



## FUNDAMENTACIÓN PARA LA REGULACIÓN DEL SITIO WEB INSTITUCIONAL

Los medios de comunicación son el conjunto de procedimientos, métodos, recursos e instrumentos utilizados por la Universidad de Colima, para garantizar la divulgación, circulación amplia y focalizada de la información y de su sentido, hacia los diferentes grupos de interés.

Los medios de comunicación que dependen de la Coordinación General de Tecnologías de Información, son; el Portal UCOL, Intranet y Sistema de Videoconferencias.

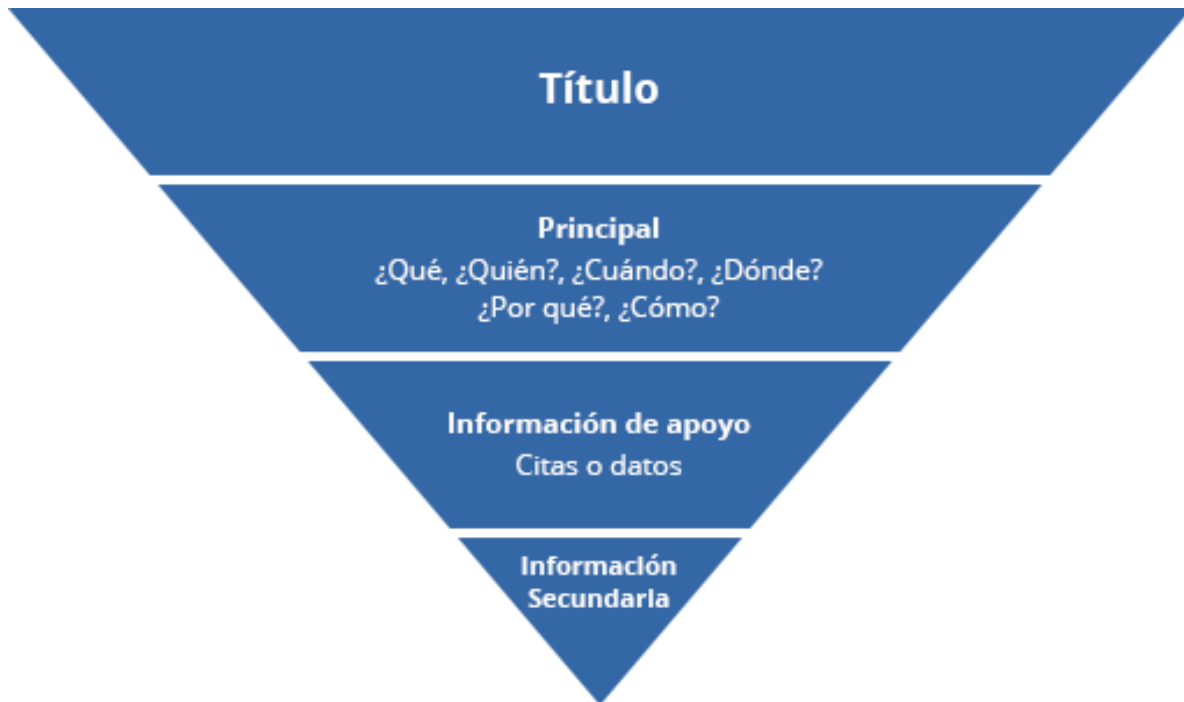
El Sitio Web Institucional, debe ser considerado como uno de los medios de comunicación de mayor impacto e importancia en la institución, que a través de una política editorial y tecnológica deberá promover los criterios para que sea utilizado de manera eficiente y transversal por todas las dependencias.

El criterio tecnológico, editorial y de publicación de información en los sitios web UCOL, se fundamenta en los estándares en contenidos, usabilidad, accesibilidad y seguridad.

### Estándares de contenido

El Sitio Web Institucional debe contener información acorde a las necesidades de los usuarios, disponible de forma precisa, homogénea en las diferentes secciones, adaptada al contexto digital y con respeto a las normas en derechos de autor, por lo que para tal fin, tendrán que cumplirse las siguientes condiciones.

1. Discurso digital: La pantalla como interfaz de lectura, debe considerarse diferente al papel y su contenido, se tiene que redactar de manera concisa y siempre en función de los intereses del grupo objetivo al cual se dirige la información, por eso se deberá tomar en cuenta:
  - Organizar los contenidos en pequeños segmentos de información.
  - Adoptar los criterios de publicación de contenidos: proximidad, universalidad, concreción, contenidos basados en el usuario y redacción para la web.
  - Utilizar títulos directos y evitar ambigüedades.
  - Publicar artículos con esquemas de redacción en pirámide invertida.
  - Evitar siglas y tecnicismos que solo se comprendan en el ámbito interno, sin dar la debida explicación de las mismas u ofrecer un contexto.
  - Ser específicos en el uso de enlaces y evitar las expresiones: “clic aquí”, “ver más”.



2. No se deberá usar imagen, logo o información de carácter comercial que persiga fines de lucro.
3. No incluir contenidos con derechos reservados. Todo material escrito, visual, gráfico, audiovisual o sonoro que se publique, tendrá que cumplir con la normativa de derechos de autor establecida por leyes mexicanas e internacionales, teniendo en cuenta lo siguiente:
  - a) Si un funcionario o trabajador universitario es responsabilizado de publicar información en el sitio web, la responsabilidad recaerá exclusivamente sobre él, sometiéndose a las investigaciones de ley y las que establezca la UCOL. La UCOL no se hará responsable por el material que sea publicado sin los debidos permisos y autorizaciones por escrito de sus propietarios, autores, apoderados, o similares, donde rechacen el cobro de beneficios, regalías, honorarios, sueldos, estipendios, entre otros, sobre sus obras.
  - b) La UCOL no aceptará, ni se responsabilizará por material que deba pagar regalías, permisos, dividendos, lucro o similares, en cuyo caso los gastos en que se incurra, correrán a cargo exclusivo de la persona responsable del diseño y publicación de la información.
  - c) Todo material publicado y/o desarrollado para el sitio web, debe ser realizado con software debidamente registrado y licenciado, o con software de código abierto (*open source*), GNU y software libre.
4. Las herramientas didácticas Web 2.0 como *blogs*, *webquest*, *wikis*, *podcast*, *e-portafolios*, entre otros, para propósitos académicos, pueden ser vinculadas



sólo como soporte de los programas educativos y cursos, no como información institucional en el sitio web de la UCOL.

Si en algún momento uno de estas herramientas merece ser divulgada en el portal institucional, por el interés que estos despiertan en los usuarios finales, diferentes a los estudiantes, se debe relacionar una sinopsis o descripción de éstos, con un enlace desde el sitio web institucional. La herramienta publicada, así como el control sobre la actualización, licenciamiento y derechos de autor, es responsabilidad de la dependencia que ha decidido publicarlo.

5. Los responsables de publicar contenidos en el Portal UCOL, deberán atender los siguientes lineamientos:
  - No publicar información relacionada con actividades como distribución no autorizada o copia de software sin licencia, uso de marcas registradas sin permiso, acoso, fraude, tráfico de material obsceno, entre otros.
  - Está prohibido publicar la transmisión, distribución o almacenamiento de material que infrinja cualquier ley o regulación de la UCOL y demás regulaciones aplicables o protegidos por derechos de autor.
  - Prohibido divulgar la marca registrada, el secreto comercial y derechos de propiedad intelectual usada en la autorización apropiada del autor o propietario, así como material obsceno o difamatorio que constituya una amenaza legal para la UCOL, o que vulnere las leyes de control estatal, nacional e internacional.

## Estándar de accesibilidad

El Sitio Web de la Universidad de Colima debe responder a las necesidades especiales de los distintos usuarios. De igual manera, es consciente de la responsabilidad acerca de facilitar la consulta de información a través de diferentes dispositivos.

Uso de Flash: Los contenidos no deben publicarse en Flash. Ya que este formato no es utilizable para personas con discapacidad visual, no es rastreable por motores de búsqueda si no se relacionan correctamente los metadatos y no pueden actualizarse fácilmente si no se tienen los códigos fuentes. Además, se trata de un formato que algunos dispositivos móviles no muestran.

Uso correcto de imágenes, documentos descargables y recursos audiovisuales: Toda imagen debe contar con las etiquetas de descripción respectivas. En tal sentido quedan prohibidas las siguientes prácticas:

- Publicar texto en imágenes, sin metadatos y sin ofrecer una alternativa que describa el contenido (*title*, *alt*).
- Publicar imágenes sin título o descripción.



- Los videos o audios se deben integrar en los canales oficiales. Si se requiere vincular un material audiovisual a una página específica, debe validarse por el responsable de publicar en la web de su dependencia y del Webmaster de la UCOL, los cuales, tras evaluar la pertinencia temática y técnica, se procederán a su publicación. No se deberán integrar videos o audios a sitios web o canales ajenos a la universidad.
- Publicar información que se mueva o desplace por más de cinco segundos.
- Publicar imágenes cuyo peso exceda de 1MB.

### Condiciones obligatorias

- Los archivos para descarga deben ser etiquetados, ubicados dentro de una sección y una categoría, especificando descripción del contenido y palabras clave.
- Los archivos para descarga deben estar en formato accesible (PDF). Evitar el uso de archivos en formato Word, Excel, Txt; para evitar alteración de contenidos.
- Los gráficos deben ser de formatos livianos, siendo recomendable utilizar imágenes tipo PNG o JPG .
- El uso de logos, las fuentes y colores, deben ser de acuerdo con lo estipulado en el Manual de Identidad Institucional.
- El contenido audiovisual, así como piezas gráficas que rotan, deben poder detenerse, adelantarse y retroceder.

### **Estándar de Seguridad**

El Sitio Web de la Universidad de Colima, publica información institucional de gran valor educativo, cultural y social, por lo que los datos de los diferentes actores que intervienen en su origen, su selección, así como sus usuarios, son confidenciales a no ser que oficialmente se estipulen excepciones. La infraestructura tecnológica dispuesta, es un bien universitario que debe preservarse en función de las necesidades de la comunidad universitaria y la sociedad.

Por lo anterior:

Usar exclusivamente los servidores oficiales: No se debe publicar información institucional en servidores de internet gratuito o no institucional, que estén fuera de la supervisión de la CGTI.

Uso de aplicaciones: La instalación de plantillas y componentes para la gestión de contenidos del Sitio Web de la UCOL, es competencia y responsabilidad de la



Coordinación General de Tecnologías de Información, como una estrategia de conservación de imagen y seguridad en aspectos de ataques al Gestor de Contenidos. Si una dependencia o unidad requiere de la instalación de un componente específico, debe hacer la solicitud, a través del procedimiento que se haya definido, a la Dirección General de Servicios Telemáticos, referenciando las necesidades y el lugar donde puede descargarse para realizar la respectiva evaluación y determinar su pertinencia.

No es permitido publicar información institucional en aplicaciones gratuitas que generen publicidad no institucional debido a la pérdida de la identidad gráfica oficial.

Si se detecta que alguna información de carácter institucional ha sido publicada en un servidor diferente a lo establecido, se le solicitará a la dependencia responsable para que retire los contenidos respectivos y los migre a la instancia que la universidad ha definido para ello, del mismo modo asumirá con las responsabilidades de tipo jurídico, tecnológico y administrativo derivados de su acción.

## **Estándar de usabilidad**

Los Sitios Web de la UCOL, deben ser intuitivos y ofrecer diversidad de herramientas para orientar al usuario. La navegación entre las diferentes secciones y páginas debe ser lo más clara posible y uniforme para que cualquier visitante comprenda que tipo de información está consultando y entienda que siempre proviene de la misma institución. Lo anterior se traduce en las siguientes condiciones:

- Emplear navegación secundaria: Todo sitio cuenta con un menú principal que presenta las secciones eje y un menú de contexto que lista los elementos que corresponden a cada sección.
- Utilizar únicamente las plantillas establecidas: Usar los dominios oficiales. Por tanto, las dependencias o proyectos institucionales deben guardar la semántica. Asimismo, es de carácter obligatorio el empleo de la navegación constante, encabezado y pie de página estipulado.
- Utilizar únicamente el logo institucional de la UCOL. Los usuarios internos del portal (administradores y editores), están obligados a utilizar la imagen digital, contemplada en el Manual de Identidad Institucional. Es válido emplear logos particulares para proyectos y dependencias, sólo si está registrado como marca.

La difusión de información se presenta a través de diversos formatos, todos ellos se distribuyen en un mismo espacio con el fin de aprovechar la convergencia web. De esta manera, desde el sitio de noticias se proyectan contenidos en texto e imagen.

Redes Sociales: Se deben de entender como un elemento fundamental en la estrategia de comunicación de la universidad y un eje de participación. Para la UCOL se consideran como oficiales las siguientes redes sociales.



- Facebook ([/Universidad-de-Colima-Oficial](#)): Administrado por la Coordinación General de Comunicación Social.
- Twitter ([@udec\\_oficial](#)): Administrado por la Coordinación General de Comunicación Social.
- Youtube ( ): Administrado por Coordinación General de Comunicación Social.
- Gplus ([+UcolMX](#)): Administrada por la Coordinación General de Comunicación Social.

En tal sentido, todas aquellas redes sociales que se generen a nombre de la Universidad de Colima, diferentes a las mencionadas, deben ser eliminadas y no se consideran oficiales. Asimismo, las responsabilidades por la publicación de información en estos canales no oficiales, recaerán únicamente en sus administradores.

### **Los objetivos de las redes sociales son:**

Generar participación: Los usuarios podrán opinar sobre los temas que son de interés, compartir información y generar debate. Las conversaciones que se obtengan en Twitter o Facebook, pueden mejorar la reputación digital de la universidad, así como impactar en mayor medida a quienes se vinculen.

El proceso de formación de opinión, desde cualquier punto de vista, es multidimensional por naturaleza e incluye puntos de contacto dentro y fuera de la red, en las distintas situaciones sociales que engloban la participación activa de los universitarios.

Para el uso de las redes sociales de la UCOL se consideran:

- a) Lineamientos editoriales: No puede confundirse como medio exclusivo para transmitir información, no debe utilizarse un tipo de lenguaje excesivamente íntimo con el usuario. Más allá de estar en una red social, se debe comprender que el emisor oficial de la información es la Universidad de Colima, por lo que la elemental forma con que se publica el contenido interfiere con su imagen.
- b) Discursos recomendados: Por naturaleza, la comunicación universitaria involucra a un gran conjunto de públicos, que incluye los perfiles más diversos, tanto en asuntos sociales como políticos, académicos, incluso la propias motivaciones para obtener y propagar una información determinada. Estas características generalmente desembocan en una cultura más fría e impersonal, que se debe modificar; y nada más práctico que promover ese cambio a partir de conceptualizar a las redes sociales como una oportunidad inigualable para acercarse a los ciudadanos. Sin embargo se debe tener



algunos cuidados para garantizar el éxito del mensaje, lo que lleva a las siguientes indicaciones:

- **Tono oficial:** La responsabilidad que como institución educativa pública asume la universidad, requiere de un tono más coherente, sólido y que debe mantener. Todos los documentos, hechos y publicaciones, de una manera general, necesitan tener este carácter oficial y consistente, en otras palabras, todo lo que aparezca en los perfiles oficiales, sean cuales fueren las redes, se debe considerar como una verdad irrefutable (a no ser que se indique como contenido enviado por el usuario).
- **Proximidad:** De otro lado, no se debe trabajar con un vocabulario excesivamente formal y burocrático. Por naturaleza, una red social debe aproximar a las personas y no provocarles miedo a participar. El contenido de cada uno de los perfiles universitarios, debe realizarse para el usuario común, evitando términos inherentes al lenguaje universitario. No se trata sólo de “preservar la sabiduría que emana de la Universidad”, sino también de darle un buen uso, de colocarla a disposición de sus mayores interesados: los ciudadanos. Para ello, naturalmente, sus usuarios necesitan entender cada paso y cada porción de contenido de manera clara.

## **Recomendaciones para publicar un texto en una red social de la UCOL**

- a) Modera los comentarios negativos de los usuarios únicamente cuando las críticas contengan insultos personales. En caso contrario, mantener los comentarios visibles y en la medida de lo posible, responderlos.
- b) Invitar a los usuarios con problemas a mantener una conversación privada, con el fin de resolver cada una de sus preguntas fuera de los ambientes públicos.
- c) Siempre agradecer la participación, con una postura educada y evitando utilizar todo tipo de tono jurídico.
- d) Si se está equivocado, ofrecer disculpas.
- e) Siempre agradecer las críticas, sugerencias y comentarios.

## Redacción en redes sociales generales :

Las publicaciones en redes sociales siempre deben contener enlaces para ver más información sobre el contenido.

Las publicaciones en Facebook siempre deben contener algún complemento, preferentemente imágenes, en el caso del uso del texto puro, procurar no sobrepasar 110 caracteres para que el texto no sea cortado automáticamente por la plataforma y



se elimine la posibilidad de llamar la atención de los usuarios, o redacte la publicación de manera que los primeros 110 caracteres atraigan la atención e invite a expandir la publicación.

Gestión comunicativa: No referirse en términos difamadores, insultantes, racistas hacia alguna entidad pública o privada, persona perteneciente a alguna comunidad indígena o afro descendiente; ni tampoco hacia una religión o sexo, que incentive cualquier forma de violencia o discriminación.

Los comentarios tipo SPAM y con contenido publicitario, podrán ser borrados, con el fin de estimular la participación en temas de interés general y no particular.

Los comentarios que infrinjan estas normas, podrán ser borrados para salvaguardar la honra y el respeto de los miembros de esta comunidad, en este espacio de participación e interacción: directa, transparente y constructiva.

## Recomendaciones generales para la participación en Twitter

- a) El uso del Twitter debe alinearse con la estrategia de comunicación de la entidad.
- b) Las respuestas que la UCOL transmite a sus usuarios a través de este medio, deben ser inmediatas y de máximo un día después. Un comentario ignorado genera mala percepción de la entidad.
- c) Los contenidos enlazados en trinos o *tweets*, deben ser monitoreados para conocer y evaluar el impacto en los usuarios.
- d) Se debe utilizar herramientas para reducir la extensión de caracteres de un enlace de internet y generar estadísticas sobre el número de personas que accedieron a el.
- e) El administrador de una cuenta @udec\_oficial, no debe limitarse a la publicación de contenido. Debe monitorear y presentar informes periódicos sobre las principales tendencias, temas de debates y solicitudes de usuarios, así como los perfiles de los involucrados.
- f) Como estrategia para generar comunidades y redes, se deben crear *hashtags*. Estas son categorías con las cuales se identifica un conjunto de trinos o *Tweets* bajo una misma temática (por ejemplo #DiaDeLaMujer, #BuenGobierno, entre otros). Asimismo, estos *hashtags* se deben utilizar para el cubrimiento de eventos en tiempo real de relevancia para la institución (por ejemplo #BalanceSocialUCOL).
- g) Para la transmisión de eventos en vivo por *streaming*, la herramienta que debe utilizarse es twitcam, en el caso de video.





- h) Para invitar a usuarios a la cuenta **@udec\_oficial**, se debe generar un mapa de personas cercanas al sector de la entidad y seguirlo. Estos usuarios pueden convertirse en importantes validadores y difusores de los contenidos que publique la entidad, así como en motores de debate y discusión.
- i) Se prohíbe relacionar las cuentas personales con la oficial @UniversidadUCOL.
- j) Se debe cuidar la relación de las cuentas institucionales con aquellas de los funcionarios de alto nivel de la misma entidad o de otras entidades. Si bien es necesario promover los contenidos que aquellos publican (principalmente a través de *retweets*), el abuso de esta estrategia puede ser nociva para la institución.
- k) Si se presentan escenarios de crisis, entendido como un gran número de mensajes altamente negativos para la institución, como lo pueden ser las amenazas, improperios, tergiversaciones o calumnias, el administrador de la cuenta **@udec\_oficial** debe informar la situación a la con el fin de establecer protocolos para mitigar los riesgos y/o resolver la situación.
- l) Avatar y foto de encabezado: La cuenta **@udec\_oficial**, debe destacarse con un avatar e imagen que identifique la marca de la institución. Ambos recursos requieren una buena resolución y con texto legible.

Alcance de UCOL Social: Es una red social cuyo objetivo es generar sinergia entre todos los estamentos de la universidad, además de pertenencia y comunidad en torno al quehacer académico, humano e institucional, con el ánimo de hacer partícipes a individuos que deseen generar sanos debates o construir conocimiento.

Parágrafo: El propósito de esta red es establecer un canal oficial de socialización académica e institucional. Como tal, responde por lineamientos en cuanto a imagen corporativa y etiqueta, de similares repercusiones a la política editorial web de la UCOL, es por ello que sus usuarios deben cumplir con un código de conducta específico y en consecuencia:

- a) No se admiten nombres de usuarios o avatares ofensivos; éstos, pueden ser bloqueados sin previo aviso.
- b) Todo contenido considerado fuera de las normas de conducta de la red, puede ser eliminado o modificado sin previo aviso.
- c) El **spam** no será tolerado y da lugar a la eliminación del usuario de forma inmediata.
- d) Lenguaje soez u ofensivo será absolutamente inadmisibles y quienes lo promuevan serán censurados, e incluso, excluidos.



- e) Debe evitarse el uso de mayúsculas sostenida, pues se interpreta como alevosía o exceso de emotividad. El mal uso del sistema de mensajes privados, puede llevar a que la cuenta de usuario sea bloqueada o eliminada, esto se refiere al envío de *spam* o reporte de otros usuarios sobre mensajes ofensivos.

## **Intranet**

Es un espacio dispuesto en la red que facilita el desarrollo y operación de los procesos misionales, estratégicos y de apoyo interno de forma sistémica. Está conformado por categorías para aplicaciones de apoyo administrativo y de gestión, herramientas de participación, información de apoyo, sitios de interés y noticias. La administración del espacio será a cargo de la Dirección General de Servicios Telemáticos de la CGTI, en cuanto al diseño, desarrollo, implementación y operación de aplicaciones.

## **Sistema Universitario de Videoconferencias**

Es un sistema que facilita la interacción e interrelación de las dependencias e instancias dentro y fuera de la universidad, habilitado para la comunidad universitaria con el propósito de dinamizar procesos formativos, organizacionales, administrativos entre otros.

## **Relaciones externas y medios masivos de comunicación de la UCOL**

Relaciones externas: La Coordinación General de Comunicación Social es la entidad que establece el direccionamiento estratégico en cuanto a identidad y comunicación institucional desde el concepto de marca. Para ello, esta dependencia:

- a) Socializa los lineamientos de identidad visual (Manual de Imagen Institucional).
- b) Establece las relaciones con los medios de comunicación masivos.
- c) Define el protocolo para la realización de eventos institucionales.

## **Medios masivos de comunicación**

Con el fin de proyectar positivamente la imagen de la Universidad de Colima y generar una mayor recordación, como una organización líder, que demuestra su compromiso con la sociedad mediante la acción pedagógica en ambientes virtuales, el desarrollo regional, la inclusión, la investigación, la internacionalización y las innovaciones metodológicas y didácticas, se debe enviar información a los medios



masivos de comunicación tales como prensa, radio, televisión e internet (locales, regionales y nacionales).

### **Públicos de interés de la UCOL**

**Comunicación interna:** La comunicación interna tiene como propósito establecer el conocimiento organizacional sobre la institución, compartir experiencias e información, tomar decisiones con propósitos colectivos y convivir en el marco de sus criterios de actuación, con el fin de posibilitar a todos los servidores públicos.

**Público Interno:** El público interno de la universidad, está compuesto por servidores públicos, miembros del cuerpo académico, alumnos y trabajadores.

**Comunicación Externa:** La comunicación externa está compuesta por el público general.

Sus características son:

- a) De manera global, en tanto que necesite considerar los diferentes intereses y necesidades.
- b) Integrada, para que los mensajes sean coherentes unos con otros.
- c) Constante, con el fin que mantenga rigurosidad, frecuencia y equilibrio en la información.
- d) Planificada, para que las acciones sean previstas y con un propósito.
- e) Honesta, en cuanto a la veracidad de la información y al reconocimiento de las dimensiones éticas de los mensajes que se transmitan.

**Público Externo:** El público externo está compuesto por aspirantes y por toda persona interesada en recibir o consultar información sobre los programas académicos que ofrece la UCOL.