reglamento Interior del Instituto Electoral de Coahuila, una de las atribuciones de la Dirección Ejecutiva de Comunicación Social es “elaborar los criterios para el uso institucional de redes sociales en internet del Instituto” (p. 46).

Debido al significado de la palabra, se ha decidido cambiar “criterios” por “lineamientos”. En una de sus definiciones más simples, los lineamientos son “cada uno de los pasos que se establecen para conseguir el desarrollo de algo” (Asociación de Academias de la Lengua Española, 2010, párr. 2).

Los lineamientos se emiten cuando se requiere particularizar o detallar acciones que derivan de un ordenamiento de mayor jerarquía, como una Ley, un Código, un Reglamento o un Decreto. Describen las etapas, fases, pautas y formatos necesarios para desarrollar actividades o tareas específicas (Procuraduría Federal del Consumidor, 2021, p. 4).

Tal como lo establece el Reglamento mencionado anteriormente, estos lineamientos se presentan con el objetivo de contribuir al cumplimiento de los principios de certeza, imparcialidad, independencia, legalidad, máxima publicidad, objetividad y paridad que nos rigen.

Como referente, se tomaron los documentos elaborados para el mismo fin por el Instituto Nacional Electoral y el Instituto Estatal Electoral de Nayarit, así como las recomendaciones para la elaboración y actualización de lineamientos de la Procuraduría Federal del Consumidor.

I. OBJETIVOS

Objetivo general

Establecer las especificaciones para el correcto uso institucional de las redes sociales, por medio de las cuales el Instituto Electoral de Coahuila difunde información oficial oportuna y veraz, bajo los principios de certeza, imparcialidad, independencia, legalidad, objetividad, máxima publicidad y paridad.

Objetivos específicos

1. Posicionar la imagen del Instituto Electoral de Coahuila en redes sociales, siempre en apego a los principios rectores de la institución.
2. Servir como guía para que el personal del Instituto Electoral de Coahuila encargado de administrar las cuentas institucionales en redes sociales, proporcione y difunda información institucional certera, oportuna y veraz a las y los usuarios.
3. Difundir información referente a los procesos electorales, participación ciudadana, educación cívica, convocatorias, eventos institucionales y actividades del Instituto Electoral de Coahuila.
4. Difundir las actividades del Consejo General, Direcciones Ejecutivas, Unidades Técnicas, Comisiones y Comités del Instituto Electoral de Coahuila.
5. Garantizar que los contenidos que se difundan o compartan a través de redes sociales, cumplan con los principios de certeza, imparcialidad, independencia, legalidad, objetividad, máxima publicidad y paridad.
6. Servir como canal de comunicación y medio de interacción con la ciudadanía.
7. Verificar o, en su caso, clarificar la información difundida por terceros respecto al Instituto Electoral de Coahuila y sus actividades.

II. GLOSARIO

Para efectos de los presentes Lineamientos, se entenderá por:

Consejeras o Consejeros: Las o los Consejeros Electorales del Instituto Electoral de Coahuila.

Contenido: Información clara, oportuna, veraz, imparcial y vigente sobre las actividades que desarrolla el Instituto Electoral de Coahuila o, en particular, quienes integran el Consejo General, las Direcciones Ejecutivas, Unidades Técnicas, Comisiones y Comités.

Cuenta institucional: Cuentas registradas en las redes sociales de Facebook, X, Instagram, TikTok y YouTube registradas por el Instituto Electoral de Coahuila.

Cuenta personal: Cuenta utilizada por los usuarios de redes sociales que contiene su información personal, vinculada a una dirección de correo electrónico y que permite la generación y publicación de contenidos.

DECS: Dirección Ejecutiva de Comunicación Social del Instituto Electoral de Coahuila.

Dominio: Red de identificación asociada a un grupo de dispositivos o equipos conectados a Internet.

Hacker: Persona que accede ilegalmente a sistemas informáticos ajenos para apropiárselos u obtener información confidencial.

IEC o Instituto: Instituto Electoral de Coahuila.

Internet: Red que permite la interconexión descentralizada de computadoras y el intercambio de datos, voz y video a nivel mundial.

La Comisión: La Comisión Editorial de Difusión de la Cultura Democrática del Instituto Electoral de Coahuila.

Lenguaje incluyente: Expresión verbal o escrita que utiliza, preferentemente, vocabulario neutro, o bien, que utiliza de manera correcta los genéricos tanto en masculino como en femenino.

Lineamientos: Lineamientos para el correcto uso institucional de redes sociales del Instituto Electoral de Coahuila.

Página institucional: Página web del Instituto Electoral de Coahuila.

Persona servidora pública: Personas que desempeñan una labor, en forma permanente o eventual, al servicio del Instituto Electoral de Coahuila.

Persona usuaria o personas usuarias: Persona o personas que usan las redes sociales, particularmente las del Instituto Electoral de Coahuila, ya sea mediante sus reacciones, comentarios, reposteo o la visita a cuentas oficiales del Instituto.

Presidencia, Consejero Presidente o Consejera Presidenta: La Presidencia del Consejo General del Instituto Electoral de Coahuila o persona que desempeña dicho cargo.

Publicación: Elementos conceptuales que conforman la estructura de un mensaje publicado o compartido en redes sociales, y que le aportan unidad y sentido; generalmente compuesta por texto, imágenes (fotografías, gráficas, infografías) o material audiovisual (animaciones, videos).

Quien administre: Persona adscrita a la Dirección Ejecutiva de Comunicación Social, encargada de la gestión, operación, publicación, actualización, mantenimiento y retiro de información de las cuentas institucionales en redes sociales.

Redes sociales: Cualquier soporte digital que ofrezca al o a la internauta, la posibilidad de compartir mensajes, información y contenidos generados por ellos o terceros a través de cuentas públicas o privadas.

Secretaría Ejecutiva, Secretario Ejecutivo o Secretaria Ejecutiva: Secretaría Ejecutiva del Instituto Electoral de Coahuila o persona que desempeña dicho cargo.

SPAM: Correo no deseado enviado a un gran número de destinatarios.

III. MARCO JURÍDICO

-Reglamento Interior del Instituto Electoral de Coahuila. IEC.CG.038.2023

IV. LINEAMIENTOS

1. De la administración de las cuentas institucionales de redes sociales.

La persona titular de la Dirección Ejecutiva de Comunicación Social, con la aprobación de la Presidencia del Consejo General, designará a quien o quienes administrarán y serán responsables del manejo de las redes sociales institucionales.

Quien administre la cuenta tendrá las siguientes funciones:

I. Publicar campañas en redes sociales con información institucional que las áreas deseen difundir por este medio, previa autorización de la Presidencia del Consejo General del IEC, de acuerdo con lo dispuesto en el Oficio Interno No. DECS/116/2022, sin menoscabo de las atribuciones de la Comisión Editorial y de Difusión de la Cultura de Democrática.

II. Verificar que los contenidos a publicar se apeguen a los presentes Lineamientos, así como el carácter público de la información a proporcionar, debiendo proteger aquella que se encuadre en las causas de reserva y confidencialidad establecidas en la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Coahuila.

III. Revisar la vigencia de los contenidos y realizar las actualizaciones pertinentes.

IV. Responder y dar seguimiento a las dudas y comentarios expresados por las personas usuarias de las redes sociales en las cuentas que es responsable, o, en su caso, orientarlas sobre las áreas del Instituto, servicios o trámites a través de los cuales puedan promover y ser atendidas sus peticiones y necesidades. Queda prohibido que quien administre la cuenta institucional responda a los comentarios de las personas usuarias a través de insultos, descalificaciones, comentarios egocéntricos, racistas, faltas de cortesía y/o de respeto.

De igual forma, tampoco deberá emitir opiniones o comentarios a título personal o, en su caso, usar reacciones o emoticonos que signifiquen aprobación o rechazo hacia alguna opinión o comentario publicado en las redes sociales.

V. Comunicar de manera inmediata a la persona titular de la DECS, quien a su vez informará a la Presidencia, sobre los asuntos y temas relevantes que sean tratados a través de las redes sociales que puedan afectar la imagen institucional.

VI. Administrar, resguardar y, en su caso, generar o cambiar la contraseña o cualquier otra clave que sea necesaria para el acceso, utilización y administración de la cuenta institucional respectiva, atendiendo las mejores prácticas de generación de contraseñas seguras respecto a la longitud y composición de las mismas, mediante la combinación de letras, números y caracteres especiales.

La persona administradora de las cuentas institucionales deberá informar a la Presidencia del Consejo General acerca de la generación o modificación de contraseñas de las cuentas institucionales. Las contraseñas y claves para la administración de las cuentas institucionales formarán parte de la entrega-recepción de las personas servidoras públicas, y deberán ser documentadas. Únicamente la DECS, a través de quien administre la cuenta institucional, tendrá bajo su resguardo las cuentas institucionales y contraseñas de las redes sociales. Durante periodos vacacionales y días de asueto o no laborables, la DECS establecerá los procedimientos necesarios para la actualización de las redes sociales institucionales, la atención a los usuarios y el monitoreo de información referente al IEC.

VII. Constatar y, en su caso, modificar la información del perfil de usuario de las cuentas institucionales en redes sociales, a efecto de que sea completa y correcta, evitando la inclusión de datos que no sean de carácter oficial o institucional.

VIII. Incentivar la participación de las personas usuarias en las cuentas institucionales, garantizando la libertad de expresión y el respeto al honor y los derechos de las personas, en el contexto del debate público de toda sociedad democrática.

IX. En su caso, quien administre las cuentas institucionales de redes sociales podrá suprimir las publicaciones, mensajes o comentarios que contengan spam, así como amenazas, injurias,

calumnias, coacciones o incitaciones a la violencia contra algún grupo o persona, o que vulneren los derechos de terceros.

X. Quien administre la cuenta institucional deberá evitar conversaciones sobre asuntos cotidianos, ya que los temas abordados en las cuentas del IEC deben tratarse desde una perspectiva institucional y no con carácter personal o privado.

2. De los contenidos y publicaciones

Con el fin de generar información clara, oportuna, veraz, imparcial y vigente sobre las actividades que desarrolla el IEC, se preverá que la edición de los contenidos en las cuentas institucionales atienda las siguientes especificaciones:

I. Sólo serán publicados contenidos que hagan referencia a las actividades del IEC o a las realizadas por el Consejo General, Direcciones Ejecutivas, Unidades Técnicas, Comisiones y Comités relacionadas con la labor del Instituto, o que ofrezcan información pública en poder de este. Se deberá revisar que esta información sea correcta y acorde con los fines y objetivos institucionales, evitando ambigüedades.

II. Se privilegiará la publicación de contenidos que promuevan el diálogo con la ciudadanía.

III. Se publicará información de calidad y cercana a las personas usuarias, en la que se identifique, al menos, el quién, qué, cómo, cuándo, dónde y, de ser posible, el porqué de la información.

IV. La escritura de los mensajes deberá atender las reglas ortográficas, gramaticales y del lenguaje incluyente, por lo que, antes de ser publicados, deberán ser revisados y aprobados por el departamento Editorial y la persona titular de la DECS.

V. Si algún área del IEC en particular requiere difundir información en redes sociales, deberá solicitarlo con por lo menos siete días hábiles de anticipación, mediante oficio impreso o

correo electrónico a la DECS (guillermo.herrera@iec.org.mx), con copia a la Coordinación de Web Master y Redes Sociales (gabriela.gonzalez@iec.org.mx). El área interesada deberá proporcionar los materiales y/o información a difundir, apegándose a las características técnicas establecidas en estos Lineamientos, así como la fecha o periodo en el que desea que sea compartida.

VI. Se publicarán comunicados que informen a la ciudadanía sobre las acciones del IEC, así como aquellos que fijen la postura institucional respecto a un tema.

VII. Se deberá responder a los comentarios que expresen las personas usuarias, con celeridad, certeza y objetividad.

VIII. La publicación de contenidos y las respuestas a las personas usuarias deben tratarse de manera responsable por quien administre la cuenta institucional, ya que cualquier actividad en las redes sociales quedará registrada.

IX. Se deberán proporcionar respuestas claras, concretas y personalizadas a los comentarios o mensajes de las personas usuarias.

X. En caso de que quien administre la cuenta institucional posea la información solicitada por las personas usuarias y ésta sea pública, deberá proporcionárselas. En caso contrario, las solicitudes de información deberán ser dirigidas a la Unidad Técnica de Transparencia y Acceso a la Información del IEC.

XI. Los contenidos publicados deberán fomentar el uso de lenguaje ciudadano e incluyente.

XII. Se publicarán herramientas y aplicaciones implementadas o diseñadas por el IEC que ayuden a las personas usuarias a ejercer sus derechos político-electorales, o que contribuyan al desarrollo de la educación cívica y la cultura política y democrática.

XIII. En caso de que alguna cuenta institucional sea vulnerada y operada por personal no autorizado (hacker), quien administre la cuenta institucional deberá informar de inmediato a la persona titular de la DECS para que, a su vez, notifique a la Presidencia y a la Secretaría Ejecutiva, con el objeto de tomar las medidas pertinentes.

XIV. La información publicada en las cuentas institucionales deberá estar avalada por la persona titular del área generadora de dicha información.

XV. Se etiquetarán las cuentas personales de las y los Consejeros Electorales, así como de otros actores involucrados en la publicación (instituciones, organismos, empresas, etc.).

XVI. Se compartirán en las cuentas institucionales los artículos escritos por las y los Consejeros Electorales en materia político-electoral que hayan sido publicados en los medios de comunicación y que sean relevantes para el que hacer del IEC.

XVII. Podrán publicarse vínculos o información de instancias externas al IEC, únicamente cuando la información se relacione directamente con sus fines y programas institucionales, así como con actividades político-electorales, de educación cívica y de cultura política y democrática. En el caso de artículos científicos y periodísticos, podrán publicarse si hacen referencia explícita al IEC o a sus actividades y no vulneren sus principios rectores.

XVIII. Se restringirá la publicación de comentarios a título personal que puedan dañar la imagen pública del IEC o que contradigan sus principios rectores, así como cualquier tipo de dato personal o información considerada como reservada por la normativa en materia de Transparencia.

XIX. La información que se difunda a través de las cuentas institucionales será considerada oficial, por lo que deberá evitarse la presencia de errores, ambigüedades, contradicciones y uso de fuentes no identificadas.

XX. Se evitará la publicación de información relacionada con la deliberación interna de las áreas del IEC, hasta que haya concluido en decisiones institucionales de carácter oficial.

XXI. Queda prohibida la difusión de imágenes religiosas o de alguna profesión de fe.

XXII. Respecto a las actividades propias del IEC, se difundirán:

- Información referente a la organización de los procesos electorales y actividades del IEC.
- Sesiones Ordinarias, Extraordinarias y Especiales del Consejo General y de las Comisiones, adjuntando la liga para seguir la transmisión en vivo, en su caso.
- Sesiones del Comité de Transparencia.
- Convocatorias vigentes.
- Difusión de materiales a solicitud previa de las diversas áreas.
- Comunicados institucionales.
- Eventos organizados por el IEC o en coordinación con otras instituciones o personalidades ajenas al Instituto.

Si no existe solicitud previa, no serán materia de difusión las reuniones de trabajo de las Comisiones, los procedimientos de contratación, las sesiones de Comités diferentes al de Transparencia, capacitaciones y cursos, y eventos ajenos al IEC en los que participen las y los Consejeros Electorales o autoridades del Instituto.

XXIII. Las fotografías que sean publicadas en redes sociales de eventos y sesiones del Consejo General, Comisiones y Comités, deberán ser elegidas bajo los criterios de equidad e imparcialidad, realizándose, preferentemente, capturas panorámicas en las que aparezcan todas y todos los miembros de los mismos.

XXIV. Se compartirán los posts generados desde las cuentas de redes sociales de las Consejeras y Consejeros electorales del IEC, siempre y cuando sean referentes a actividades institucionales o relacionadas con los procesos electorales.

XXV. Se dará difusión en las redes del Instituto a las entrevistas de Consejeras o Consejeros Electorales y autoridades del Instituto que sean gestionadas por la DECS, incluyendo, de ser posible, enlaces, audio o video de dichas entrevistas. En caso de entrevistas gestionadas por las propias Consejerías o autoridades, se dará difusión, previa solicitud enviada vía correo electrónico o mediante oficio a la DECS.

XVI. Las publicaciones realizadas en las cuentas personales de quienes integran el Consejo General o de los titulares de las áreas que cuenten con una de ellas, serán de su responsabilidad exclusiva.

2.1 De la publicación de comunicados

En referencia al numeral VI del apartado 2. De los contenidos y publicaciones, se deberán considerar dos tipos de comunicados: los institucionales y los particulares.

- Comunicados institucionales: emitidos a nombre del IEC, fijan la postura institucional respecto a un tema, aclaran información o informan a la ciudadanía sobre acciones llevadas a cabo por el IEC.
- Comunicados particulares: emitidos de título personal por las y los integrantes del Consejo General del IEC; expresan su postura personal sobre un tema. Su generación y publicación en las cuentas personales de quien los emite, es responsabilidad de su autor o autora.

Los comunicados de prensa institucionales serán redactados en las siguientes situaciones:

I. Para expresar la postura institucional respecto a un tema o situación que afecte, sea relevante o de la competencia del Instituto.

II. Para aclarar información falsa difundida en los medios de comunicación masiva y/o redes sociales.

III. Para informar a la ciudadanía sobre acciones llevadas a cabo por el Instituto respecto a un tema o situación particular:

Los comunicados institucionales serán redactados por la DECS bajo la supervisión de la Presidencia y/o Secretaría Ejecutiva del Instituto. Sólo podrán ser publicados en las redes sociales institucionales previa autorización de la Presidencia del Consejo General.

Los comunicados particulares podrán ser publicados en las redes sociales institucionales previa autorización de la Presidencia del Consejo General del Instituto.

Tanto los comunicados institucionales como los particulares, no deberán exceder en extensión a una cuartilla tamaño carta y deben entregarse a la DECS vía correo electrónico, atendiendo las características técnicas señaladas en el siguiente apartado.

De las características técnicas de las publicaciones

a) Generales

I. La DECS se encargará de clasificar los temas que más se repiten en los mensajes privados o comentarios que envían las y los usuarios solicitando información, ya sea para realizar algún trámite o dudas sobre sus derechos político-electorales, con el fin de elaborar publicaciones que contengan esos temas recurrentes.

II. Los elementos visuales y audiovisuales, como fotografías, infografías y videos, deberán contar con una resolución adecuada para su difusión, dependiendo del tipo de red o plataforma en la que se vayan a difundir.

III. Se recomienda que los materiales audiovisuales respeten las duraciones establecidas en el apartado de características técnicas específicas para cada red social, para que puedan ser difundidos de manera incrustada. En caso de que excedan la duración, se deberán alojar en una plataforma que genere una liga para su publicación.

IV. Quienes soliciten publicaciones no textuales en las cuentas de redes sociales, como videos, infografías o fotografías, deberán incluir un texto alternativo de no más de 1000 caracteres que describa el contenido.

V. Cuidar que los temas elegidos para musicalizar los productos a difundir en redes sociales no transgredan lo establecido legalmente en el ámbito de los derechos de autor.

b) Específicas

• Instagram

I. Imágenes. Las publicaciones de Instagram pueden ser cuadradas, horizontales o verticales, sin embargo, se recomienda el primer formato. El tamaño ideal para publicaciones cuadradas es de 1080 px por 1080 px, en una relación de aspecto de 1:1; el máximo será de 2048 px. Para publicaciones horizontales, usar una imagen de 1200 px por 628 px, con una relación de aspecto de 1,91:1. Las imágenes verticales deben tener un tamaño de 1080 px por 1350 px, con una relación de aspecto de 4:5.

II. Videos. Los videos tendrán el mismo el mismo tamaño que las imágenes mencionado en el punto anterior; cuidar que su relación de aspecto sea 1,91:1 a 4:5. El tamaño de video horizontal ideal es una relación de aspecto de 16:9, ya que es el formato en el que graban los dispositivos smartphone. Su peso no debe superar los 4 GB y su duración será de máximo 60 segundos.

III. Historias. El tamaño de imagen recomendado para mostrarse a pantalla completa con contenido es de 1080 px por 1920 px, con una relación de aspecto de 9:16. Esto se aplica tanto a las fotos como a los videos. La duración de exposición de las imágenes es de 5 segundos, y los videos se mostrarán en incrementos de 15 segundos (se puede grabar un video por máximo 60 segundos, mismo que se dividirá en cuatro partes de 15 segundos).

IV. Para IGTV y Reels, los videos deben tener un tamaño de 1080 px por 1920 px (o bien, un mínimo de 1280 px por 720 px) para una relación de aspecto de 9:16, tanto para verticales como para horizontales. En el feed, los videos aparecerán con una relación de aspecto de 4:5,

mientras que en el mosaico de Instagram ésta será de 1:1. Para una foto de portada de IGTV se debe elegir una imagen de 420 px por 654 px, con una relación de aspecto de 1:1,55.

- **Facebook**

I. El tamaño de imagen ideal para la portada de Facebook es 851 px por 315 px (usar mínimo 400 px por 150 px). La imagen debe tener formato .jpg, con color RGB y pesar menos de 100 KB.

Facebook formateará automáticamente la foto para que se ajuste al espacio de la portada, por lo que, si no se tiene el tamaño correcto, la imagen experimentará cierta distorsión. Si no se puede cumplir con el tamaño recomendado, la imagen debe tener, al menos, 400 px por 150 px.

II. Las fotos de perfil de Facebook son cuadradas, pero se muestran como círculos, por lo que hay que asegurarse de que el diseño no se recorte cuando se haga el ajuste. Si la foto de perfil incluye un logotipo o texto, se debe cargar como un archivo .png en lugar de .jpg.

III. El tamaño de imagen ideal para una publicación en Facebook es 720 px, 960 px o 2048 px de ancho, con flexibilidad en la altura correspondiente; se recomienda que el mínimo de resolución sea de 1000 px, para no afectar la calidad de la imagen a publicar. Se debe tomar en cuenta que, a pesar de que se pueden aceptar imágenes verticales y horizontales, Facebook automáticamente hará un ajuste a formato cuadrado, por lo que pueden verse afectadas las características del diseño. La imagen debe estar en formato .jpg, con color RGB, y pesar menos de 15 MB. Facebook ofrece una opción para cargar imágenes con alta resolución, por lo que la mayoría de las imágenes pueden mantener su calidad en el sitio. Los formatos aceptados son .jpeg, .bmp, .png (hasta 1 MB), .gif o .tiff.

IV. Para videos en Facebook, se recomiendan dimensiones de 1280 px por 720 px, con una relación de aspecto de 16:9 en formato horizontal y a 9:16 en vertical. El tamaño máximo del archivo es de 10 GB y se debe usar formato de video .mp4 o .mov. La duración del video puede

ser de máximo 240 minutos, y el códec de audio recomendado es AAC estéreo con mínimo 128 Kbps.

V. Para las historias de Facebook se pueden utilizar imágenes o videos, siempre y cuando cumplan con las siguientes características: Imágenes con relaciones de aspecto desde 9:16 y 4:5 hasta 1.91:1. La duración de exposición será de 5 segundos. El tamaño máximo de archivo será de 30 MB. Los formatos de imágenes admitidos son .jpg y .png. Para videos, las relaciones de aspecto son las mismas que las de las imágenes. La duración máxima de los videos será de 60 segundos, con un tamaño máximo de 4 GB. El ancho de video mínimo es de 500 px, y los formatos admitidos son .mp4 y .mov. La calidad de compresión de audio es AAC estéreo a 128 Kbps o más.

- **X**

I. El tamaño de la imagen del perfil será de 400 por 400 px. El tamaño de la imagen de cabecera será de 1500 px por 500 px o 1024 px por 280 px; el tamaño máximo debe ser de 5 MB.

II. El tamaño de imagen recomendado es de 800 px por 200 px.

III. La extensión de las descripciones en texto en X permiten un máximo de 280 caracteres, por lo que se recomienda la precisión y concreción de la información a difundir, y se sugiere aprovechar las posibilidades que el diseño puede brindar. También se sugiere el uso de códigos QR para llevar a la o el usuario al sitio web oficial, donde podrá encontrar información más amplia sobre el tema abordado.

IV. Para videos en X, se requiere una resolución mínima de 32 px x 32 px como mínimo, y de 1920 px x 1200 px o 1200 px x 1900 px como máximo. La relación de aspecto debe tener un rango de 1:2.39 a 2.39:1. La velocidad de fotogramas debe considerarse en 40 fps (aunque es aceptable desde 30 fps), y la máxima velocidad de bits en 25 Mbps. El tamaño máximo de archivo es de 512 MB, y se recomienda una duración que no supere los 2 minutos.

- **TikTok**

I. Aunque esta red social se presta para una comunicación menos formal con las y los usuarios, es importante cuidar el respeto de los principios que rigen el actuar del Instituto.

II. Respecto a las características de los videos de TikTok, se solicita una relación de aspecto 9:16, 1:1 o 16:9, y una resolución mayor o igual a 540 px por 960 px, 640 px por 640 px o 960 px por 540 px. El archivo puede ser tipo .mp4, .mov, .mpeg, .3gp o .avi. La duración del video puede ser de entre 5 y 180 segundos; se recomienda que ésta sea de entre 15 y 60 segundos. La tasa de bits debe considerarse mayor o igual a 516 kbps, y el tamaño de archivo menor o igual a 500 MB.

- **YouTube**

I. En YouTube, la relación de aspecto predeterminada es de 16:9 y se aceptan las siguientes resoluciones: 4320 px (8K): 7680 px por 4320 px; 2160 px (4K): 3840 px por 2160 px; 1440 px (2K): 2560 px por 1440 px; 1080 px (HD): 1920 px por 1080 px; 720 px (HD): 1280 px por 720 px.

II. El tamaño máximo para los videos de YouTube será de 256 GB o 12 horas, lo que sea menor. Sin embargo, se recomienda una duración de entre 6 y 8 minutos.

3. Sobre la homologación y evaluación de cuentas institucionales.

I. El Instituto mantendrá sus cuentas de redes sociales, que son: @IEC_Coahuila en X; Instituto Electoral de Coahuila en Facebook; @InstitutoElectoraldeCoahuila en YouTube; @iecoahuila en Instagram; y @iec_coahuila en TikTok. La homologación de las cuentas institucionales tiene como finalidad impulsar una estrategia de comunicación coordinada que emita mensajes claros y precisos a nivel estatal y local.

II. Todas las cuentas serán sometidas a ejercicios de evaluación sobre su eficacia, al menos semestralmente. La evaluación de cada una de las cuentas será hecha por la DECS y la Coordinación de Web Master y Redes Sociales, y presentada a la Presidencia y a la Comisión

Editorial y de Difusión de la Cultura Democrática, a través de un informe en que se identifique la fecha de apertura de la cuenta; el número de usuarios o seguidores a partir de su inicio y a la fecha a la que se rinda el informe; el tipo de contenidos publicados y el número de publicación durante el periodo que se informa; así como las solicitudes de información atendidas. Los administradores de cuentas deberán contar con archivos o bitácoras de las actividades de las cuentas bajo su resguardo.

REFERENCIAS

- Asociación de Academias de la Lengua Española. (2021). Lineamiento. Recuperado el 26 de septiembre de 2023 de <https://www.asale.org/damer/lineamiento#:~:text=Cada%20uno%20de%20los%20pasos,de%20algo%20o%20de%20alguien>
- Instituto Electoral de Coahuila. (2023). Reglamento Interior del Instituto Electoral de Coahuila. Recuperado el 26 de septiembre de 2023 de <https://www.iec.org.mx/v1/archivos//acuerdos/2023/IEC.CG.038.2023%20Reglamento%20Interior%20del%20Instituto%20Electoral%20de%20Coahuila.pdf>
- Instituto Electoral de Nayarit. (s.f.). Criterios para el uso institucional de redes sociales del Instituto Estatal Electoral de Nayarit.
- Instituto Nacional Electoral. (s.f.). Criterios para el uso de redes sociales en Internet.
- Islas, O. (28 de febrero de 2023). Resultados del estudio Digital 2023 México. *El Universal*. <https://www.eluniversal.com.mx/opinion/octavio-islas/resultados-del-estudio-digital-2023-mexico-0/>
- Procuraduría Federal del Consumidor. (2021). Guía Técnica para Elaborar o Actualizar Lineamientos. Recuperado el 26 de septiembre de 2023 de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/687359/Guia_Tecnica_para_Elaborar_o_Actualizar_Lineamientos.pdf