

*Gobierno del Estado
Libre y Soberano de Chihuahua*



Registrado como
Artículo
de segunda Clase de
fecha 2 de Noviembre
de 1927

Todas las leyes y demás disposiciones supremas son obligatorias por el sólo hecho de publicarse en este Periódico.

Responsable: La Secretaría General de Gobierno. Se publica los Miércoles y Sábados.

Chihuahua, Chih., miércoles 06 de marzo de 2019.

No. 19

Folleto Anexo

**LINEAMIENTOS PARA EL USO DE PÁGINA
WEB Y RED SOCIAL DEL INSTITUTO
CHIHUAHUENSE PARA LA TRANSPARENCIA
Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA**

LINEAMIENTOS PARA EL USO DE PÁGINA WEB Y RED SOCIAL DEL INSTITUTO CHIHUAHUENSE PARA LA TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA, QUE EMITE EL CONSEJO GENERAL DEL INSTITUTO, EN EJERCICIO DE LAS ATRIBUCIONES PREVISTAS POR LOS ARTÍCULO 2, 19 APARTADO B) FRACCIÓN VII, INCISOS A), R) S) Y U) DE LA LEY DE TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA DEL ESTADO DE CHIHUAHUA, ASÍ COMO LO ESTIPULADO EN LOS ARTÍCULOS 4, 7 FRACCIÓN VI INCISO A), 9 FRACCIÓN IV, 17 FRACCIONES I Y IV DEL REGLAMENTO INTERIOR DEL INSTITUTO CHIHUAHUENSE PARA LA TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA; Y,

CONSIDERANDO

Que derivado de la reforma del 7 de febrero de 2014 al Artículo 6º de la Constitución Política de los Estados Mexicanos, se establece el derecho a la transparencia y acceso a la información pública como una prerrogativa fundamental e indispensable para el ejercicio de la vida democrática en nuestro país, sentado además las bases para que cada una de las Entidades Federativas generaran sus respectivas leyes en la materia y establecieran mecanismos de acceso a la información y procedimientos de revisión expeditos.

Que el 29 de agosto del 2015, se publicó en nuestro Estado la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, la cual entró en vigor el 04 de mayo de 2016 y estableció como principio primordial que la información pública, es un bien del dominio público en poder del Estado, quien garantizará que dicha información sea veraz, completa, oportuna, accesible, confiable, verificable y en lenguaje sencillo, facultando al Instituto en su Artículo 19, Apartado B, fracción VII, incisos a), r), s) y u), en materia de cultura de transparencia, acceso a la información pública y datos personales, a promover y difundir de manera permanente el ejercicio del derecho de acceso a la información pública, la cultura de la transparencia, así como la protección de datos personales, a impulsar estrategias que pongan al alcance, de los diversos sectores de la sociedad, los medios para el ejercicio del derecho de acceso a la información y a fomentar los principios de gobierno abierto, la transparencia, la rendición de cuentas, la participación ciudadana, la accesibilidad y la innovación tecnológica.

Que el Reglamento Interior del Instituto Chihuahuense para la Transparencia y Acceso a la Información Pública en los Artículos 4º, 7º fracción VI inciso a), 9º fracción IV y 17 fracciones I y V, establecen que el Organismo a través de la Coordinación de Comunicación Social definirá y ejecutará las políticas y programas de Comunicación Social, mismas que van encaminadas a promover la difusión de los objetivos, actividades, funciones, responsabilidades y resultados del Instituto a través de los distintos medios de comunicación.

Que ante el aumento constante de usuarios de las redes sociales, hoy en día no se concibe una institución de importancia nacional e internacional como el ICHITAIP que no tenga presencia en la red mundial, siendo el escaparate a través del cual muchas instituciones y personas de todo el mundo se asoman a nuestra institución; por tanto, es de suma importancia que el Instituto cuente con una presencia activa en estos medios, sustentada en criterios de uso que otorguen certeza a la información que se difunde a través de las redes sociales.

Que en base a lo señalado en los párrafos que anteceden, es responsabilidad y función de la Coordinación de Comunicación y Difusión Social del Instituto promover la difusión de los objetivos, actividades, funciones, responsabilidades y resultados del Instituto, motivo por el cual apoyo a la Dirección de Jurídica a fin de definir los lineamientos necesarios para regular la creación, actualización y mantenimiento de los Sitios Web Institucionales del Organismo; Priorizando en este apartado que la calidad de la presencia en Internet del ICHITAIP es importante, tanto en imagen como en contenidos ya que es un medio de difusión masivo a los diversos públicos de diferentes nacionalidades y que impacta directamente en la imagen institucional.

Por lo anterior, se requiere establecer las pautas necesarias para la creación, actualización y mantenimiento de Sitio Web Institucional y cualquier mecanismo de comunicación que use el ICHITAIP en la red.

Para tales efectos y con el fin de que haya certeza, transparencia y seguridad jurídica, mediante los criterios que normarán la difusión de los objetivos, actividades, funciones, responsabilidades y resultados del Instituto a través del uso de la página WEB y redes sociales del Organismo, es que se estima conveniente emitir los siguientes:

LINEAMIENTOS GENERALES PARA EL USO DE PÁGINA WEB Y RED SOCIAL DEL INSTITUTO CHIHUAHUENSE PARA LA TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA:

CAPÍTULO I DISPOSICIONES GENERALES

PRIMERO.- El objetivo del presente documento es crear un conjunto de principios generales y mejores prácticas que guíen al personal técnico y creativo del Instituto (para la creación, actualización y mantenimiento de Sitios Web Institucionales), además de contar con un instrumento que brinde las bases mínimas para que las áreas responsables y los servidores públicos del Organismo creen y administren adecuadamente las cuentas institucionales en redes sociales a nombre del mismo, proporcionando por estos medios, información certera a las personas usuarias que decidan suscribirse a los contenidos y recibir actualizaciones de las publicaciones, con el fin de generar comunidad virtual, cercanía y de explicar las funciones del Instituto.

En ningún caso este instrumento limitará el ejercicio de la libertad de expresión ni lo que publiquen las y los servidores públicos del instituto en sus cuentas personales.

SEGUNDO.- Los Lineamientos para el uso de página web y red social del Instituto Chihuahuense para la Transparencia y Acceso a la Información Pública deben observarse con el fin de:

I.- Cumplir con el principio de máxima publicidad.

II.- Consolidar y promover la presencia del Instituto entre la ciudadanía y el público en general a través de Internet.

III.- Coadyuvar a lograr un impacto positivo en la imagen institucional que permita robustecer e incorporar elementos técnicos y mejores prácticas en el uso del internet, a través de lineamientos y recomendaciones, que satisfagan tanto las necesidades de usabilidad y accesibilidad de los usuarios en general.

IV.- Promover la difusión local y global del conocimiento generado en el Instituto por medio de los contenidos gráficos y académicos, la navegación, servicios Web, así como cualquier otro medio, y la localización de información dentro de los mismos.

V.- Llegar a los usuarios públicos de las redes sociales, de manera inmediata y oportuna, a partir de la difusión de la información relevante y novedosa de las actividades que desarrolle el Instituto en cumplimiento de sus atribuciones.

VI.- Interactuar con la ciudadanía, a partir de sus intereses y preocupaciones sobre el trabajo del Instituto en materia de transparencia, rendición de cuentas y protección de datos personales.

VII.- Promover las redes sociales o los sitios web del Instituto donde se publica información relevante o novedosa para el público.

VIII.- Contar con espacios adicionales para recibir opiniones y sugerencias del público para contribuir con mayor eficiencia a la transparencia en el Instituto.

IX.- Difundir información y materiales sobre transparencia, rendición de cuentas y protección de datos personales entre las personas usuarias de redes sociales.

TERCERO.- Además de las definiciones contenidas en el artículo 4, de la Ley de Archivos del Estado de Chihuahua, para los efectos de los presentes Lineamientos se entenderá por:

ACCESIBILIDAD: Indica la facilidad con la que el contenido Web puede ser utilizado, visitado o accedido en general por todas las personas, independientemente de sus capacidades, promedio o disminuidas.

ADMINISTRADOR DE CUENTA: Servidor público adscrito a un área del Instituto, encargado de la operación, actualización, mantenimiento y retiro de información de cuentas institucionales en redes sociales.

ADMINISTRACIÓN DE CONTENIDOS: Sistema que permite la actualización y mantenimiento de contenidos de páginas Web. Consiste en una interfaz que controla una o varias bases de datos donde se aloja el contenido del sitio.

ÁREA: Aquellas unidades administrativas del Instituto señaladas en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Chihuahua, en el Reglamento Interior del Instituto Chihuahuense para la Transparencia y Acceso a la Información Pública u otras disposiciones administrativas de carácter general, que en cumplimiento de sus atribuciones, funciones y competencias puedan tener información bajo su resguardo.

BUSCADOR: Programa que realiza búsquedas en Internet por palabra o frase determinadas y como resultado proporciona un listado de sitios Web que contienen temas relacionados con la palabra o frase clave buscada.

CASCADE STYLE SHEETS: Hojas de estilo en cascada (Cascading Style Sheets) son un lenguaje formal utilizado para definir la presentación de un documento estructurado en HTML, XML, XHTML, etc.; permitiendo separar la estructura del documento de su presentación. El W3C (World Wide Web Consortium) es el encargado de formular la especificación estándar de las hojas de estilo.

CONTENIDO: Información, archivo o documento que se guarda en una infraestructura de almacenaje de datos, o se traslada a través de una infraestructura de telecomunicación.

CONSEJO GENERAL: Consejo General del Instituto Chihuahuense para la Transparencia y Acceso a la Información Pública.

CUENTA INSTITUCIONAL: Las páginas o direcciones de Internet registradas bajo el dominio ine.mx, que utilicen el nombre del Instituto, de alguno de sus programas institucionales o que se promocionen en alguno de sus portales de Internet.

CUENTA O PERFIL PERSONAL: Página personal utilizada por los usuarios de redes sociales que contiene información personal de los mismos, que se encuentra vinculada a una dirección de correo electrónico personal o a otra red social de carácter privada y permite la generación y publicación de contenidos.

DOMINIO: Red de identificación asociada a un grupo de dispositivos o equipos conectados a la red Internet.

HTTP: Protocolo de Transferencia de Hipertextos (Hypertext Transfer Protocol). Es el protocolo usado por el World Wide Web para transmitir páginas HTML. El hipertexto es todo elemento interactivo que conecta ilimitadamente con otros datos en las páginas Web, y el protocolo de transferencia es el sistema mediante el cual la petición de acceso a una página Web, obtiene respuesta con información gráfica interactiva desplegada en una pantalla.

INSTITUTO: Instituto Chihuahuense para la Transparencia y Acceso a la Información Pública.

INTERNET: Es un sistema mundial de disseminación y obtención de información en diversos ámbitos a escala mundial, de millones de computadoras interconectadas con el conjunto de protocolos TCP/IP.

LENGUAJE CLARO: Conjunto de términos sencillos y comprensibles para todo el público que visita los portales de Internet del Instituto y las cuentas relacionadas con el mismo en las redes sociales.

MAQUETACIÓN: Proceso en el que se define la estructura de los elementos (texto, imágenes, videos, entre otros) que componen una página Web dentro de un determinado espacio, de tal manera que se logre un equilibrio estético entre ellos.

NAVEGADOR: Es una aplicación que permite al usuario recuperar y visualizar documentos de hipertexto, comúnmente en formato HTML, desde servidores Web de todo el mundo a través de Internet. Además permite mostrar o ejecutar: gráficos, secuencias de video, sonido, animaciones y programas diversos además del texto y los hipervínculos o enlaces.

PÁGINA WEB: Archivo que constituye una unidad significativa de información accesible en la WWW a través de un navegador. El Sitio Web está habitualmente creado como un conjunto de páginas, a las cuales se accede mediante enlaces.

PESO DE UN ELEMENTO: El peso de un elemento, en el contexto de Internet, se refiere al tamaño en bytes de un elemento de referencia (archivo HTML, GIF, JPG, PDF, animación, etc.). El tamaño de un elemento incide directamente en el tiempo de descarga del mismo, entre más pesado sea el elemento (más bytes) mayor será el tiempo de descarga.

PESO DE UNA PÁGINA WEB: Es la suma de los pesos de los archivos y elementos que componen una página, incluyendo el archivo HTML, así como todos los objetos insertos en ella (ejemplo, archivos de imagen GIF y JPG). Lo anterior influye en el tiempo en que las páginas Web pueden ser descargadas y mostradas en un navegador Web.

PLATAFORMA O SOPORTE DIGITAL: Sistema que sirve como base para hacer funcionar determinados módulos de hardware o de software con los que es compatible.

PORTAL: Sitio Web cuyo objetivo es ofrecer al usuario, de forma fácil e integrada, el acceso a una serie de recursos y de servicios, entre los que suelen encontrarse buscadores, foros, compra electrónica, por mencionar algunos. Principalmente están dirigidos a resolver necesidades específicas de una comunidad o dar acceso a la información y servicios de una institución pública o privada.

PUBLICACIÓN: Mensaje que el administrador de la cuenta hace público a través del Portal o de las distintas redes sociales, generalmente mediante texto, que va o no acompañado de una imagen. También puede ser únicamente la imagen o cualquier otro elemento audiovisual.

RED: Es un conjunto de computadoras y/o dispositivos conectados por enlaces de un medio físico ó inalámbrico y que comparten información (archivos), recursos (como lectores de CD-ROM o impresoras) y servicios (e-mail, chat, juegos, entre otros).

RED SOCIAL: Cualquier soporte digital que ofrezca a un conjunto de personas o grupos la posibilidad de compartir con otros usuarios mensajes, información y contenidos generados por ellos o por terceros, ya sea a través de páginas públicas o privadas.

RESPUESTA: Mensaje que se publica para responder la inquietud específica de un usuario concreto.

SERVIDOR PÚBLICO: Cualquier persona que presta sus servicios en el Instituto.

SITIO WEB: Punto de la red con una dirección única y al que pueden acceder los usuarios para obtener información. Normalmente un sitio Web dispone de un conjunto de páginas organizadas a partir de una página principal o "home page", e integra archivos de varios tipos,

tales como sonidos, fotografías o aplicaciones interactivas de consulta (formularios). Sólo cuando un sitio tiene una sola página los términos de sitio y página son equivalentes.

URI (UNIFORM RESOURCE IDENTIFIER): Término utilizado para señalar a cualquier tipo de nombre y dirección que hace referencia a objetos en la Web. Un URL (Uniform Resource Locator) es un tipo de URI.

USUARIO: Persona que tiene derechos especiales en algún servicio de Internet por acreditarse en el mismo mediante un identificador y una clave de acceso, obtenidos mediante previo registro gratuito o de pago.

WWW (WORLD WIDE WEB): Literalmente es "telaraña mundial", mejor conocida como Web, compuesta de archivos de texto, multimedia y otros servicios conectados entre sí por medio de un sistema de documentos de hipertexto.

CAPÍTULO SEGUNDO DEL ÁREA RESPONSABLE

CUARTO.- El uso de las redes sociales en el Instituto estará bajo la responsabilidad de la Coordinación de Comunicación y Difusión Social, quien:

I.- Definirá las políticas y estrategias en dicha materia y resolverá cualquier cuestión que pudiera suscitarse como resultado de la aplicación de los presentes Lineamientos, en su caso, hará del conocimiento del Consejo General, tales circunstancias.

II.- Fungirá como área responsable para que las disposiciones plasmadas en este documento se cumplan en cuanto a la creación, actualización, mantenimiento y retiro de información de las cuentas institucionales en redes sociales, así como de la administración adecuada de las mismas.

III.- Con el objeto de atender adecuadamente a los usuarios de las cuentas, informará al público sobre los horarios de atención en ellas durante los periodos vacacionales y días de asueto o no laborables y establecerá los procedimientos internos necesarios para su monitoreo en estas fechas.

IV.- Con el objeto de garantizar el derecho que tiene toda persona a la protección de datos personales deberán cuidar la calidad y la actualización de la información publicada, así como la sintaxis y ortografía de los mensajes a difundir. Asimismo, los materiales deberán ser presentados en un formato compatible con la red social en la que requiera la publicación.

QUINTO.- El titular de la Coordinación de Comunicación y Difusión Social designará uno o más administradores de cuenta que serán los responsables del manejo de las redes sociales institucionales.

Los administradores de cuenta tendrán las siguientes obligaciones:

a) Publicar en redes sociales la información que el Instituto desee difundir por este medio.

- b)** Verificar que la generación de contenidos que se desee publicar se apeguen a estos Lineamientos, así como el carácter público de la información a proporcionar, debiendo proteger aquella que se encuadre en los supuestos de clasificación, establecidos en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Chihuahua, así como la Ley de Protección de Datos Personales del Estado de Chihuahua.
- c)** Verificar la vigencia de los contenidos y realizar las actualizaciones pertinentes.
- d)** Determinar la ubicación de los contenidos publicados en las cuentas bajo su resguardo.
- e)** Responder y dar seguimiento a las dudas y comentarios expresados por los usuarios de las redes en las páginas o cuentas de las que son responsables o, en su caso, encausar las solicitudes respectivas a las áreas responsables.
- f)** Informar a sus superiores o a las instancias competentes sobre los asuntos y temas relevantes que sean tratados a través de las redes sociales y que puedan afectar la imagen de la institución de manera inmediata.
- g)** Generar la contraseña de la cuenta respectiva atendiendo las mejores prácticas de generación de contraseñas seguras, respecto a la longitud de caracteres y composición de la misma mediante la combinación de letras, números y caracteres especiales.

Únicamente la Coordinación de Comunicación y Difusión Social, a través de los servidores públicos designados como administradores de cuenta, tendrá acceso a las cuentas institucionales de las diferentes redes sociales.

Durante periodos vacacionales y días de asueto o no laborables, los administradores de cuenta establecerán los procedimientos necesarios para la actualización de las redes sociales institucionales, atención a los usuarios y monitoreo de información referente al Instituto. Además deberán informar al público acerca de las fechas de reanudación de labores y horarios de atención.

CAPÍTULO TERCERO DE LOS CONTENIDOS

SEXTO.- Con el fin de generar información clara, oportuna, veraz, imparcial y vigente sobre las actividades que desarrolla el Instituto, se deberá prever que la edición de los contenidos que sean publicados en las cuentas de redes sociales, así como su administración de las mismas, atienda a los siguientes criterios:

- I.- Solo serán publicados en las cuentas institucionales aquellos mensajes y contenidos que hagan referencia a las actividades del Instituto u ofrezcan información pública en poder del mismo.
- II.- Se privilegiará la publicación de mensajes que promuevan el diálogo con los ciudadanos con el objeto de identificar por este medio, las áreas de mejora en el desempeño del Instituto.
- III.- Se restringirá la publicación de comentarios a título personal que puedan dañar la imagen pública del Instituto o que contradigan sus principios rectores, así como cualquier tipo de información clasificada de conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Transparencia y

Acceso a la Información Pública, la Ley General de Protección de Datos Personales, la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Chihuahua, Ley de Protección de Datos Personales del Estado de Chihuahua y demás normatividad aplicable en la materia.

IV.- Se deberá evitar la publicación de información errónea, confusa, contradictoria o de fuentes no identificadas y confirmadas previamente, ya que toda la información publicada por los organismos públicos en las redes sociales es considerada como oficial por las personas usuarias.

V.- Podrán publicarse vínculos o información sobre instancias ajenas al Instituto, únicamente cuando la información se vincule directamente con sus fines y programas institucionales. En el caso de artículos científicos y periodísticos, podrán publicarse si hacen referencia explícita al Instituto o a sus actividades.

VI.- En caso de que los administradores de cuentas posean información solicitada por los usuarios y ésta derive de las obligaciones de transparencia, podrán proporcionarla previa autorización del área responsable, notificándole posteriormente vía correo electrónico. En caso contrario, las solicitudes de información deberán ser dirigidas a la Unidad de Transparencia del Instituto.

VII.- Se podrán colocar vínculos a boletines de prensa y comunicados públicos sobre las sesiones del Consejo General, actividades específicas que organice o en las que participe el Instituto o sus Consejeros.

VIII.- Podrán publicarse herramientas y aplicaciones que les sirvan a los usuarios para informarse sobre las actividades del Instituto que les ayuden para ejercer su derecho al acceso a la información pública y protección de datos personales.

IX.- Podrá publicarse en tiempo real el audio y video de las sesiones del Consejo General, lo anterior a través de la Página de Internet del Instituto, salvo las consideradas como reservadas por causa justificada y previo acuerdo asumido por unanimidad o mayoría de votos de los integrantes del Consejo.

Después de la transmisión en tiempo real de la última sesión del Consejo General, el soporte videográfico deberá permanecer publicada hasta en tanto no se lleve a cabo la siguiente sesión.

X.- La publicación de contenidos y las respuestas a los usuarios debe ser realizada de manera responsable por los administradores de cuentas, ya que cualquier actividad en las redes sociales queda registrada.

XI.- Ante la presencia de comentarios ofensivos, insultantes, denigrantes, discriminatorios o racistas hacia otros usuarios o personas, únicamente se eliminará la parte del mensaje que contenga los referidos comentarios.

El Instituto se guiará por una política de máxima libertad de expresión y tolerancia, en donde se reconoce que las expresiones disidentes forman parte de la opinión pública y debate político. La respuesta en caso de ser necesaria, siempre será institucional.

Los únicos discursos que no deberán tolerarse, serán aquellos que promuevan el odio y la violencia.

XII.- Se deberán proporcionar respuestas claras, concretas y personalizadas a los comentarios o mensajes de los usuarios.

XIII.- Las respuestas a los comentarios de las personas usuarias se guiarán por los principios de celeridad, certeza y objetividad. En caso de existir un rebase en el número de comentarios recibidos, se privilegiarán las dudas más recurrentes de las personas, procurando publicar información relacionada que frene la afluencia de dudas.

XIV.- La información utilizada en las cuentas en redes sociales, deberá estar avalada por el área responsable de generarla, en atención a que fungen como sitios de almacenamiento. Para eso se recurrirá a la fuente original de información para validarla.

XV.- Se actualizarán los contenidos publicados con base en el flujo de información que se tenga en cada área responsable de generarla y en la dinámica de la red social utilizada (periodicidad diaria o semanal). Esta definición será parte de la capacitación que se brinde a las y los administradores de las cuentas.

XVI.- Los desarrolladores de contenidos deberán cuidar la gramática, sintaxis y la ortografía en los textos que se publiquen.

XVII.- Se redactarán entradas con información de calidad y cercana a los usuarios, en las que se identifique al menos lo siguiente: quién, qué, cómo, dónde, y de ser posible, el por qué.

XVIII.- Para la escritura de los mensajes deberán utilizarse preferentemente letras mayúsculas y minúsculas; utilizar mayúsculas únicamente para resaltar palabras; evitar abreviaciones y acentuar todas las palabras aun cuando solo sean mayúsculas.

XIX.- En caso de que alguna cuenta propiedad del Instituto sea operada por servidores públicos no autorizados o intervenida por usuarios ajenos al Instituto (hackers), los administradores de cuenta deberá informar, al titular de la Coordinación de Comunicación y Difusión Social para que este notifique inmediatamente a la Secretaría Ejecutiva, con el objeto de tomar las medidas pertinentes.

XX.- Por seguridad, debe procurarse que las contraseñas de todas las cuentas institucionales se actualizarán por lo menos una vez cada año, o bien cuando el servidor público encargado de las mismas deje de prestar sus servicios al Instituto.

CAPÍTULO CUARTO TÍTULO I DE LA PÁGINA WEB

SÉPTIMO.- La página web <https://www.ichitaip.org/>, será un canal para la difusión de información que genera el Instituto “al minuto” o como “promoción de información” para difundir sus mensajes a la mayor audiencia posible.

Para el funcionamiento de la página o portal se estará a los siguientes criterios:

ACCESIBILIDAD.- La elección de una familia tipográfica, así como el tamaño y el color adecuados son muy importantes para volver accesibles las páginas Web. El siguiente folleto en línea contiene las pautas básicas para tomar decisiones efectivas en relación con la legibilidad y éstas funcionan para casi todos los usuarios:

<http://li129-107.members.linode.com/accessibility/design/accessible-print-design/making-text-legible/>

Entre las cuales se contempla el contraste, el color, tamaño, tipo y estilo de la fuente, interlineado, espaciado entre letras, márgenes, acabado de la hoja, así como señales distintivas, por referir alguna, mismas que son enunciativas más no limitativas.

Se recomienda en la medida de lo posible, agregar subtítulos en los videos que se incorporen a los sitios Web institucionales, con la finalidad de hacer accesibles sus contenidos a personas con problemas de visión. Asimismo, podrá incorporar la transcripción en texto de los audios que se agreguen en los sitios Web institucionales, para hacer accesibles sus contenidos a personas con problemas de audición.

CLARIDAD ARQUITECTONICA Y VISUAL.-

- El sitio debe organizarse desde la perspectiva del usuario y la sociedad en general, para quedar en segundo término la estructura organizacional.
- El diseño del sitio debe ser sencillo y utilizar en forma moderada elementos decorativos.
- Debe incluir espacio suficiente para evitar que la página Web se vea saturada.
- Debe evitarse las animaciones innecesarias.
- El uso de colores permitirá distinguir fácilmente los enlaces ya visitados.
- Se recomienda utilizar textos en negritas, mayúsculas y cursivas con moderación.
- Es importante organizar la información incluyendo espacios, colores, bullets, imágenes, gráficos y otros elementos que faciliten la lectura del contenido.
- Otra forma de agilizar la lectura en las páginas Web es mediante la redacción de párrafos breves. La información debe presentarse al usuario de forma concreta y concisa. Si aun así, el texto fuera extenso, se puede organizar con un índice que ligue hacia las diferentes secciones.
- Los enlaces deben ser visibles para evitar que puedan perderse en el texto.
- Se debe cuidar en las páginas internas que el color de fondo de las páginas Web sea claro y la letra oscura, con lo cual se aumenta el contraste, obteniendo mayor legibilidad, además de eliminar los problemas de impresión.

La implementación de un sitio Web debe ser independiente del navegador; es decir debe conservar la misma apariencia y funcionalidad en los navegadores, plataformas y versiones principales (Internet Explorer 6 en adelante, Opera 38 en adelante, Firefox 2.0 en adelante, Google Chrome 2.0 en adelante y Safari 3.0 en adelante).

CONTROL DEL USUARIO.-

- El sitio Web debe permitir al usuario cancelar diferentes operaciones con facilidad.

- El cierre de sesión de cualquier servicio con autenticación de usuario debe ser claro en cada página.
- Es recomendable ofrecer al usuario el cambio de tamaño de letra para una mejor lectura de la información.

ESTADÍSTICAS.- El Web institucional deberá contar con estadísticas de acceso. Éstas deberán revisarse de forma continua para modificar las estrategias de comunicación y el mapa de navegación del sitio de acuerdo con las necesidades de sus usuarios. Puede utilizarse el servicio de Google Analytics donde se puede encontrar:

- Número de accesos únicos diarios/al mes/al año.
- Número de archivos html.
- Número de archivos pdf, doc, ppt.
- Número de sitios que hacen link hacia el sitio institucional.
- Número de sitios fuera del dominio ichtaip.org.mx que hacen link hacia el sitio institucional.
- Tiempo de permanencia del usuario en el sitio web.
- Origen del tráfico.
- Horas de mayor tráfico.
- Meses o temporadas de mayor tráfico.
- Archivos más visitados o descargados.
- Deberá contar con estadística de las actividades propias del Instituto.

FACILIDAD DE USO.- Esta medida permite evaluar la eficacia en la consulta de información de un sitio Web en una audiencia específica. Debe considerarse en la fase de planeación y validarse durante el proceso de diseño y desarrollo, toda vez que la planeación y diseño de un sitio Web institucional permite atender las necesidades de información y servicios de los distintos tipos de usuarios de la sociedad en general.

FUNCIONALIDAD.-

- El sitio debe ser de fácil acceso, incluso para usuarios principiantes.
- Los servicios del sitio Web deben estar claramente señalados.
- Los sitios Web institucionales deberán estar disponibles a toda hora a lo largo del año.
- Preferentemente las secciones más relevantes de todos los sitios Web en el Instituto, así como instrucciones de uso, bases y convocatorias deben contemplar versiones específicas para impresión.

LENGUAJE Y CONTENIDO.-

- El diseño gráfico del sitio debe brindar relevancia visual a información y servicios importantes.
- Con el fin de que los usuarios localicen fácilmente lo que buscan, se recomienda agrupar la información o servicios relacionados: o en la misma página, o en el mismo menú, o en la misma zona dentro de una página.
- Se recomienda el manejo de un lenguaje simple, claro y directo, que permita a los lectores entender el mensaje que se quiere transmitir y comprenderlo fácil y rápidamente.

- Es conveniente incluir un glosario de términos técnicos cuando se requiera.
- La información debe redactarse en un lenguaje adecuado al tipo de usuario a quién se dirige el servicio (estudiante, académico, trabajador, sociedad en general).
- El responsable del sitio Web institucional debe actualizar de manera permanente la información. Las páginas deben actualizarse tan frecuentemente como sus actividades se vayan desarrollando, a fin de evitar una imagen de inmovilidad y/o anacronismo.
- Es recomendable estructurar el contenido de cada página, con el empleo de encabezados, listas o párrafos, de tal forma que la lectura de la información cuente con una jerarquía.
- La página web del ICHITAIP, se publicará, en la medida de lo posible, contenidos en lenguas indígenas, que se relacionen con los derechos tutelados por la Ley.
- Es importante que en la página principal de todo sitio Web institucional aparezca la dirección y un mapa de ubicación geográfica (recomendable incluir una liga a *google maps*), lo cual es especialmente importante cuando se trata de campos foráneos.

RETROALIMENTACION DEL SITIO WEB.-

- Con la facilidad de que este claro para el usuario lo que sucede en el sitio, deberán incorporarse ayudas visuales.
- Es importante permitir a los usuarios proporcionar sugerencias mediante correo electrónico o un formulario de comentarios.
- Se incluirá en cada sitio Web la fecha de última actualización.

TÍTULO II DEL FACEBOOK INSTITUCIONAL

OCTAVO.- La función esencial para el uso de esta red social es principalmente la de difundir toda aquella información relevante relacionada con el Instituto, propiciando un mayor acercamiento por parte del organismo con el usuario, todo esto a través de diferentes contenidos y materiales.

Para el funcionamiento del Facebook institucional se estará a los siguientes criterios:

CONTENIDOS Y DIFUSIÓN.-

- Transmisión de sesiones: Difundir las sesiones ordinarias y extraordinarias del Pleno del Instituto.
- Avisos de Sesión: Se publicará una notificación el día que se programe sesión del pleno, ordinaria o extraordinaria, con la mayor anticipación posible.
- Efemérides: Publicaciones referentes a fechas conmemorativas relacionadas con temas de transparencia o de trascendencia para el Instituto y sus funciones.
- Notas de Interés: se compartirán noticias relevantes, ya sea a través de hipervínculos directamente obtenidos de la fuente informativa o bien, noticias generadas internamente por parte del departamento de Comunicación Social del instituto, donde se incluyan actividades realizadas por los Comisionados y otras áreas del organismo, como entrevistas, reuniones públicas, talleres, conferencias, entre otras.
- Cápsulas Informativas: Material Audiovisual generado por el instituto con la finalidad de difundir, informar o capacitar sobre cualquier tema relevante para el público en general

sobre los temas de transparencia, protección de datos personales o cualquier otro pertinente al ejercicio de las atribuciones del Instituto.

- Contenido Recreativo: Publicaciones atractivas de esparcimiento, donde se incluyan datos curiosos o de interés popular, realizadas de manera esporádica con la finalidad de complementar la página y provocar una mayor inclusión e interés por parte de los usuarios en la página en general. Este material deberá estar relacionado de alguna manera a los temas de cultura de la transparencia o en su defecto, aportar a la sociedad exclusivamente información positiva, sana y que no se preste a ningún tipo de polémica o controversia.
- Ocasionales: Se reserva la posibilidad de subir material circunstancial en función a las necesidades especiales que puedan surgir en el Instituto, como lo son la publicación de vacantes, convocatorias, felicitaciones, condolencias u otros.

INFORMACIÓN GENERAL.- La Página web y la cuenta de Facebook contarán con la información general del Instituto, tales como: datos institucionales de contacto, teléfonos, ubicación, dirección, así como las ligas directas a la página web del Instituto y canal de YouTube. Se incluirá también una descripción general de las funciones y cualidades de éste.

RESPUESTA E INTERACCIÓN CON USUARIOS.- Por las características propias de esta red social que propicia la facilidad de interactuar entre usuarios vía mensaje directo es necesario estipular el tipo de respuestas que deberán brindarse.

- Para mensajes directos se programarán respuestas automáticas para redirigir a los usuarios directamente a los medios oficiales para otorgar información, la liga directa a la página web oficial del instituto así como la dirección y teléfonos del organismo.
- Monitoreando las preguntas y comentarios recibidos se evaluará si requieren algún otro tipo de respuesta.
- Para comentarios dentro de las publicaciones se evitará lo más posible responder, dejando que los usuarios interactúen entre ellos, monitoreando siempre el contenido para evitar desinformación y controversias.
- En casos especiales podrán hacerse las publicaciones sin opción a comentarios a criterio del Instituto según el tipo de información.

INTERACCIONES.- El tono de la publicación deberá ser en 1ra.persona del plural (nosotros); Informal, directo e Invitación a la interacción (comparta, vea, disfrute, etc.); Uso de Tono emotivo, que involucre al usuario en el tema y textos de, como máximo, 110 caracteres. Debe incluir al menos una imagen por publicación, debiéndose realizar al menos una publicación diaria.

USO DE LENGUAJE CIUDADANO.- El enfoque al ciudadano deberá ser la actitud del servidor público, por lo cual deberá:

- Identificar la información que el ciudadano necesita
- Seleccionar el tono y el lenguaje adecuados

- Guiar al ciudadano en algún trámite o servicio

CAPÍTULO QUINTO DE LAS EVALUACIONES

NOVENO.- Todas las cuentas serán sometidas a ejercicios de evaluación sobre su eficacia al menos semestralmente. El procedimiento de evaluación será emitido por la Coordinación de Planeación y aplicado por la Coordinación de Comunicación y Difusión Pública.

Todas las áreas que operen una cuenta en alguna red social deberán analizar y dar respuesta a las propuestas y sugerencias de los usuarios, ya que el objeto de las redes sociales es precisamente la interacción entre sus miembros.

Los administradores de las cuentas deberán contar con archivos o bitácoras de las actividades de las cuentas bajo su resguardo.

TRANSITORIOS

Artículo 1.- Los presentes lineamientos entrarán en vigor al día siguiente de su aprobación por el Consejo General del Instituto Chihuahuense para la Transparencia y Accesos a la Información Pública.

Artículo 2.- Se instruye a la Secretaría Ejecutiva del Instituto para la publicación en el Periódico Oficial del Estado.

Así lo aprobó el Pleno del Instituto Chihuahuense para la Transparencia y Accesos a la Información Pública, por unanimidad de cuatro votos emitidos por los Comisionados presentes en Sesión Ordinaria celebrada el día veinte de febrero del año dos mil diecinueve, ante la fe del Secretario Ejecutivo, Jesús Manuel Guerrero Rodríguez con fundamento en el artículo 12 fracción XVII y XIX del Reglamento Interior de este Instituto.

MTRO. ERNESTO ALEJANDRO DE LA ROCHA MONTIEL
COMISIONADO PRESIDENTE

Instituto Chihuahuense para la Transparencia
y Acceso a la Información Pública
Secretaría Ejecutiva

DR. JESÚS MANUEL GUERRERO RODRÍGUEZ
SECRETARIO EJECUTIVO

SIN TEXTO