



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE HACIENDA Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

INTRODUCCIÓN



Guía de Comunicación Digital para la Administración General del Estado

Guía de Comunicación Digital para la Administración General del Estado

Página 1 de 8

INTRODUCCIÓN



@dministración electrónica



LA GUIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL PARA LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO

En los últimos años la comunicación digital a través de sitios web y redes sociales ha adquirido una importancia evidente para la Administración General del Estado (AGE), tanto en la relación entre organismos como en su comunicación directa con los ciudadanos y empresas.

OBJETIVOS:

La presente Guía pretende ser un marco de recomendaciones y buenas prácticas para los diferentes organismos que componen la Administración General del Estado a la hora de crear o evolucionar los diferentes portales de internet, las sedes electrónicas, los sitios para dispositivos móviles y la presencia en las redes sociales, wikis, blogs o canales multimedia.

Se trata de que se apliquen unos criterios y recomendaciones comunes en aspectos básicos de su diseño y construcción para homogeneizar su aspecto, sus condiciones de uso y el cumplimiento de los requisitos normativos actuales.

Se pretende facilitar y mejorar el acceso de los ciudadanos a la información y los servicios electrónicos de carácter público, de tal forma que se reconozcan en los sitios web de la AGE (portales y sedes electrónicas, redes sociales, blogs, canales multimedia, etc.) una serie de elementos estándar que permitan a los usuarios una identificación directa y confiable de dichos sitios web, independientemente del carácter y la profundidad de dicha información.

Esperamos que mediante el cumplimiento de las obligaciones, las recomendaciones y las buenas prácticas contenidas en la Guía, las novedades en los distintos soportes digitales actuales y futuros que tengamos que adoptar encuentren un marco de coordinación a partir de la cual fomentar la coherencia en toda la comunicación digital de la AGE. En definitiva, caminar hacia una señalética común, en aspectos formales y de fondo en el ámbito digital, al igual que existe en el ámbito físico en las oficinas y documentos de la Administración General del Estado.



Como consecuencia de la puesta en práctica de los contenidos de la Guía se espera que mejore la usabilidad y la calidad de los sitios web y sedes electrónicas de la AGE, que se facilite la navegación y la localización de los contenidos, que aumente la utilización y su presencia en Internet. Se espera además que se conozcan mejor las vías de comunicación digital con la Administración General del Estado en cada uno de sus departamentos u organismos y qué se puede encontrar en cada uno de los soportes de comunicación digital ofrecidos y por último, que aumente el grado de confianza de los usuarios de los sitios web de los departamentos u organismos de la AGE: portales, sedes, cuentas o perfiles de redes sociales a los que accede bajo los nombres oficiales de dichos departamentos u organismos.

ÁMBITO Y DESTINATARIOS:

La Guía está dirigida a los profesionales encargados de promover, crear, generar contenidos y mantener los sitios web de la AGE, las Sedes electrónicas o los sitios relacionados con las nuevas tecnologías web2.0: Blogs, redes sociales, etc.

El ámbito de estas Guías es la Administración General del Estado, no obstante se publican en abierto en el Portal de la Administración Electrónica, para que pueda ser consultado y reutilizada por cualquier administración Pública que lo desee. La Guía se puede consultar y descargar desde el [Portal de la Administración Electrónica](#)

Con esta Guía se revisa y actualiza la *Guía para la edición y publicación de las páginas web de la Administración General del Estado* de 2005-2008, y el *Borrador de la GUÍA DE PÁGINAS WEB DEL GOBIERNO DE ESPAÑA* de 2009 y a la Guía de Sedes electrónicas de 2010.

El presente documento titulado "GUÍA DE COMUNICACIÓN DIGITAL PARA LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO", ha sido elaborado por el Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas, concretamente por la Dirección General de Modernización Administrativa, Procedimientos e Impulso de la Administración Electrónica (Real Decreto 256/2012, BOE 28 de enero) como responsable del desarrollo de la administración electrónica en el ámbito de la Administración General del Estado mediante la realización de estudios y el diseño y ejecución de programas de actuación, en el marco de las directrices del Consejo Superior de Administración Electrónica (Real Decreto 589/2005, BOE 28 de mayo) a la que presta su apoyo técnico a través de la Subdirección General de Programas, Estudios e Impulso de la Administración Electrónica. En la elaboración de esta Guía además se ha contado con la colaboración directa del Ministerio de la Presidencia, concretamente la Secretaría de Estado de Comunicación.




ALCANCE Y CONTENIDOS:

Para poder estructurar la enorme cantidad de conceptos y cuestiones que se deben considerar al crear o evolucionar los diferentes portales de internet o sedes electrónicas, se ha dividido la Guía en tres partes, inspirándonos en la división de los proyectos que hace la ingeniería del software. La parte cuarta son los Anexos (Perfiles, Normativa y Equipo de Trabajo)

Cada parte de la Guía consta de una serie de fascículos que pueden ser utilizados de forma independiente de acuerdo con las necesidades de cada departamento, organismo o unidad promotora o responsable de un sitio web.

Para señalar las Obligaciones y Recomendaciones se ha elegido el siguiente código para fijar las ideas y reconocer a simple vista el alcance de las distintas propuestas.

 Recomendado		
<input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>		

 Obligatorio		
<input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>		

La presente Guía podrá ser revisada parcialmente y las actualizaciones serán publicadas en el Portal de la Administración Electrónica, en el apartado de Documentación-> Metodologías y Guías:

<http://www.administracionelectronica.gob.es/>

Las cuestiones relacionadas con la aplicación de la presente Guía se pueden dirigir a secretaria.csae@seap.minhap.es.



- **PARTE 1: REQUISITOS ANTES DE TENER EL SITIO WEB.** Esta parte recoge lo que hay que tener en cuenta antes de la puesta en marcha de un sitio web.

FASCICULO 1: ASPECTOS GENERALES

- 1.1. SISTEMAS DE NAVEGACIÓN
- 1.2. LEGIBILIDAD
- 1.3. CONSIDERACIONES TÉCNICAS
- 1.4. OPTIMIZAR LA WEB MÓVIL
- 1.5. ACCESO CON AUTENTICACIÓN
- 1.6. ANEXO I AVISO LEGAL
- 1.7. ANEXO II DECLARACIÓN DE ACCESIBILIDAD
- 1.8. ANEXO III. LENGUAJES DE DESARROLLO

FASCICULO 2: IMAGEN INSTITUCIONAL

- 2.1. EL LOGOTIPO DE IMAGEN INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO DE ESPAÑA PARA PÁGINAS WEB
- 2.2. LOGOTIPO EN ÓRGANOS Y ORGANISMOS PÚBLICOS DEPENDIENTES
- 2.3. LOGOTIPO CON COMPOSICIÓN EN BLANCO Y NEGRO
- 2.4. LOGOTIPO EN LA ADMINISTRACIÓN PERIFÉRICA
- 2.5. CONVIVENCIA DE CAMPAÑAS INSTITUCIONALES: LOGOTIPO CON LA IMAGEN CONJUNTA DE DOS DEPARTAMENTOS MINISTERIALES
- 2.6. CONFIGURACIÓN DEL LOGOTIPO PARA LA IMAGEN INSTITUCIONAL
- 2.7. CRITERIOS CONSTRUCTIVOS DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL
- 2.8. CONFIGURACIÓN ESTÁNDAR PARA LA INCLUSIÓN DE LOS LOGOTIPOS DE LOS DIFERENTES ORGANISMOS OFICIALES EN LAS CABECERAS DE LAS PÁGINAS WEB
- 2.9. CONFIGURACIÓN DE ICONOS Y FAVICONOS
- 2.10. UTILIZACIÓN DE LOS ELEMENTOS DE IMAGEN
- 2.11. PROHIBICIÓN DEL USO DE ELEMENTOS DE IMAGEN INSTITUCIONAL PARA WEB EN OTROS MEDIOS
- 2.12. EMPLEO DEL LOGOTIPO POR EMPRESAS O PARTICULARES
- 2.13. IMAGEN PROMOCIONAL DE LA ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA

FASCICULO 3: DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS Y OFIMATICOS

- 3.1. INTRODUCCIÓN
- 3.2. ELEMENTOS BÁSICOS DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL
- 3.3. INDICACIONES ESPECÍFICAS PARA PAPELERÍAS INFORMÁTICAS.



- 3.4. NORMATIVA PARA DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS Y OFIMÁTICOS REALIZADOS CON PROGRAMAS DE HOJAS DE CÁLCULO.
- 3.5. NORMATIVA PARA DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS Y OFIMÁTICOS REALIZADOS CON PROGRAMAS DE BASES DE DATOS.
- 3.6. NORMATIVA PARA DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS Y OFIMÁTICOS REALIZADOS CON PROGRAMAS DE PRESENTACIONES
- 3.7. CONFIGURACIÓN DE FIRMA EN EL CORREO ELECTRÓNICO
- 3.8. CONFIGURACIÓN DE NEWSLETTER

FASCICULO 4: MULTILINGÜISMO

- 4.1. SITIO WEB MULTILINGÜE
- 4.2. LENGUAS COOFICIALES
- 4.3. LENGUAS EXTRANJERAS
- 4.4. USO DE VARIOS IDIOMAS EN LA MISMA PÁGINA
- 4.5. VERIFICACIÓN DE INFLUENCIAS CULTURALES
- 4.6. MULTILINGÜISMO Y ACCESIBILIDAD
- 4.7. OTROS ASPECTOS TÉCNICOS
- 4.8. ANEXO RECURSOS
- 4.9. ANEXO NORMATIVA

FASCICULO 5: ACCESIBILIDAD

- 5.1. NORMATIVA SOBRE ACCESIBILIDAD
- 5.2. NORMA UNE 139803:2012
- 5.3. REFERENCIAS SOBRE DISEÑO Y DESARROLLO ACCESIBLE
- 5.4. RECURSOS ESPECÍFICOS SOBRE ACCESIBILIDAD

FASCICULO 6: SEGURIDAD

- 6.1. INYECCIÓN DE CÓDIGO
- 6.2. CROSS SITE SCRIPTING (XSS)
- 6.3. PÉRDIDA DE AUTENTICACIÓN Y GESTIÓN DE SESIONES
- 6.4. REFERENCIA DIRECTA INSEGURA A OBJETOS
- 6.5. CROSS-SITE REQUEST FORGERY (CSRF)
- 6.6. DEFECTUOSA CONFIGURACIÓN DE SEGURIDAD
- 6.7. ALMACENAMIENTO CRIPTOGRÁFICO INSEGURO
- 6.8. FALLA DE RESTRICCIÓN DE ACCESO A URL



- 6.9. PROTECCIÓN INSUFICIENTE EN LA CAPA DE TRANSPORTE
- 6.10. REDIRECCIONES Y REENVÍOS NO VALIDADOS
- 6.11. ELIMINACIÓN Y LIMPIEZA DE LOS METADATOS DE UN DOCUMENTO
- 6.12. CANAL DE COMUNICACIÓN PARA LA GESTIÓN DE INCIDENTES

PARTE 2: CONTENIDOS DEL SITIO WEB. Esta parte recoge lo que hay que tener en cuenta a la hora de dotar de contenidos nuestra web.

FASCICULO 7: ASPECTOS DE COMUNICACIÓN

- 7.1. CONTENIDOS
- 7.2. REFERENCIAS MUTUAS
- 7.3. POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES
- 7.4. CANALES DE ATENCIÓN.

FASCICULO 8: TECNOLOGÍA WEB 2.0

- 8.1. LA INCLUSIÓN DE LA WEB 2.0 EN LOS SITIOS WEB DE LA AGE
- 8.2. TRANSMISIÓN Y GENERACIÓN DE CONTENIDOS
- 8.3. REDES SOCIALES
- 8.4. CONTENIDOS MULTIMEDIA DISTRIBUIDOS EN LA WEB
- 8.5. ANEXO I: MATERIAL DE REFERENCIA

- **PARTE 3: MEJORA CONTINUA DEL SITIO WEB.** Esta parte recoge lo que hay que tener en cuenta una vez puesta en marcha nuestra web para mejorarla y mantenerla.

FASCICULO 9: MEJORA Y MANTENIMIENTO

- 9.1. REVISIONES PERIÓDICAS.
- 9.2. ESTADÍSTICAS DE USO
- 9.3. APORTACIONES DE LOS USUARIOS (FEEDBACK)

- **PARTE 4: ANEXOS**

- 10. PERFILES
- 11. NORMATIVA
- 12. EQUIPO DE TRABAJO



AGRADECIMIENTOS:

Agradecemos especialmente al Grupo de Trabajo designado por la Comisión Permanente del Consejo Superior de Administración Electrónica que ha colaborado en la elaboración de esta Guía de la Agencia Estatal de Administración Tributaria, el Centro Nacional de Inteligencia, el Instituto Nacional de Estadística, el Servicio Público de Empleo Estatal y los Ministerios de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente; Asuntos Exteriores y Cooperación; Defensa; Economía; Educación, Cultura y Deporte; Empleo y Seguridad Social; Fomento; Hacienda y Administraciones Públicas; Industria, Energía y Turismo; Interior; Justicia; Presidencia; Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE HACIENDA
Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

ASPECTOS GENERALES



Guía de Comunicación Digital para la Administración General del Estado



@dministración
electrónica

Guía de Comunicación Digital para Administración General del Estado

ASPECTOS GENERALES



REQUISITOS ANTES DE TENER EL SITIO WEB	4
1. ASPECTOS GENERALES	4
1.1 SISTEMAS DE NAVEGACIÓN	5
1.1.1 NAVEGACIÓN PRINCIPAL	7
1.1.2 NAVEGACIÓN SECUNDARIA	9
1.1.3 OTROS ELEMENTOS DE ORIENTACIÓN Y NAVEGACIÓN	11
1.1.4 SISTEMAS DE NAVEGACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE LAS PÁGINAS (“ZONING”)	14
1.1.5 NAVEGACIÓN GUIADA	15
1.1.6 NAVEGACIÓN Y ACCESIBILIDAD	16
1.2 LEGIBILIDAD	18
1.2.1 FUENTES	18
1.2.2 COLORES	21
1.2.3 PICTOGRAMAS E ICONOS	24
1.2.4 TÍTULOS, JERARQUÍA Y AGRUPACIÓN DE LA INFORMACIÓN	26
1.2.5 AGRUPACIÓN DE LA INFORMACIÓN PARA FACILITAR SU COMPRENSIÓN	27
1.2.6 LA ESTRUCTURA DE LAS PÁGINAS.	29
1.3 CONSIDERACIONES TÉCNICAS	36
1.3.1 DISPOSITIVOS MÓVILES	36
1.3.2 NAVEGADORES	38
1.3.3 RESOLUCIÓN DE PANTALLA	42
1.3.4 LENGUAJES Y NORMAS DE DESARROLLO	46
1.3.5 SCRIPTS, PLUGINS Y APPLETS	51
1.4 OPTIMIZAR LA WEB MÓVIL	53
1.4.1 ESTRATEGIA 1: NO HACER UN SITIO ESPECIAL PARA DISPOSITIVO MÓVIL	55
1.4.2 ESTRATEGIA 2: HACER UN SITIO ESPECIAL PARA DISPOSITIVO MÓVIL	56
1.4.3 ESTRATEGIA 3: CONSTRUIR UN SITIO MÓVIL CON CONTENIDO ADAPTABLE A LOS DISPOSITIVOS	56
1.5 ACCESO CON AUTENTICACIÓN	56
1.5.1 CONTINUIDAD DEL MODO VISITANTE AL MODO AUTENTICADO	57
1.5.2 DESCONEXIÓN O CIERRE DE SESIÓN	58
1.5.3 TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES	59
1.6 ANEXO I AVISO LEGAL	62
1.6.1 CONDICIONES GENERALES DE USO DEL PORTAL DEL MINISTERIO U ORGANISMO	62
1.6.2 DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL Y DE PROPIEDAD INDUSTRIAL	63
1.6.3 PRIVACIDAD	63
1.6.4 LEY APLICABLE Y JURISDICCIÓN	64
1.6.5 POLÍTICA DE CERTIFICADOS ELECTRÓNICOS. REQUISITOS	65
1.6.6 REUTILIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN DEL SECTOR PÚBLICO	65
1.6.7 LINKS O HIPERENLACES	67
1.6.8 VERSIÓN MULTILINGÜE	67
1.6.9 FRAMES	68
1.6.10 LICENCIAS CREATIVE COMMONS	68



1.6.11 ESTADÍSTICAS DE USO	69
1.6.12 SEDES ELECTRÓNICAS	69
1.7 ANEXO II DECLARACIÓN DE ACCESIBILIDAD	74
1.7.1 POLÍTICA DE ACCESIBILIDAD	74
1.7.2 CUMPLIMIENTO DE LOS ESTÁNDARES	74
1.7.3 EXCEPCIONES	74
1.7.4 ACTUALIZADO EL <FECHA>.	75
1.7.5 CONTACTO	75
1.8 ANEXO III. LENGUAJES DE DESARROLLO	76
1.8.1 LENGUAJE ASP	76
1.8.2 LENGUAJE ASP.NET	76
1.8.3 LENGUAJE PYTHON	77
1.8.4 LENGUAJE RUBY	77
1.8.5 OTRAS TECNOLOGÍAS	78



REQUISITOS ANTES DE TENER EL SITIO WEB

1. ASPECTOS GENERALES

Este primer fascículo de la Guía de Comunicación Digital de la Administración General del Estado¹ recoge los aspectos básicos a tener en cuenta en la construcción de sitios web de la Administración General del Estado. En particular son siete los aspectos generales tratados:

- **Sistemas de Navegación:** este aspecto trata sobre el diseño de la navegación y como se estructuran las páginas, haciendo más sencillo y homogéneo el uso por parte de los visitantes.
- **Legibilidad:** se trata de exponer recomendaciones referentes al uso de diferentes formatos en las páginas que facilitan la legibilidad de los contenidos.
- **Aspectos lingüísticos:** con este capítulo se ofrece una aproximación a cómo redactar contenidos manteniendo coherencia en el mensaje y respetando las consideraciones predefinidas en materia de igualdad, diferencias culturales, etc.
- **Consideraciones técnicas:** en este aspecto se recogen las recomendaciones referidas a como impactan diferentes aspectos técnicos relacionados con la construcción o la navegación, tales como la resolución de los dispositivos, los navegadores de los usuarios, lenguajes de programación, etc.
- **Acceso autenticado de usuarios:** en este apartado se tratan las recomendaciones a tener cuenta cuando se necesita de la identificación de los usuarios
- **Referencias a otros sitios web de la Administración General del Estado:** cuando se enlazan otros sitios web de la Administración General del Estado hay una serie de recomendaciones para conseguir la homogeneidad
- **Estadísticas de Uso:** en este apartado se incluyen las recomendaciones para incluir el servicio de estadísticas que posibilite el análisis posterior de las visitas de los usuarios.

La lectura de este fascículo se debe completar con la lectura de los siguientes fascículos de la Guía de Comunicación Digital: Imagen institucional, Multilingüismo, Accesibilidad y Aspectos de comunicación

¹ Los fascículos de la Guía de Comunicación digital de la AGE son: Aspectos Generales, Imagen Institucional, Multilingüismo, Accesibilidad, Seguridad, Aspectos de Comunicación, Tecnología Web 2.0 y Mejora y Mantenimiento.



1.1 Sistemas de Navegación

A la hora de diseñar el sitio web y una vez decidido cómo organizar la información dentro del sitio, hay que diseñar los elementos de la interfaz que permiten recorrer las diferentes secciones y páginas que lo componen y que consiguen el encadenamiento de pantallas a través de herramientas tales como: barras de navegación, menús contextuales o accesos directos, también hay que estructurar dichos elementos y definir su colocación dentro de las diferentes páginas.

Los elementos de la interfaz citados y su ubicación en las páginas, constituyen el "sistema de navegación" de un sitio web.

Hay que tener en cuenta que en internet son cientos de millones las páginas que pueden ser accedidas por cualquier usuario y estos van cogiendo hábitos a medida que desarrollan su experiencia. Esta experiencia es aprovechada por los diseñadores de los sitios web a la hora de enfocar el diseño y hace que se vayan imponiendo estándares de facto en la organización de los elementos de navegación. Es decir, las maquetaciones tienden a homogeneizarse en una colección reducida de diferentes tipos de estructura, de modo que cuando un usuario accede a un sitio web identifica rápidamente donde puede encontrar cada elemento de la navegación, en qué zonas puede encontrar la información y cómo se destacan los diferentes elementos.

Conseguir una buena navegación del sitio web es la misión principal de los diseñadores de la interfaz de usuario y garantizará la consistencia y la transparencia en los contenidos que se presentan, aumentando la capacidad de concentración del usuario.

La navegación debe ser sencilla, intuitiva y consistente para permitir al usuario entender fácilmente dónde obtener la información y la manera de acceder a la funcionalidad o los servicios que necesita, pero de forma transparente para él. Un buen sistema de navegación propiciará que el sitio sea visitado por el usuario y permanezca navegando en él. El usuario debe ser capaz de localizar la página mostrada y orientarse entre el resto de las páginas de la web para poder seguir navegando, para consultar más páginas o interactuar con sus servicios. De la correcta ubicación de los elementos y de un buen diseño de navegación depende que el usuario se sienta o no cómodo en su visita a nuestra web.

El usuario debe ser capaz de concentrarse en los contenidos que se presentan en el sitio y no en la investigación y la comprensión de los mecanismos de navegación que le permiten acceder a ellos. Mediante los hilos conductores del sistema de navegación, el usuario debe entender dónde obtener rápidamente la información y la forma de acceder a la funcionalidad que necesita.



R Recomendado

- ❑ El lugar de la página en el que se sitúan los sistemas de navegación debe ser el mismo en todas las páginas del sitio.
- ❑ Cada página del sitio debe incluir un seguimiento de la navegación y que permita al usuario responder a tres preguntas:
 - ¿Dónde estoy?
 - ¿De dónde vengo?
 - ¿Dónde puedo ir?
- ❑ Se pueden diseñar elementos de navegación para que el usuario pueda acceder a los contenidos del sitio a través de dos vías (una ruta principal y uno o varios caminos alternativos).

La elección del sistema de navegación vendrá condicionada por el sistema de clasificación de la información elegido. Si se ha elegido clasificar todas las categorías de información mediante taxonomías jerárquicas, la web tendrá un sistema de navegación jerárquico. Si además se han aplicado metadatos a las unidades de contenido, se dispondrá de la posibilidad de realizar navegaciones transversales a contenidos relacionados o afines, relacionando por ejemplo, palabras clave comunes asignadas a diferentes unidades de contenido. En este momento ya se tendrá un mapa visual de cómo quedará estructurado finalmente el Sitio Web.

La navegación y el acceso a los diversos elementos del sitio se hacen a través de los sistemas de navegación que se clasifican generalmente en dos categorías:

- Menús o botones de navegación, agrupados en una barra de navegación a menudo llamada "sistema principal de navegación".
- Enlaces, iconos o banners que sirven como un sistema complementario, "sistema secundario de navegación", para la orientación en la navegación y permiten el acceso a diversos contenidos y funciones del Sitio Web.

1.1.1 Navegación Principal

La navegación principal resalta los puntos más importantes del sitio mediante enlaces a las secciones más importantes, dejando el resto para la navegación secundaria.

Los tipos más frecuentes de sistema de navegación principal son los siguientes:

- **Navegación en el área izquierda o vertical:** es el tipo más común de navegación y se ha hecho muy popular debido a que responde a la conducta habitual de lectura de los usuarios en los sitios web, de inicio por la izquierda.

Es un sistema generalmente bien comprendido y que se adecua bien en sitios que quieren destacar la jerarquía de niveles de la información, y a su vez mostrar constantemente la posición de la arquitectura del sitio en la que nos encontramos, al mostrar menús desplegables en submenús.

R Recomendado

- ❑ Asegurarse de que en resoluciones de 1024x768 píxeles los vínculos de navegación más importantes estén visibles en su totalidad al cargar la primera página.
- ❑ El ancho de enlaces de navegación debe ser más estrecho de 300 píxeles con el fin de dejar suficiente espacio para el texto y que no se plieguen debajo de la pantalla.

- **Navegación superior u horizontal:** es el segundo tipo de navegación más utilizado. La ventaja de una barra de navegación superior es que deja más espacio por debajo para el contenido y otra información pertinente.

La filosofía es igual que la de la navegación a la izquierda, se trata de menús desplegables en submenús.

El uso de iconos "pinchables" en vez de botones textuales para la realización de la barra de navegación permite el ahorro de espacio. En caso de utilizar estos iconos en la barra de navegación se debe proporcionar un equivalente textual de cada uno de los botones. Indicar visualmente al usuario en qué menú o sección está con relieve, color, énfasis, etc..

**Obligatorio**

- ❑ En caso de utilizar iconos "pinchables" en vez de botones textuales en la barra de navegación se debe proporcionar un equivalente textual de cada uno de los botones por cuestiones de accesibilidad.

**Recomendado**

- ❑ Destacar adecuadamente este tipo de navegación porque normalmente el usuario tiende a ignorar todo lo que se ve a distancia.
- ❑ Si se ponen gráficos en la cabecera de la página hay que asegurarse de que la barra de navegación se encuentra por debajo de los gráficos, los usuarios pueden ignorar los gráficos y la barra de navegación junto con ellos, pudiendo llegar a pensar que no hay nada más en ese Sitio Web.

- **Navegación por pestañas:** es una variante de las anteriores. Se diferencia de la superior en que incorpora pestañas visibles en lugar de los desplegables.

Existen modelos mixtos que mezclan varios de los tipos de navegación descritos.

**Recomendado**

- ❑ Normalmente no debería tener más de 6-7 enlaces y contener sólo los eslabones más importantes, dejando el resto para la navegación secundaria.
- ❑ Fuera del sistema de navegación, los botones que realicen acción deben desarrollarse en modo texto HTML.
- ❑ La jerarquía entre los niveles debe ser evidente para los usuarios, no debiendo llegar a suponer una fuente de ambigüedad.
- ❑ Se debe conseguir que la navegación principal se destaque por el uso de gráficos o vínculos de tipo diferente.
- ❑ Los títulos de los enlaces de navegación deben ser cortos, descriptivos e intuitivos. En cada página debe haber un número razonable de enlaces, pues las páginas con un número de enlaces de 20 a 30 son más difíciles de usar que las páginas con un número menor de enlaces.
- ❑ El uso del color en los enlaces no necesariamente tiene que ser estándar, pero debe permitir al usuario saber si sobre él se ha hecho clic antes o no.



Obligatorio

- ❑ Si el uso de gráficos o enlaces JavaScript debe estar disponible, debe notificarse por medio de un texto alternativo por cuestiones de accesibilidad.

1.1.2 Navegación Secundaria²

Los enlaces que constituyen la navegación secundaria son los vínculos que establecen el contacto habitual con el usuario, con literales como “*Nosotros*”, “*Quiénes Somos*”, “*Política de Privacidad*”, “*Condiciones de Uso*”, “*Mapa web*”, “*Guía de navegación web*”, “*Contactar con el administrador*”, etc.

- **Nosotros, Quiénes somos, Contactar con el administrador:** las áreas de contacto sirven para dar respaldo, credibilidad y seguridad al sitio y su contenido. Es habitual que los usuarios de Internet que acceden a un sitio busquen un área de contacto para corroborar que la información publicada sea verídica.

La información que se espera encontrar en enlaces de este tipo es:

- Teléfonos de contacto.
 - Direcciones físicas.
 - Nombres de personas con las cuales contactar en las distintas áreas.
 - Direcciones de correo electrónico de contacto para cada una de las distintas áreas.
 - Formulario de Contacto, en donde se especifique un asunto o motivo de contacto, campo de explicación, nombre, email, teléfono de contacto, etc.
- **Aviso legal³ o Política de privacidad:** mediante este enlace será posible acceder al documento que especifica los procedimientos, reglas, y prácticas de seguridad de datos que se realizan en un Sitio Web, con las que se garantiza el mantenimiento de la integridad, confidencialidad y disponibilidad de la información que recoge de sus usuarios y de otros interesados titulares de datos, de conformidad con la legislación vigente, y las necesidades de seguridad informática y los objetivos que se persiga.

² Sobre los contenidos de las páginas ver el fascículo Aspectos de Comunicación de esta Guía de Comunicación Digital.

³ Ver ANEXO I



- **Condiciones de uso:** mediante este enlace se accede a los términos y condiciones generales aplicables al uso de los servicios e información ofrecidos por el Sitio Web. Cualquier usuario que desee acceder y usar el Sitio Web podrá hacerlo cumpliendo dichos términos y condiciones generales respectivos.
- **Mapa web:** es la representación gráfica o textual de un Sitio Web. Es una página donde se listan de manera jerárquica las páginas que componen un sitio, generalmente representadas como enlaces que permiten el acceso rápido a las mismas.
- **Guía de navegación web:** Facilita la navegación de los usuarios, incluyendo información sobre la organización de la información el sitio web y elementos utilizados o a disposición para facilitar la navegación a los usuarios tales como: Programas y plugins, Microformatos, Suscripción a contenidos por RSS, Archivo KML o Navegación Semántica.
- **Ayuda y Preguntas Frecuentes (FAQ):** La página "Ayuda" y la de "Preguntas más Frecuentes", son esenciales para los servicios en línea por lo que es conveniente que cuenten con un enlace diferenciado. y se pueden recordar en la parte inferior de la página. La página de FAQ incluye las preguntas más frecuentemente planteadas por los usuarios con su respuesta y se puede acompañar de un enlace para el envío de más preguntas.
- **Otros enlaces de interés:** Enlace a la página de "prensa", Enlace a los horarios y el plano de acceso si el sitio tiene oficinas de atención al público. Enlace a la página de directorio de la información pública 060.
- **Otros avisos de interés:** Política de protección de datos del sitio, Política de seguridad del sitio, Política de autenticación, Interoperabilidad del sitio, plataformas o navegadores para los que el sitio está disponible, resolución u otros aspectos técnicos, Fecha de la última actualización.



Obligatorio

- Si el uso de gráficos o enlaces JavaScript debe estar disponible, debe notificarse por medio de un texto alternativo por cuestiones de accesibilidad.
- Mapa web: es la representación gráfica o textual de un Sitio Web. Es una página donde se listan de manera jerárquica las páginas que componen un sitio, generalmente representadas como enlaces que permiten el acceso rápido a las mismas.
- Condiciones de accesibilidad:

- *Las páginas de Internet de las administraciones públicas deberán contener de forma clara la información sobre el grado de accesibilidad al contenido de las mismas que hayan aplicado, así como la fecha en que se hizo la revisión del nivel de accesibilidad expresado.*
- *Las páginas de internet de las administraciones públicas deberán ofrecer al usuario un sistema de contacto para que puedan transmitir las dificultades de acceso al contenido de las páginas de Internet, o formular cualquier queja, consulta o sugerencia de mejora. Los órganos competentes realizarán periódicamente estudios de carácter público sobre las consultas, sugerencias y quejas formuladas.*

(Real Decreto 1494/2007, de 12 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento sobre las condiciones básicas para el acceso de las personas con discapacidad a las tecnologías, productos y servicios relacionados con la sociedad de la información y medios de comunicación social).

R Recomendado

- ❑ Diferenciar en lo posible entre la navegación principal y la secundaria
- ❑ Los enlaces correspondientes a la navegación secundaria se suelen diseñar con un tamaño de texto más pequeño, usar un separador o dejar un espacio razonable para que el usuario sea capaz, sin esfuerzo, de hacer distinción entre varios.
- ❑ Se suelen colocar en la parte inferior de la página principal.

Guía de navegación | Accesibilidad  | Aviso Legal | Protección de Datos Personales

- ❑ Si la complejidad del sitio web o sede electrónica así lo aconseja se incluirá una Guía de navegación del sitio, cuyo enlace aparecerá al pie de página o dentro del apartado “Ayuda”.

1.1.3 Otros elementos de Orientación y Navegación

Además de los elementos de navegación principal y secundario hay otros elementos de ayuda a la navegación y de orientación al usuario en lo referente a en qué lugar del Sitio Web se encuentra. Los más importantes son:



- **Menú Principal:** este elemento se encuentra siempre presente, permitiendo fácilmente el acceso a cada una de las áreas del sitio, como volver a la página inicial, etc.
- **Barra Corporativa:** ofrece diversas opciones de información respecto del sitio.
- **Ruta de Acceso (migas):** es una lista que debe aparecer en la parte superior de cada página y que muestra la traza de páginas que hay entre la página de inicio o Portada del sitio hasta la página actual que se esté visitando.
- **Cabecera:** tiene como misión principal albergar la imagen corporativa para identificar con claridad el organismo al que pertenece el Sitio Web.
- **Enlaces a utilidades:** los enlaces a utilidades están enfocados a ayudar al usuario en las tareas que representan, por ejemplo, selección de idiomas, búsquedas dentro del sitio, etc. Normalmente estos enlaces se encontrarán siempre en la parte superior derecha de cada página.
- **Fecha de publicación:** nos permitirá indicar la fecha de actualización de la información y, por tanto, la posible vigencia del contenido presentado. Normalmente ocupará un lugar en la parte baja de la página, aunque puede presentarse también en la parte superior izquierda del contenido.
- **Pie de Página:** se utiliza principalmente para informar sobre avisos legales y mapa del web y otra información general del Sitio Web.

Es un punto de referencia en todo el sitio, asociado directamente a su naturaleza y características y suele contener accesos a:

- Enlaces a páginas de Prensa.
- Horarios y Plano de acceso, si existen oficinas de atención al público.
- Enlace a la página de preguntas frecuentes (FAQ), si es que existe.
- Aviso sobre la política de protección de datos del sitio, seguridad e interoperabilidad.
- Enlaces a otros sitios públicos de interés general como por ejemplo el 060
- Campañas institucionales.

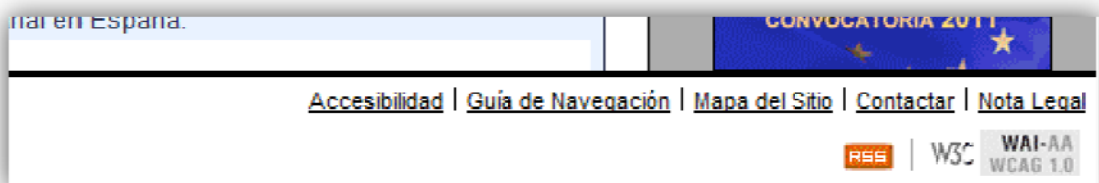
Los enlaces a contacto y ayuda que suelen ir en la parte superior pueden ponerse también en el pie de página para mayor facilidad o solamente en el pie de página si el responsable de la web no quiere darle una importancia particular.



Otros elementos comunes son los **botones** (en ocasiones representados por iconos, ver apartado 1.2.3) , entre los cuales, los más frecuentes son, “Inicio (Home)”, para ir a la portada o página inicial, “Mapa del sitio”, para ver la estructura de las páginas del Sitio Web, “Contacto”, con la dirección postal, electrónica, teléfono, redes sociales o cualquier otra coordenada para comunicarse con el organismo responsable del sitio, “Buscador”, presente en cada página, “Ayuda”, para recibir consejo u orientación sobre qué hacer en cada pantalla del sitio. Permiten al usuario encontrar los contenidos y guardar memoria fotográfica del Sitio Web, por lo que estos elementos se sitúan en el mismo lugar en todas las páginas del sitio para guiar al usuario y ayudarle a priorizar la información.



Ejemplo de Botones/enlaces en la cabecera



Ejemplo de Botones/enlaces en el pie

Recomendado		
<ul style="list-style-type: none"> ❑ Menú Principal: estará siempre presente. ❑ Barra Corporativa: se muestra en todas las páginas. ❑ Ruta de Acceso (breadcrumbs o migas): cada una de ellas contará con un enlace para acceder al área de la cual depende la página, diferenciando la que marca el lugar actual del resto y que las etiquetas utilizadas coincidan con los títulos de las páginas a las que hacen referencia. Ejemplo: <i>Servicios>procesos_selectivos>convocatorias>formulario</i> ❑ Cabecera: la configuración de la cabecera será igual en todas las páginas del sitio. ❑ Los enlaces a utilidades: se encontrarán siempre en la parte superior derecha de cada página. 		



- ❑ **Fecha de publicación:** ocupará un lugar en la parte baja de la página.
- ❑ **Pie de Página:** se ubicará en la parte inferior de cada página. Aparecerá en todas las páginas del sitio.
- ❑ **Botones:** los iconos que representen los botones serán legibles y claros, estarán dotados de un texto alternativo y se ubicarán en un lugar de fácil acceso.
- ❑ El **Buscador** estará presente en todas las páginas si es que la funcionalidad existe en el sitio.

1.1.4 Sistemas de navegación y organización de las páginas (“zoning”)

Una vez definida la arquitectura de la información, la elección de los sistemas de navegación se basa en general en un escenario de “zoning” o división en zonas de la página, es decir, cómo se organizan los diferentes elementos agrupados entre ellos en las páginas.

Normalmente, antes de abordar la realización concreta del modelo de la página, la zonificación permitirá ver el guion gráfico para describir la interfaz del Sitio Web. Esta fase del diseño del sitio dará como resultado la organización de la información en el Sitio Web, teniendo en cuenta que los contenidos con funciones similares se agrupan en la misma zona de la página y que es necesario tener jerarquizada la información y el guión gráfico para describir las características.

El resultado de la zonificación ofrece varios escenarios para comparar gráficamente determinadas orientaciones o posiciones de cada uno de los **bloques** que componen la página, que diferirán principalmente en sus sistemas de navegación. De este modo será más sencillo decidir si es más apropiado el uso de unos tipos de menú u otros (horizontales o verticales, por ejemplo).

La zonificación también debe tener en cuenta las prácticas de lectura de los usuarios de Internet (izquierda a derecha y de arriba a abajo) y que ciertas zonas de la pantalla son estadísticamente más “vistas” que otras, conocidas como zonas muertas.



Zonificación o "zoning" con ejemplo de diferentes bloques y navegación principal en horizontal

R Recomendado

- ❑ Los contenidos con funciones similares se agrupan en la misma zona de la página.
- ❑ Tener en cuenta las prácticas de lectura de los usuarios de Internet (izquierda a derecha y de arriba a abajo).
- ❑ Las zonas estadísticamente más vistas.

1.1.5 Navegación Guiada

La navegación guiada, por contraposición a la navegación libre, consiste en imponer al usuario un recorrido predefinido.

Ejemplos de este tipo de navegación son los que se utilizan para la realización de trámites on-line (acciones comunes dentro de las sedes), o que requieren la cumplimentación de muchos campos de información en un determinado orden como por ejemplo, cursos on-line, exámenes, etc.

Existe una variante de este tipo de navegación en la que se muestran todas las etapas a la vez en forma de pestañas dentro de la misma página, ofreciendo al usuario la posibilidad de saltar de una a otra para modificar la información pero en el orden que se estime oportuno, no estando sometido así el usuario a la pauta marcada por el programa y pudiendo volver sobre sus pasos las veces que sean necesarias.

R Recomendado

- ❑ El usuario debe poder volver al paso anterior para cada etapa (excepto en la primera).
- ❑ Cada etapa debe ir acompañada de un “auto guardado” de los datos introducidos.
- ❑ Se debe proporcionar a los usuarios información visual sobre el paso actual, los pasos ya realizados y los próximos pasos (por ejemplo, a través de un sistema de pestañas con distinción visual de la pestaña activa). Si se propone como opción el abandono del procedimiento, habrá que ofrecer una pantalla intermedia en la que un texto explique la pérdida de datos y solicite la confirmación del abandono.
- ❑ Se puede avisar del periodo de tiempo en el que si no hay actividad se cancelará el trámite.

1.1.6 Navegación y accesibilidad

Para garantizar la accesibilidad de los mecanismos de navegación entre los distintos contenidos que componen el sitio web, deberemos tener en cuenta:

**Obligatorio Accesibilidad Nivel A**

- ❑ El texto de los enlaces debe identificar claramente su destino y ser lo más conciso y explícito posible
- ❑ Se deben proporcionar mapas de imagen controlados por el cliente en vez de por el servidor salvo que sea estrictamente necesario
- ❑ Se deben proporcionar enlaces redundantes en formato texto para cada área activa de un mapa de imagen del servidor

**Obligatorio Accesibilidad Nivel AA**

- ❑ Si se definen páginas que se auto-refresquen periódicamente, el usuario debe poder evitar el refresco automático.
- ❑ No deben usarse marcadores para redirigir automáticamente las páginas.



- ❑ Debe evitarse provocar que aparezcan otras ventanas del navegador, como expositores o ventanas emergentes, sin informar antes al usuario y darle opciones para que controle esa aparición.
- ❑ Se debe proporcionar información sobre la estructura general del sitio.
- ❑ Los mecanismos de navegación se utilizarán de manera consistente.
- ❑ Se debe mantener un orden lógico de tabulación a través de los enlaces, controles de formulario y objetos.

R Recomendado Accesibilidad Nivel AAA

- ❑ Se proporcionará información sobre las relaciones entre documentos que pertenecen a una colección.
- ❑ Se proporcionarán barras de navegación para facilitar la navegación en el sitio.
- ❑ Cuando se proporcione un sistema de búsqueda en el sitio, se ofrecerán diferentes tipos de búsquedas.
- ❑ Se agruparán los enlaces relacionados, identificando el grupo y proporcionando una manera de saltarse dicho grupo.
- ❑ Los enlaces se distinguirán del resto del texto, así como de los enlaces adyacentes entre sí.
- ❑ Se proporcionan atajos de teclado para los enlaces importantes (incluyendo los de los mapas de imagen de tipo cliente), controles de formulario y grupos de controles de formulario.
- ❑ Se deben proporcionar enlaces redundantes, en formato texto para cada zona activa de los mapas de imagen de tipo cliente.

(Para ampliación sobre Accesibilidad ver Fascículo de Accesibilidad de esta Guía de Comunicación Digital para la AGE)



1.2 Legibilidad

La lectura en páginas web no es equivalente a la lectura en papel: el confort visual, la organización de la información, la presentación de los contenidos y los modos de navegación difieren significativamente de un medio a otro. Los estudios sugieren que la mayoría del tiempo de navegación se dedica a explorar de forma general los sitios en detrimento de la lectura del contenido propiamente dicho.

El segundo nivel de lectura, en el que la calidad del texto es decisiva, sólo interviene cuando la información buscada ha sido localizada. El usuario debe entender muy rápidamente si el contenido de una página le interesa o es la información que está buscando. Para que el usuario pueda deducir sin esfuerzo esta conclusión es muy importante el concepto de legibilidad.

La legibilidad se refiere a cómo un texto puede ser comprendido e interpretado por un usuario y está relacionada con la lectura visual (fuentes, estilos, colores y pictogramas e iconos) y con la organización de la información y la distribución jerárquica de los contenidos.

La legibilidad, por tanto, está relacionada con criterios de imagen y aspecto o estilo que contemplan una serie de elementos básicos (logotipo, tipografía o gama cromática), con la necesaria referencia a los estilos ya establecidos para papelería (señalizaciones y publicaciones), así como los criterios para la estructuración de las páginas que garanticen una similitud entre las páginas de los diferentes Ministerios sin menoscabar las especificidades consecuencia de sus ámbitos competenciales.

Es muy importante asegurar una percepción e identificación visual rápida e intuitiva de las páginas de la Administración General del Estado y reforzar la experiencia de usuario, permitiendo una cierta “familiaridad” en la navegación por los contenidos y servicios de las diferentes páginas de la Administración General del Estado.

Relacionado indirectamente con la noción de legibilidad podríamos considerar el Multilingüismo que dado el impacto que tiene en nuestro país con cinco lenguas, es tratado en un fascículo aparte.

1.2.1 Fuentes

Aunque el usuario siempre tiene la posibilidad de modificar la fuente que se muestra en los navegadores por defecto, es conveniente seguir una serie de recomendaciones relativas a su uso en las diferentes páginas que componen el Sitio Web.



Como norma general, en lo referente a los tipos de letra utilizados así como a su tamaño, éstos deberán ser lo suficientemente claros visualmente como para poder ser leídos en pantalla sin dificultad. Se podrán utilizar diferentes tipos de letra en función de su aplicación (uso en botones, títulos, etc.), así como diferentes colores dependiendo de su uso. Es importante que, tanto las tipografías como los colores utilizados se correspondan con los que aparezcan contemplados en el fascículo de Imagen Institucional.

R Recomendado

- ❑ La utilización de **tipos de letra sin serifa o “sans serif”** (sin remates) para garantizar una mejor legibilidad de los contenidos, puesto que estas tipografías están diseñadas para facilitar la lectura en pantalla. Las familias de fuentes más apropiadas con las siguientes:

Verdana: pertenece al grupo de fuentes denominadas “web-safe fonts”, especialmente indicadas para su uso en portales web, puesto que, incluso utilizándola en pequeños tamaños, ofrece una legibilidad aceptable.

Geneva: cuenta con una gran altura del cuerpo de los caracteres, haciendo que aparezcan más amplios y más altos que la mayoría de las tipografías sans serif

Helvética: tipografía de gran influencia histórica con algunos detractores por su legibilidad en tamaños pequeños.

Arial: nace de helvética, con la que comparte características, aunque simplificadas que mejoran su legibilidad.

- ❑ En lo referente al **“cuerpo” o tamaño de letra**, no utilizar un valor de partida inferior a 10 píxeles para el texto normal (aunque se recomienda un valor de **11-12 píxeles** para una óptima legibilidad). En cualquier caso, se recomienda que las fuentes estén indicadas en tamaños relativos para facilitar al usuario su redimensionamiento, aunque debemos tener en cuenta que el comportamiento de dicho redimensionamiento puede variar en función del navegador que se utilice.
- ❑ Deberían utilizarse pocas fuentes distintas y siempre utilizar un conjunto no superior a más de dos diferentes y, en cualquier caso, deberán estar asociadas a funciones bien diferenciadas como puede ser su uso para títulos, pies de página, botones, etc.



- ❑ Las fuentes utilizadas en el diseño de las páginas deberán estar disponibles por defecto en las diferentes plataformas y sistemas de visualización (PC, Macintosh, dispositivos móviles, tablets, etc.).

Un estilo define el formato: el tipo de letra o fuente, el cuerpo o tamaño de la fuente, los atributos de la fuente (normal, negrita, etc.), su capitalización (mayúsculas o minúsculas), el espacio entre líneas, el espaciado entre letras, el color y la alineación-justificación del texto.

La tecnología **CSS** ("Cascading Style Sheet" u Hoja de Estilos en Cascada) permite aplicar formatos a los elementos HTML de una página web sin utilizar directamente sus atributos de formato, lo que permite separar el contenido de la presentación. En el caso de la legibilidad, mediante un estilo puede definirse el formato del texto desde sus atributos (aplicación de negrita, etc.) hasta la separación entre líneas o caracteres, pasando por su color, justificación, utilización de mayúsculas, etc.

R Recomendado

- ❑ Para conseguir una coherencia gráfica en todo el Sitio Web, los estilos utilizados deberán ser comunes para cada categoría de objeto que forme parte del diseño.
- ❑ Se debe respetar la jerarquía visual de los distintos niveles de información, especialmente en el caso de los títulos. No debemos utilizar tamaños de letra excesivamente grandes aplicados en informaciones secundarias o que superen el tamaño de la información principal.
- ❑ No se deben utilizar textos que parpadeen ("blink") o que se desplacen, puesto que suelen ser incómodos para los usuarios, desvían la atención y no cumplen con las normas mínimas de accesibilidad (ver más adelante en esta Guía).
- ❑ En el caso de contenidos textuales, se debe evitar la utilización de frases en letras mayúsculas, puesto que dificulta la lectura. Sin embargo, está permitido en el caso de títulos de secciones, botones, advertencias, etc.
- ❑ Para destacar algún elemento en el contenido textual, se puede utilizar la "negrita".
- ❑ No usar subrayados para destacar contenidos textuales. Éstos deben usarse únicamente en los hipervínculos.
- ❑ Se debe evitar la utilización de "cursiva" en párrafos completos o frases largas puesto que ofrece una legibilidad menor.



- ❑ A nivel de alineación es recomendable ajustar el texto a la izquierda, en lugar de justificarlo a ambos lados, ya que en el caso de líneas con pocos caracteres este tipo de justificaciones genera una serie de espacios en blanco que pueden dificultar e interrumpir la lectura.

1.2.2 Colores

Cada elemento de una página así como las diferentes agrupaciones entre ellos debe tener un papel definido claramente, que debe estar acorde con su “peso” visual dentro del conjunto total de la misma. Una de las mejores herramientas con las que cuenta el diseño web para cumplir este objetivo es el uso adecuado de los colores.

La utilización del color deberá garantizar el cumplimiento de las normas y pautas de accesibilidad en el Sitio Web, ya que si se utiliza el color como único medio para transmitir información, usuarios con limitaciones visuales basadas en la percepción del color no percibirán correctamente dicha información.

R Recomendado

- ❑ En ningún caso el uso de diferentes colores debe causar fatiga visual. Por ello, los colores utilizados en el fondo de las diferentes páginas serán en la medida de lo posible de colores claros. Este hecho, además de favorecer la legibilidad, favorece también la impresión de las páginas.
- ❑ Debe existir un contraste suficiente entre el fondo y el primer plano (en el caso de los textos que forman parte del contenido). Este contraste deberá ser positivo (texto oscuro sobre fondo claro), puesto que el uso inverso puede provocar fatiga visual. Una prueba práctica para evaluar la calidad del contraste es ver las páginas en una pantalla monocroma en la que los colores serán convertidos a escala de grises. Siempre es aconsejable comprobar el resultado de la impresión de una página antes de decidir finalmente sobre la elección de los colores.
- ❑ Se recomienda no utilizar más de tres colores diferentes en una página, así como evitar algunas combinaciones de fondo y primer plano (por ejemplo, un párrafo escrito en rojo sobre un fondo azul marino dará como resultado una lectura incómoda y una mala experiencia de usuario).
- ❑ Es conveniente utilizar un color para los enlaces en función de su estado (activo, visitado), respetando las convenciones pertinentes relativas a los códigos de color (por ejemplo, rojo significa "detener" o "peligro", verde "empezar", etc.).



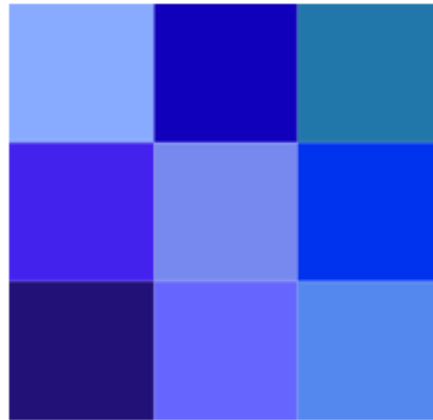
- ❑ Los colores brillantes (como el rojo, por ejemplo) se deben reservar únicamente para atraer y captar la atención.
- ❑ No se recomienda utilizar fondos con textura o motivos en mosaico, puesto que dificultan en gran medida la legibilidad del texto.
- ❑ Para garantizar la accesibilidad no use el color sólo para dar acceso a información, es recomendable proporcionar suficientes contrastes de color y evitar cambios bruscos de brillo así como evitar también elementos parpadeantes o con desplazamiento de textos.

Color del Texto	Color del fondo a evitar	Color del fondo a utilizar
Blanco	Amarillo	Magenta, Rojo, Verde, Azul
Amarillo	Blanco, Cian	Azul, (Rojo), (Magenta)
Cian	Verde, Amarillo	Azul, (Blanco), (Rojo)
Verde	Cian, Azul	Amarillo, Blanco, (Rojo), (Magenta)
Magenta	Rojo	Azul, Blanco, (Cian), (Verde)
Rojo	Magenta, Azul	Blanco, Amarillo, Cian, Verde
Azul	Rojo	Banco, (Amarillo), (Verde)

Color Complementario

Los siguientes comentarios se refieren a la página principal (Portada, Home, Inicio, Index, Introducción...) del sitio web de los Ministerios. Tanto las Secretarías de Estado o Secretarías Generales, como los organismos e instituciones adscritos o dependientes, tienen que considerarlos en trabajos a futuro, aunque sin que en este momento se deba generar costes o promover rediseños basados en estas recomendaciones.

Para todos aquellos diseños gráficos de página web de Ministerios que precisen de un color complementario a los propios de la imagen institucional del propio ministerio, tal como se describe en este mismo manual, se utilizará el conocido como Azul Europa, es decir el color de fondo de la bandera de la Unión Europea. Se puede utilizar este color en sus distintas gamas y tonalidades, de tal forma que, sin abandonar el mismo, se pueda dar al diseño la riqueza y visibilidad que en cada momento se precise.



Todos los fondos de página se harán en blanco. Los textos podrán ir en blanco (sobre fondo de color), negro, rojo, y las tonalidades de gris que se precisen, utilizándose para ello los descritos en la parte de la imagen institucional.

PMS	Modelo de color RGB aprox.			Hexadecimal	Modelo de color CMYK				
	rojo	verde	azul		cian	magenta	amarillo	negro	
Azul	Reflexblue	0	51	153	003399	100%	80%	0%	0%

Azul			
Coordenadas de color			
HTML	0000FF	CMYK (c, m, y, k) ^c	(100, 100, 0, 0)
RGB (r,g,b) ^b	(0, 0, 255)	HSV (h, s, v)	(240°, 100%, 100%)
B) Normalizado con rango [0 – 255] (byte) C) Normalizado con rango [0 – 100] (cien)			

R Recomendado

- ❑ Utilizar el Azul Europa como color complementario a los propios de la Imagen Institucional, en los diseños de la portada de los sitios web de los Ministerios.
- ❑ Para cualquier otro nivel de la Administración General del Estado, se recomienda que, en caso de plantearse un rediseño del material gráfico actualmente vigente, se utilicen estas recomendaciones, de tal forma que se vaya hacia una estandarización de la imagen, y no hacia una divergencia de la misma.

1.2.3 Pictogramas e iconos

Los iconos y pictogramas, deberán ser intuitivos y contar con características de diseño comunes entre ellos.

Los **pictogramas** son dibujos convencionalizados que representan un objeto o concepto de manera simplificada y que contribuyen a la comprensión del contenido. Son independientes de cualquier lengua particular porque no representan palabras sino conceptos.



Ejemplos de pictograma

Algunas disposiciones o recomendaciones propias de servicios públicos electrónicos pueden poseer un pictograma particular.



Ejemplo de pictograma

Los **iconos** son elementos visuales que ayudan al usuario a orientarse y a “moverse” por la interfaz. Pueden ser muy útiles para acceder a determinadas funciones transversales, como el acceso a la “Home” o página de inicio, enlace al buscador, cierres de sesión, etc.



Ejemplos de iconos



Obligatorio Accesibilidad Nivel AA

- Los organismos que han presentado una declaración de conformidad con una cierta norma o recomendación que tiene su propio icono, deberán utilizarlo al pie de sus páginas, como por ejemplo la Declaración de Accesibilidad.

A	AA	AAA
 (png , gif , svg , eps)	 (png , gif , svg , eps)	 (png , gif , svg , eps)
 (png , gif , svg , eps)	 (png , gif , svg , eps)	 (png , gif , svg , eps)



Recomendado

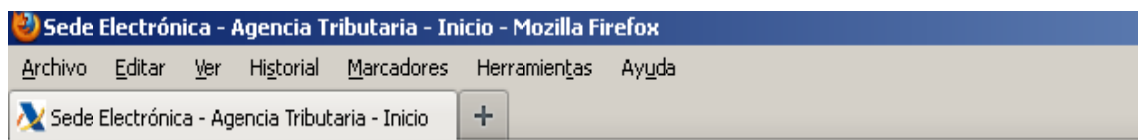
- Cuando el icono o pictograma no sea lo suficientemente intuitivo puede inducir a error, por lo que deberá contar con una etiqueta explícita.
- Los pictogramas e iconos siempre deben incluir la etiqueta ALT con el correspondiente texto alternativo.

1.2.4 Títulos, jerarquía y agrupación de la información

La organización de la información y la jerarquización de los contenidos se basan en los recorridos típicos de consulta de los distintos perfiles de usuario.

Hay que intentar no caer en la redundancia de los contenidos que puede tener el efecto indeseado del abandono de la navegación por parte de los usuarios; en otras palabras, el mismo contenido no debe repetirse en diferentes lugares del Sitio Web. Por el contrario es muy útil multiplicar los puntos de acceso a estos contenidos ofreciendo caminos alternativos.

El título de la página es el título del contenido editorial de la página HTML. En una página HTML, el título es el texto que aparece en la barra de la ventana del navegador.



7.- Ejemplo de título de página

R Recomendado

- ❑ Si se trata de una sede electrónica, se nombrará siguiendo la regla: **<https://sede.xxxxxxx.gob.es>**, donde xxxxxxx se sustituirá por el nombre del ministerio u organismo. (*Real Decreto 1671/2009. Artículo 17.2. "Para facilitar su identificación, las sedes electrónicas seguirán las disposiciones generales que se establezcan para la imagen institucional de la Administración General del Estado y su dirección electrónica incluirá el nombre de dominio de tercer nivel .gob.es"*).
- ❑ Si se trata de organismos muy conocidos por los ciudadanos y siempre que no coincida con la denominación del portal, para nombrar la sede se puede utilizar la denominación del organismo con '.gob.es'. En este caso podría ser: **<https://www.organismo.gob.es>**
- ❑ No obstante, para una mayor normalización siempre se podría redireccionar automáticamente desde una URL a otra, para lo cual habrá que registrar los dos dominios: organismo.gob.es y sede.organismo.gob.es.
- ❑ En cuanto a la utilización de:
 - <https://www.sede.ejemplo.gob.es>
 - <http://www.sede.ejemplo.gob.es>
 - <https://sede.ejemplo.gob.es>

`http://sede.ejemplo.gob.es`
dependerá de la configuración de los servidores.

Se considera conveniente utilizar la palabra “sede”, en primer lugar, para dar una mayor confianza a los ciudadanos, en segundo lugar, para mostrar una imagen más normalizada de las sedes electrónicas y, por último, para que los motores de búsqueda muestren en los primeros lugares las sedes electrónicas al buscar por la palabra ‘sede’, ya que la indexación de las URLs es una de las estrategias que usan los algoritmos de los motores de búsqueda.

R Recomendado

- ❑ Cada página del sitio debe ser identificada con un título descriptivo del contenido de la página, no debiendo superar los treinta caracteres.
- ❑ Es importante que el título de cada página tenga relación con los contenidos mostrados. Se recomienda componer este título con un máximo de seis palabras, y de sesenta caracteres.
- ❑ Los títulos deberán ser lo suficientemente precisos (serán los que queden registrados en los ‘Favoritos’).
- ❑ Cuando mediante un enlace se remita desde una sede a un portal o viceversa, se puede avisar que se sale o entra en la sede, dado que las condiciones son diferentes, abriendo la página en una nueva pestaña o por lo menos indicándolo en el *title* del enlace.
- ❑ Cuando exista una versión del sitio web para dispositivos móviles se usará la misma URL precedida por “m.” (Ejemplo: www.dominio.gob.es sería **m.dominio.gob.es**), redirigiendo a la URL en la que se tenga implementada dicha versión móvil, en el caso de que exista como URL diferenciada de la URL habitual, ya sea “*dominio.mobi*”; “*movil.dominio*”; “*dominio/movil*”; etc.

1.2.5 Agrupación de la información para facilitar su comprensión

Las informaciones de la misma naturaleza deben agruparse, de modo que se facilite el que los elementos heterogéneos se distingan.



Esta clasificación puede ser física (ubicación en la página) o asociada al formato (estilos, colores, etc.). Cuando hay más de tres ítems, el uso de listas con viñetas o listas numeradas permite reagrupar visualmente las informaciones y proporciona al usuario una visión sintética y organizada de las mismas.

R Recomendado

- ❑ Los textos para apoyar la navegación y la comprensión de los contenidos del sitio serán cortos y explícitos. En este caso, un principio básico es la ergonomía, mostrar sólo la información esencial para cubrir el 80% de las necesidades y ofrecer enlaces para más información o el detalle para tratar el 20% restante.
- ❑ Los textos de contenidos (artículos, instrucciones, textos oficiales, etc.) son por definición, más largos. Destacar las informaciones importantes y las palabras clave mediante el uso de los estilos, permite informar rápidamente al usuario sobre la naturaleza de los contenidos de la página.
- ❑ Las contracciones, acrónimos, abreviaturas y los guiones no se deben utilizar en una palabra o frase. Es aconsejable el uso de términos claros, sencillos y sin ambigüedades, tanto como sea posible.
- ❑ Es aconsejable no escribir las líneas de texto en toda la anchura de la pantalla pues puede generar problemas de presentación cuando el usuario cambie el tamaño de la ventana.
- ❑ Para garantizar la accesibilidad se deben utilizar con coherencia la jerarquía de los títulos y las listas; marcar correctamente las comillas; especificar la forma completa de abreviaturas y acrónimos; dar título a todos los cuadros; describir el propósito y la interacción entre los cuadros; organizar las informaciones de tipo similar; proporcionar metadatos (datos que identifican, describen y clasifican cada documento) en las páginas; escribir el contenido de una forma simple, lógica, ordenada e intuitiva y, por último, utilizar un lenguaje sencillo.
- ❑ La ergonomía de las listas respetará los principios siguientes:
 - La presentación de las listas será homogénea en todo el sitio.
 - Las listas serán espaciosas y ligeramente separadas del texto para mejorar la legibilidad.
 - Los elementos de la lista serán coherentes en su redacción y comenzarán con el mismo tipo de palabra (por ejemplo, un infinitivo, imperativo, nombre, etc.).



- Los contenidos comunes para cada ítem se cuentan en la introducción de la lista.
- La separación de los elementos de la lista se puede hacer de dos maneras: sin coma ni punto al final de cada ítem al final o bien, con un punto y coma al final de cada ítem y un punto al final.

1.2.6 La estructura de las páginas.⁴

El Sitio Web podrá organizarse siguiendo una estructura clásica de portal, según aconsejan las mejores prácticas y el uso habitual. El interfaz gráfico de usuario contendrá distintas zonas de funcionalidad bien definidas, que se detallan a continuación. (Ver Apartado 1.1 Sistemas de Navegación).

En aquellos Portales en los que, por la diversidad y volumen de los contenidos y servicios incluidos así se requiera, se distinguirá a efectos de estructura entre una página inicial o lanzadera y las páginas de navegación y resultados.

La página de inicio es la que se corresponde con el dominio principal del portal. Debe diseñarse bajo el criterio de ser el primer punto de contacto del usuario con el portal, por lo que además de contener las informaciones (noticias, novedades) que en cada momento la organización desea trasladar, debe también facilitar de forma ordenada el mayor grado de información tanto sobre la oferta de servicios e información disponibles en la totalidad del portal, como sobre los aspectos de uso del mismo (accesibilidad, guía de navegación, versiones multilingües,...).

⁴ Sobre los contenidos de las páginas ver el fascículo Aspectos de Comunicación de esta Guía de Comunicación Digital.



CABECERA (100% x 15 %)	
ELEMENTO GRÁFICO (75% x 18%)	CAMPAÑAS (25% x 18%)
OFERTA DE SERVICIOS Y CONTENIDOS (75% x *)	NOTICIAS / NOVEDADES (25% x *)
MENÚ COMPLEMENTARIO (100% x 6%)	

Diagrama de estructura página de inicio

Si se trata de una sede electrónica se hará notar claramente en el diseño de la página principal. (Art. 5 RD 1671/2009 1. Las direcciones electrónicas de la Administración General del Estado y de los organismos públicos vinculados o dependientes de la misma que tengan la condición de sedes electrónicas deberán hacerlo constar de forma visible e inequívoca.)



Ejemplo de sede electrónica



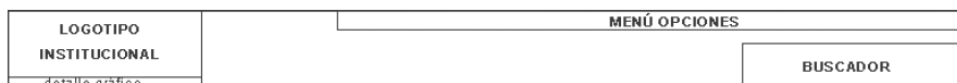
Ejemplo de sede electrónica

La cabecera identifica el portal y la organización a la que pertenece. Incluye la imagen institucional de la Administración General del Estado y el nombre de la organización titular de la web o la denominación del dominio y responde a un diseño gráfico que contribuye a unificar el aspecto de todas las páginas del portal.

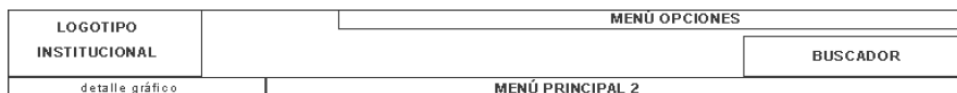
La cabecera de la página de inicio o lanzadera incluirá los siguientes elementos:

- Elementos gráficos identificativos de las banderas europea y española.
- Logotipo de imagen institucional.
- Menú de opción de versiones en lenguas.
- Acceso a buzón de contacto.
- Mapa del web.
- Buscador (en aquellos portales que dispongan del mismo).

Versión 1.



Versión 2.



Estructura de la cabecera página inicio

→ Obligatorio página inicio

- ❑ Cabecera: Imagen institucional (Ver Fascículo 2: Imagen institucional, de esta Guía de Comunicación Digital); Multilingüismo; Contacto; Mapa web; Buscador
- ❑ La identificación de la página en el caso de que sea una sede electrónica en los términos del RD 1671/2009.
- ❑ Mapa web: es la representación gráfica o textual de un Sitio Web. Es una página donde se listan de manera jerárquica las páginas que componen un sitio, generalmente representadas como enlaces que permiten el acceso rápido a las mismas.
- ❑ Información sobre la accesibilidad del portal (ver ANEXO II) e icono de cumplimiento de normativa WAI.

Las páginas de inicio contendrán una zona reservada para la colocación de un elemento gráfico y la denominación del portal.

Habrà una zona reservada para la inserción de banners o iconos enlazados con páginas relativas a un tema de interés temporal o campañas institucionales (pueden ser páginas del propio portal o externas).

La página de inicio también tendrá una zona en la que se incluyan las noticias o novedades más relevantes, como por ejemplo titulares y entradillas de noticias, con vínculos a los documentos correspondientes, listados de documentos relevantes, información sobre novedades o cambios en los contenidos de una sección.

Se recogerá así mismo la oferta de servicios y contenidos en una zona que debe cumplir una función de orientación al usuario, facilitándole información sobre los contenidos que más probablemente sean de su interés. En las páginas de entrada la zona principal de contenidos mostrará al usuario una lista con las opciones de navegación de primer nivel permitiéndole conocer y elegir entre los distintos servicios y contenidos.

También pueden incluir un menú complementario situado al final tanto de las páginas de inicio como de las de navegación, o resultados, en el que aparecerán las siguientes opciones:

- Guía de navegación.
- Aviso legal (ver ANEXO I).



R Recomendado página inicio

- La página de inicio podrá contener:
 - Banners o iconos de informaciones o campañas institucionales.
 - Noticias, novedades
 - Servicios del sitio o sede
 - Aspectos de uso (guía de navegación, versiones multilingües).

Las páginas de navegación o sección son aquellas que, tras la elección por el usuario de una de las opciones ofrecidas en la página de inicio, le presentan las alternativas (subopciones) que tiene disponibles en el entorno de la primera opción. Su estructura suele ser idéntica a la de la página de resultados, que presenta el resultado final buscado por el usuario. A continuación se incluyen los diagramas de estructura de ambos tipos de página.

La cabecera de las páginas de navegación de resultados se diferencian de la anterior exclusivamente en que incluirán un elemento gráfico de connotación con el objeto del portal y la denominación del mismo y que no incluirán el menú de opción de versiones en lenguas.

Versión 1.



Versión 2.



Estructura de la cabecera páginas navegación



La zona de opciones de navegación o resultados (páginas de navegación/resultados), es una zona reservada a la aparición de las sub-opciones de navegación subordinadas a la opción elegida por el usuario en su navegación o a la publicación del documento resultado (fin de la navegación).

El menú principal de contexto (en páginas de navegación/resultados), versión 1 de la figura anterior, es el recurso de navegación principal del portal y estará organizado por niveles, en forma de árbol, según la arquitectura normalizada.

Al pulsar sobre una opción de primer nivel, mostrará un submenú con las opciones de segundo nivel correspondientes a la selección efectuada. Si existen opciones de tercer nivel, se mostrarán al pulsar la opción de segundo nivel que las contenga, y así sucesivamente. Cuando el usuario realice una selección de nivel superior que sirva de entrada un submenú, el navegador mostrará los contenidos correspondientes a la primera de las opciones del submenú, o bien una página de entrada con un resumen o lista de sugerencias del contenido incluido dentro del submenú, si la cantidad o complejidad del mismo lo justifican.

En los casos en que la extensión de los niveles de navegación así lo aconseje, en aras de una mejor usabilidad, el menú pasará a ser de contexto y limitado a las opciones del entorno de navegación elegido por el usuario. En estos casos, el menú principal pasará a ocupar la zona identificada como menú principal 2, versión 2 de las figuras adjuntas.

En aquellos portales en los que resulte técnicamente posible, y así sea valorado desde el punto de vista de la usabilidad, se podrán incluir en la zona de opciones/resultados sub-zonas de noticias/novedades, "hot links" o enlaces de mayor interés.



Imagen Institucional

Contacto | Mapa Web



- Inicio
- Sobre la Imagen
- Documentación
- Descargas
- Normativa



Este Portal es el espacio donde se encuentra organizada toda la información y recursos actualizados de la Imagen Institucional de la Administración General del Estado.

El Portal tiene como eje facilitar el acceso de todos los agentes a los elementos constitutivos de la Imagen, su construcción y utilización en diferentes formatos y soportes.

Como objetivo principal, trata de acercar la Imagen Institucional de forma atractiva, clara y motivadora, clarificada y ayudando. Podrá, desde consultar las normas legislativas y Normativa, hasta descargar imágenes en la Biblioteca.

Podrá consultar el Manual de Imagen pdf, completo y por capítulos, o la Guía de páginas Web. El apartado de Guías Prácticas se ha diseñado como una forma fácil de acercarse a los temas más comunes e importantes.

Lo más destacado

- Gráficos y Logotipos
- Guías Prácticas
- Normativa
- Biblioteca

Sobre la Imagen

- Quiénes Somos
- Consultas Frecuentes

Documentación

- Guías Prácticas
- Manual de Imagen
- Páginas Web

Descargas

- Gráficos y Logotipos
- Material de papelería
- Manual de Imagen en PDF
- Guía Páginas Web
- Imagen Administración Electrónica

Normativa

Enlaces de interés:



Ejemplo de inclusión de zonas de enlaces y opciones

Estructura de página de navegación - resultados

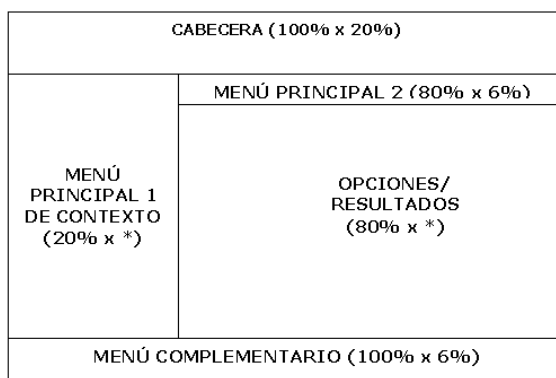


Diagrama de estructura página de navegación



1.3 Consideraciones Técnicas

En estos últimos años han ido apareciendo multitud de dispositivos capaces de acceder a internet y, por tanto, de acceder a los contenidos de la Web. Cada uno cuenta con una resolución e interfaces diferentes de interacción con el usuario y, en general, de capacidades distintas para representar páginas web y de interaccionar con el usuario. El número de estos dispositivos del tipo smartphones, tablets, etc., está creciendo de manera exponencial en estos últimos tiempos. Asociados a cada una de estas plataformas tecnológicas han ido apareciendo también diferentes navegadores.

Hay que diseñar las webs para que soporten distintos navegadores y dispositivos, utilizando lenguajes estándar y hojas de estilo. Si se introducen tecnologías para webs dinámicas hay que tener en cuenta la accesibilidad y la usabilidad.

Las consideraciones más importantes a tener en cuenta residirán en las peculiaridades de los navegadores, las diferentes resoluciones de la pantalla de los dispositivos, los lenguajes, las normas de desarrollo y las tecnologías.

R Recomendado		
<ul style="list-style-type: none">❑ Uso de lenguajes estándar, independientes de los métodos utilizados por la interfaz de usuario para acceder a la información.❑ Diseñar las webs con lenguajes y herramientas de manera que sean lo más independientes posible de los navegadores. Este criterio puede variar en caso de los dispositivos móviles.		

1.3.1 Dispositivos móviles

Aunque las páginas web puedan ser visualizadas desde dispositivos móviles no significa que esa página sea navegable cómodamente desde dicho dispositivo. El concepto de Web Móvil se refiere a una Web en la que el usuario puede acceder a la información desde cualquier lugar, independientemente del tipo de dispositivo que utilice para ello (capacidad, tamaño de la pantalla).

Ver el punto 1.4 OPTIMIZAR LA WEB MÓVIL de este fascículo, el Fascículo de Imagen Institucional y el apartado dedicado a movilidad del Portal de la Administración Electrónica: http://administracionelectronica.gob.es/?_nfpb=true&_pageLabel=P1201518801340016700398&langPae=es

En general se deben desarrollar sitios web específicos para dispositivos móviles con información y con servicios y aplicaciones web específicas. El diseño de un sitio debe contemplar este tipo de plataformas para crear un sitio accesible y usable que se adapte dinámicamente a las necesidades del usuario, a las capacidades del dispositivo y a las condiciones del entorno. Para ello, es necesaria una infraestructura global basada en estándares que permitan la interoperabilidad y aprovechar las capacidades de la movilidad y de la web 2.0.

No siempre es sencillo diseñar un Sitio Web que, además de soportar los navegadores estándares de mercado, sea adecuado para visualizarse en un dispositivo móvil. En algunas ocasiones es mejor, más sencillo y más eficiente hacer una aplicación específica para las plataformas más comunes de dispositivos móviles que intentar adaptar un Sitio Web complejo para ser utilizado en cualquier dispositivo.



Cuando diseñamos para dispositivos móviles debemos tener en cuenta:

- El tamaño de la pantalla.
- Las limitaciones de memoria.
- La ausencia de ratón, y en su lugar un uso intensivo de teclado, o pantallas táctiles.
- La utilización de una red inalámbrica y el coste de la navegación.

Por tanto hay que tener en cuenta las diferencias que hay entre las plataformas y tecnologías más frecuentemente empleadas por los usuarios para acceder a los sitios Web:

- Diferentes sistemas operativos (Android 35,3%, Symbian OS 31%, iOS 16,2%, BlackBerry OS 14,6%, Windows Phone 3,1 %, etc.)
- Diferentes navegadores: Firefox, Chrome, Internet Explorer, Opera, Safari, etc.

- Diferentes resoluciones y tamaño: Pantallas panorámicas, pantallas sobremesa, portátiles, tablet, smartphone, etc.
- Diferentes métodos de interacción e introducción de datos: teclado y ratón, teclado telefónico, teclado en pantalla táctil, etc.

R Recomendado

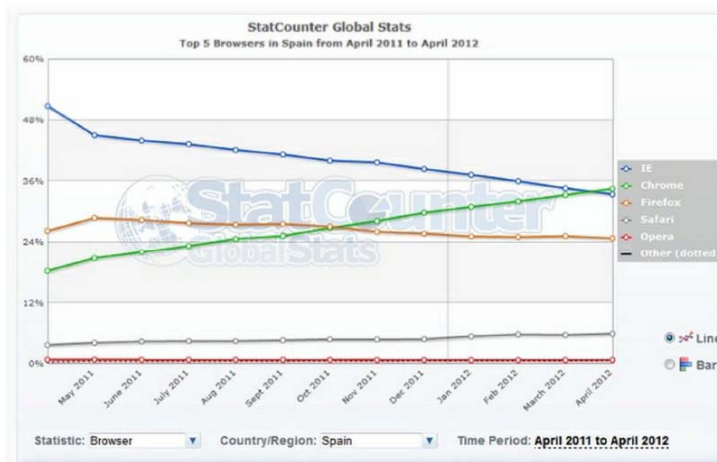
- ❑ Desarrollar sitios web específicos para dispositivos móviles: resolución y tamaño
- ❑ Poner a disposición la versión Web Móvil para los principales sistemas operativos y navegadores

1.3.2 Navegadores

Las páginas deben ser desarrolladas y probadas para una visualización óptima con independencia de la plataforma (Windows, Mac o Linux) y del navegador utilizado.

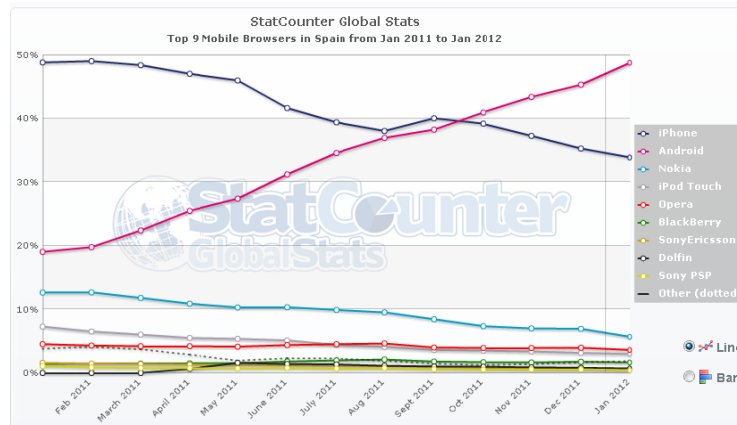
En la actualidad existen muchos navegadores diferentes. Según las estadísticas, los más utilizados por los usuarios son *Internet Explorer*, *Firefox*, *Chrome* y *Safari*, lo cual implica que todas las páginas deberían ser visibles en cualquiera de ellos, así como, en la medida de lo posible, en otros navegadores menos conocidos pero también con un colectivo importante de usuarios.

Esto implica comprobar el correcto funcionamiento de las hojas de estilo (CSS) y del código HTML en general.



Estadística en España durante el último año (Fuente StatCounter)

Penetración en el mercado de diferentes navegadores



Penetración en el mercado español de diferentes navegadores en dispositivos móviles

En el caso de dispositivos móviles, los navegadores son los mismos (Windows Phone / Internet Explorer, Android / Chrome, IOS / Safari como nativos y Firefox compatible en todos ellos), y por ello, la correcta visualización en equipos fijos multiplataforma garantizará la visualización en estos otros dispositivos que soportan los estándares HTML, XHTML, CSS, RSS, JavaScript, etc.

R Recomendado

- ❑ Los sitios deben ser compatibles con los principales navegadores del mercado: Internet Explorer y Mozilla Firefox y estudiar la oportunidad de ser compatibles con otros navegadores del mercado: Safari; Opera; Google Chrome. Optimizar los diseños para estos navegadores en los proyectos que haya planteados para años sucesivos.
- ❑ Asegurar que el contenido fundamental de la portada está o es accesible desde el 30% superior de la pantalla (esto es necesario para aparecer bien en las tablets).
- ❑ Obtener una versión del sitio web para los dispositivos móviles más simplificada y con una interfaz que facilite su visualización
- ❑ Es aconsejable comprobar la correcta visualización de páginas en diferentes navegadores para asegurar el correcto funcionamiento de las hojas de estilo (CSS).
- ❑ Para garantizar la accesibilidad se deben tener en cuenta las recomendaciones sobre la interfaz gráfico de usuario.

- ❑ Los navegadores del tipo de restitución fiel intentan preservar, en la medida de lo posible, las páginas HTML así como los contenidos enriquecidos. Estos navegadores por lo tanto, soportan los estándares XHTML, CSS, RSS, JavaScript, Flash, etc. Los navegadores más avanzados en este campo se reservan para los dispositivos de gama alta como por ejemplo: Chrome y Delphi para Android; Safari para IOS; Safari Mobile de Apple; Opera Mobile de Opera Software; NetFront de Access Systems; Mobile Internet Explorer de Microsoft.
- ❑ Los navegadores con restitución ligera reformatean las páginas del sitio a través de un servidor intermedio responsable de aligerar el contenido original del sitio, entre este tipo de navegadores podemos citar por ejemplo por ejemplo: Opera Mini de Opera Software o Thunderhawk de Bitstream.
- ❑ En cuanto a los navegadores para dispositivos móviles, el nivel de madurez de sector hace difícil hacer recomendaciones. Estos navegadores se distinguen por su capacidad de proporcionar una visualización de páginas lo más parecida posible al formato de la pantalla del ordenador. Se habla en este caso de restitución fiel o en caso de ofrecer una versión simplificada se habla de restitución aligerada.

- **Ventanas múltiples**

En el caso de los sitios dinámicos, las ventanas múltiples (varias ventanas abiertas del mismo sitio simultáneamente) puede conducir a la desincronización entre ventanas y la base de datos. La expiración de la sesión en una de las ventanas, tener en cuenta los datos actualizados en otra ventana, etc., son factores que pueden dar lugar a incoherencias al mostrar las distintas ventanas.

Algunas precauciones básicas pueden mitigar estos desacuerdos:

R Recomendado

- ❑ La multiventana no debe ser impedida por el sitio. La apertura deliberada de múltiples ventanas es un comportamiento normal de los usuarios "avanzados" para obtener una mayor eficiencia y comodidad.

- ❑ Cualquiera que sea la ventana, al hacer clic en "Actualizar" (F5) del navegador, se actualizará la página con los últimos datos almacenados durante la sesión. En el transcurso de una entrada de datos si se requieren los datos de base cuando estos no están ya disponibles o si se lanzan acciones que no son aplicables, se refrescará la página y se dará un mensaje de error explícito (datos no disponibles, etc.). El uso de ventanas tipo "pop-ups" está totalmente desaconsejado pues las opciones de parametrización del navegador pueden bloquear su apertura y por tanto, confundir al usuario.

- **Pestañas múltiples**

Todos los navegadores actuales ofrecen la navegación por pestañas, lo que permite tener varios sitios diferentes o distintas páginas de un mismo sitio abiertas en una misma instancia del navegador.

Esto puede provocar desincronizaciones entre todas ellas, y por ello es recomendable:

 Recomendado		
<ul style="list-style-type: none">❑ Que el sitio permita tener abiertas varias de sus páginas.❑ Que sea capaz de garantizar la sincronía entre ellas, actualizándose con los datos más recientes.		

Los casos son totalmente análogos a los de ventanas múltiples.

- **Funciones "anterior" y "siguiente"**

Las funciones "anterior" y "siguiente" del navegador pueden tener un comportamiento distinto de un navegador a otro, y deben ser reservadas para uso privado de refuerzo.

Los sitios que ofrecen contenidos que requieren recorridos de navegación complejos (especialmente los sitios que ofrecen contenidos dinámicos) proporcionarán un sistema de navegación específico para navegar entre varias secuencias de páginas. Los botones "anterior" y "siguiente" del navegador deben estar siempre disponibles, es decir, que el usuario pueda volver atrás en cualquier momento, salvo en el caso de determinados procedimientos en línea en los que la cumplimentación de los formularios podría ser interrumpida por el uso de estos botones.

R Recomendado

- ❑ Para garantizar la accesibilidad no se refrescarán las páginas automáticamente y se informará de la apertura de nuevas ventanas.
- ❑ Como complemento de la navegación por el sitio, los usuarios utilizan las características del navegador para el control de la interfaz: Botón "página anterior" (volver) para volver; Apertura de nuevas ventanas del navegador (Ctrl + N), etc.

• Frames (marcos)

Uno de los principios de la Web es que cada página está representada por una única dirección URL.

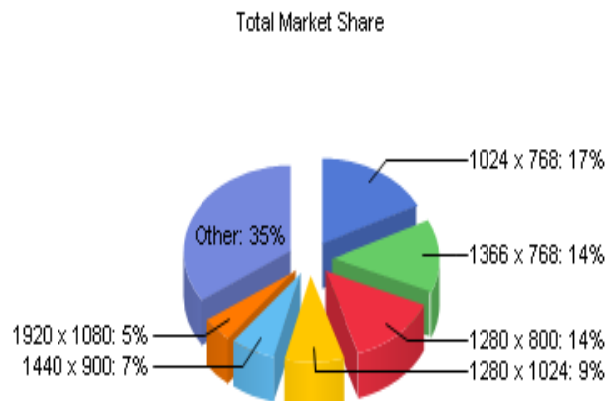
En el caso de las páginas que contienen frames (marcos), esta regla se rompe, haciendo que la comprensión de la estructura del sitio sea más compleja. Además, los frames dificultan la indexación de páginas por los motores de búsqueda, hacen más compleja la impresión de documentos, complican la grabación de favoritos, etc.

R Recomendado

- ❑ La recomendación más habitual es no usar marcos (frames).

1.3.3 Resolución de Pantalla

Otro problema tecnológico al que se enfrenta el diseñador web viene dado por las distintas resoluciones de pantalla, existiendo en la actualidad multitud de resoluciones diferentes. Las últimas estadísticas reportan los datos que se muestran a continuación:



Porcentaje de resoluciones de pantalla (fuente: <http://www.netmarketshare.com>, enero, 2012)

La aparición de monitores cada vez más potentes y de mayores dimensiones hace que cada vez se tienda a visualizar los contenidos en resoluciones más altas, incrementándose el uso de resoluciones panorámicas frente a las estándar.

Por ello, será necesario comprobar la visibilidad directa sin tener que usar desplazamiento horizontal para acceder a la información más importante, que ésta sea totalmente legible y que no se vea diezmada la estética de la página, títulos, fotos, vídeos, etc.

Los datos demuestran que la resolución predominante sigue siendo 1024x768 y por ello será necesario cuadrar las páginas a la misma, haciendo que no sea necesario el uso de "scroll", debiendo asegurar también que sea posible el redimensionamiento y que los sistemas de navegación no se vean perturbados por el cambio.

La barra de desplazamiento horizontal debe evitarse sistemáticamente. Sin embargo, la barra de desplazamiento vertical podrá utilizarse en caso necesario y a ser posible sin superar en tres veces la altura de la pantalla.

Para garantizar la accesibilidad, será conveniente además utilizar unidades relativas para la presentación.

Por último y de forma similar al caso de los navegadores, se tendrá en cuenta el acceso por medio de dispositivos móviles y la posibilidad que ofrecen de mostrar la información horizontal o verticalmente, así como poder cambiar entre ellas en todo momento. Por ello nuestro diseño debe ser *fluido*, es decir que se adapte a cualquier resolución, por lo que deberemos usar porcentajes en lugar de dimensiones fijas.

También debemos considerar que, a diferencia de una pantalla de sobremesa, la pantalla de un móvil tiende a ser más alargada, por lo que el “layout” de la página debe adaptarse a este hecho. En lugar de disponer los elementos horizontalmente se recomienda hacerlo verticalmente.



Ejemplos de layout

R Recomendado

- ❑ Las páginas deberán estar optimizadas para su visualización sin usar la barra de desplazamiento horizontal en resolución de 1024 × 768. La escalabilidad de una página web se refiere a su capacidad de adaptar los contenidos en función del tamaño de la ventana del navegador. Es útil permitir la escalabilidad de las páginas entre 800 × 600 y 1248 × 1024, para adaptar la presentación de las páginas en el caso de redimensionamiento de estas. Cuando se adopte esta opción total o parcialmente, debe asegurarse que los sistemas de navegación no se vean perturbados por el cambio de tamaño de la ventana.
- ❑ La escalabilidad no se recomienda para los sitios en que los regímenes de navegación ocupen un área grande y sitios cuyo contenido informativo sea complejo ya que la jerarquía de la información podría resultar dañada. La barra de desplazamiento horizontal debe evitarse sistemáticamente, sin embargo la barra de desplazamiento vertical podrá utilizarse en caso necesario (hasta tres veces la altura de la pantalla).
- ❑ Para garantizar la accesibilidad utilizar unidades relativas para la presentación.

El porcentaje de usuarios de grandes pantallas de alta resolución (1600 × 1200 hasta 2048 × 1536) está aumentando constantemente. Como la presentación en pantalla de los sitios que puede variar significativamente dependiendo de las características técnicas de dichas pantallas, es recomendable comprobar para altas resoluciones los siguientes criterios:

R Recomendado

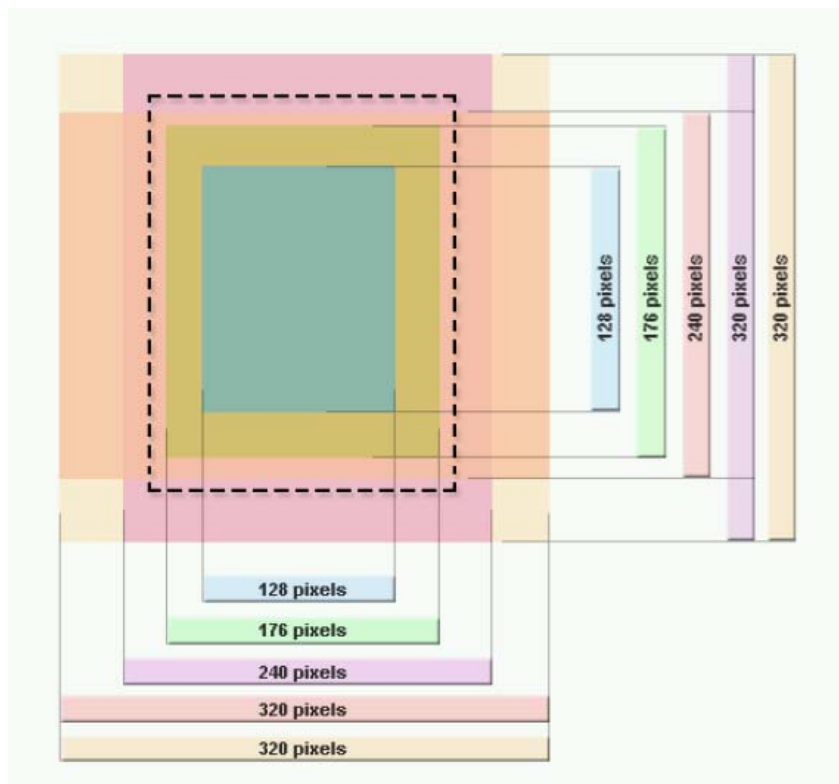
- ❑ Visibilidad directa: la información esencial debe verse de una vez sin tener que utilizar la barra de desplazamiento vertical.
- ❑ Legibilidad: la información debe resultar legible ante cambios de ancho de columnas en función de la resolución.
- ❑ La estética de la página cuando muestra todos sus elementos (títulos, fotos, etc.) debe ser buena para los distintos tamaños de pantalla. La alineación del conjunto debe conservarse y los sucesivos redimensionamientos de la ventana del navegador deben restituir convenientemente la disposición de las páginas.
- ❑ Para sitios en los que está demostrado que necesitan presentar sus páginas en pantallas de muy alta resolución, es aconsejable adoptar una estructura extensible en la que el tamaño de las páginas se ajuste a la anchura de la pantalla. Sea cual sea la resolución de la pantalla o tamaño de la ventana, el contenido de las páginas ocupará convenientemente el espacio disponible.

• Resoluciones para los dispositivos móviles

Para las web sobre dispositivos móviles, la variedad de tamaños de interfaz junto con las características propias de los dispositivos complica la problemática de presentación en pantalla.

La gama de posibles resoluciones se extiende desde 128 a 640 píxeles, o superiores en algunos dispositivos de gama alta, y, además, algunos terminales ofrecen la posibilidad de mostrar el contenido verticalmente u horizontalmente. Hay que tener en cuenta también la presencia o no, dependiendo de los aparatos, de herramientas de navegación diversas (teclado, ratón, lápiz óptico, pantalla táctil, etc.)

Si un sitio ofrece algunas páginas dedicadas específicamente a dispositivos móviles, es aconsejable optimizar las páginas para una resolución de 200 × 250 píxeles.



1.- Gama de resoluciones disponibles en dispositivos móviles

1.3.4 Lenguajes y Normas de Desarrollo

En este apartado vamos a enumerar los lenguajes de programación más utilizados y recomendados para el desarrollo web de los sitios de la Administración General del Estado, basando nuestras recomendaciones en las que describe el W3C con el fin de garantizar la accesibilidad web.

Las tecnologías más utilizadas para crear sitios web son:

- ❑ **HTML (HyperText Markup Language):** Se ha convertido en el estándar web. Los navegadores son los encargados de leer este lenguaje y traducir los elementos que representan, mostrándolos directamente en pantalla. Su funcionamiento se basa en el uso de etiquetas o códigos, que permiten dotar de unas determinadas características y propiedades a los textos y elementos que engloban. La versión actual recomendada es HTML 5 siempre que no se incumpla la normativa de accesibilidad.



- También se debe evitar el uso de un editor HTML automático y prohibir el uso de las etiquetas propietarias de los navegadores. Para el desarrollo de páginas específicamente dedicadas a los dispositivos móviles, el lenguaje a utilizar será el XHTML Mobile Profile, (especialización del lenguaje XHTML diseñado para incorporar elementos del contexto de uso de dispositivos móviles) y XHTML Basic.

Ventajas	Inconvenientes
<ul style="list-style-type: none"> • Sencillo que permite describir hipertexto. • Texto presentado de forma estructurada y agradable. • No necesita de grandes conocimientos cuando se cuenta con un editor de páginas web o WYSIWYG. • Archivos pequeños. • Despliegue rápido. • Lenguaje de fácil aprendizaje. • Lo admiten todos los exploradores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lenguaje estático. • La interpretación de cada navegador puede ser diferente. • Guarda muchas etiquetas que pueden convertirse en “basura” y dificultan la corrección. • El diseño es más lento. • Las etiquetas son muy limitadas.

- **XML, versión 2 (Extensible Markup Language):** Se trata de un 'metalenguaje' (lenguaje de lenguajes) más flexible que dota a las páginas de una mayor funcionalidad. XML se utiliza para definir la estructura del documento y describir otros lenguajes, es decir, se pueden crear “sublenguajes”, como el XHTML (un documento HTML adaptado a la estructura XML) o el RSS (Lenguaje basado en etiquetas utilizado junto con HTML dando lugar a XHTML).

Ventajas	Inconvenientes
<ul style="list-style-type: none"> • Las etiquetas empleadas no son fijas (se fijan en el DTD ó en el XMLschema). • Separa completamente contenido y presentación, por lo que se hace más sencillo modificar las páginas. • Su sintaxis es formal y precisa, por lo que es más homogéneamente interpretada por los diferentes navegadores. • Resulta muy útil para el intercambio de información entre aplicaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se ha de definir previamente el DTD ó el XMLschema para poder llevar a cabo la validación del XML contra él.



❑ **CSS (Cascading Style Sheets):** Para la creación de hojas de estilo capaces de proporcionar fuentes, colores, etc., al diseño del Sitio Web. Se utilizan para garantizar la coherencia en el estilo y mantener la uniformidad gráfica y funcional entre las páginas de un sitio. Esto se aplica también al desarrollo de páginas para los dispositivos móviles. Un promedio de 100 KB por página (con exclusión de la portada) es actualmente un estándar para el “peso” o tamaño de las mismas (HTML, JavaScript, CSS, imágenes y texto). Se debe lograr un equilibrio entre la presentación y el peso, tendiendo a favorecer la hoja de estilos en detrimento de las etiquetas, manteniendo la legibilidad y comprensión de los contenidos.

❑ Para garantizar la accesibilidad:

- Reemplazar los elementos que no sean de texto con estilos CSS.
- Crear páginas válidas.
- Favorecer el uso de hojas de estilo para la presentación frente al uso de etiquetas.
- Mantener la legibilidad y la comprensión de los contenidos cuando los estilos están desactivados.

❑ **JSP (Java Server Pages):** Tecnología que permite incluir código Java en páginas web. El denominado contenedor JSP (que sería un componente del servidor web) es el encargado de tomar la página, sustituir el código Java que contiene por el resultado de su ejecución, y enviarla al cliente. Así, se pueden diseñar fácilmente páginas con partes fijas y partes variables. El código JSP puede ser incrustado en código HTML. Para su funcionamiento se necesita tener instalado un servidor Tomcat o algún otro que proporcione soporte Java.

Ventajas	Inconvenientes
<ul style="list-style-type: none"> ● Ejecución rápida del servlets. ● Crear páginas del lado del servidor. ● Multiplataforma. ● Código bien estructurado. ● Integridad con los módulos de Java. ● La parte dinámica está escrita en Java. ● Permite la utilización de servlets ● Código separado de la lógica del programa. ● Las páginas son compiladas en la primera petición. ● Permite separar la parte dinámica de la estática en las páginas web. ● Código: se puede incrustar código “Java”. ● Directivas: permite controlar parámetros del servlet. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Complejidad de aprendizaje.



Ventajas	Inconvenientes
<ul style="list-style-type: none"> Acciones: permite alterar el flujo normal de ejecución de una página. 	

- PHP Hypertext Pre-processor:** Es un lenguaje de programación interpretado, diseñado originalmente para la creación de páginas web dinámicas. Es usado principalmente en interpretación del lado del servidor (“server-side scripting”) pero actualmente puede ser utilizado desde una interfaz de línea de comandos o en la creación de otros tipos de programas incluyendo aplicaciones con interfaz gráfica usando las bibliotecas Qt o GTK+, por ejemplo. Para su funcionamiento necesita tener instalado Apache o IIS con las librerías de PHP.

Ventajas	Inconvenientes
<ul style="list-style-type: none"> Muy fácil de aprender. Se caracteriza por ser un lenguaje muy rápido. Soporta en cierta medida la orientación a objeto. Clases y herencia. Es un lenguaje multiplataforma: Linux, Windows, entre otros. Capacidad de conexión con la mayoría de los manejadores de base de datos: MySQL, PostgreSQL, Oracle, MS SQL Server, entre otras. Capacidad de expandir su potencial utilizando módulos. Posee documentación en su página oficial la cual incluye descripción y ejemplos de cada una de sus funciones. Es libre, por lo que se presenta como una alternativa de fácil acceso para todos y cumple con el principio de neutralidad tecnológica y de adaptabilidad de la ley 11. Incluye gran cantidad de funciones. No requiere definición de tipos de variables ni manejo detallado del bajo nivel. 	<ul style="list-style-type: none"> Se necesita instalar un servidor web. Todo el trabajo lo realiza el servidor y no delega al cliente. Por tanto puede ser más ineficiente a medida que las solicitudes aumenten de número. La legibilidad del código puede verse afectada al mezclar sentencias HTML y PHP. La programación orientada a objetos es aún muy deficiente para aplicaciones grandes. Dificulta la modularización. Dificulta la organización por capas de la aplicación.

- **JavaScript:** Se utiliza principalmente para crear páginas web dinámicas que incorporan efectos (como texto que aparece y desaparece, animaciones, acciones que se activan al pulsar botones y ventanas con mensajes de aviso al usuario, etc.). El problema de JavaScript reside en que una gran mayoría de los usuarios suelen tener desactivada esta opción y, por ello, no es conveniente hacer uso de esta tecnología en exceso y no hacer depender la visualización de la información de interés en la ejecución de los mismos. Si finalmente hay que desarrollar en javascript se debe hacer no intrusivo y accesible.

Ventajas	Inconvenientes
<ul style="list-style-type: none">• Lenguaje de scripting seguro y fiable.• Los script tienen capacidades limitadas, por razones de seguridad.• El código JavaScript se ejecuta en el cliente.	<ul style="list-style-type: none">• Código visible por cualquier usuario.• El código debe descargarse completamente.• Puede poner en riesgo la seguridad del sitio, con el actual problema llamado XSS (significa en inglés Cross Site Scripting renombrado a XSS por su similitud con las hojas de estilo CSS).

Además, existen lenguajes de programación más complejos y, por ende, más potentes también usuales para el desarrollo de sitios, destacan:

- ASP: no necesita ser compilado para ejecutarse. Existen varios lenguajes que se pueden utilizar para crear páginas ASP. Los más utilizados son VBScript, Perl and JScript.
- ASP.NET: es la evolución de ASP, siendo creado para aliviar las limitaciones de ASP.
- PYTHON: lenguaje sencillo considerado multiparadigma ya que admite todo tipo de estilos de programación.
- RUBY: lenguaje multiparadigma basado en Python y Perl.
- Otras tecnologías como Ajax, Java, Flash, Flex, RSS o Atom entre otros.

Para obtener más información acerca de estas tecnologías y lenguajes, consultar el Anexo II de este documento.

1.3.5 Scripts, plugins y applets

Los Scripts en internet se pueden clasificar en guiones del lado del cliente y del lado del servidor. Los del lado del servidor ya han sido explicados en párrafos anteriores (JSP, ASP, PHP, CGI, etc.)

Los Scripts del lado del cliente (fundamentalmente JavaScript, VBScript) deben incluir el tag <script>, incluyendo el atributo type con el tipo MIME, en el código HTML. Tienen como objetivo, por lo general, comunicarse con el servidor Web de manera asíncrona, en el sentido de que los datos adicionales se solicitan al servidor y se cargan en segundo plano sin interferir con la visualización ni el comportamiento de la página.

Los Scripts del lado del cliente se ejecutan en el cliente, es decir, en el navegador de los usuarios mientras se mantiene la comunicación asíncrona con el servidor en segundo plano. De esta forma es posible realizar cambios sobre las páginas sin necesidad de recargarlas, lo que significa aumentar la interactividad, velocidad y usabilidad en las aplicaciones.

Suelen producir problemas de accesibilidad de los sitios Web y dificultades en la portabilidad debido a las diferentes implementaciones, pudiendo incluso llegar a no estar suficientemente soportados por algunos navegadores.

- Los **“plugins”** son programas que hay que instalar junto al navegador para poder visualizar contenidos determinados. Los más extendidos son Flash Player (SWF Flash), Acrobat Reader (PDF), QuickTime, Windows Media Player y Real Player (audio y vídeo).
- Un **“applet”** es un componente de una aplicación que se ejecuta en el contexto de un navegador web. El applet debe ejecutarse en un contenedor, que lo proporciona un programa anfitrión, mediante un plugin, o en aplicaciones como teléfonos móviles que soportan el modelo de programación por applets.
- Un **“Java applet”** es un código JAVA que carece de un método main, por eso se utiliza principalmente para el trabajo de páginas web, ya que es un pequeño programa que es utilizado en una página HTML y representado por una pequeña pantalla gráfica dentro de ésta.

De igual forma los Applets que el resto de los plugin, necesitan contar con la máquina de Java arrancada previamente para su ejecución.

El uso de plugins puede causar problemas de accesibilidad y compatibilidad (ausencia del plugin en el sistema del usuario, tiempo de descarga de datos y de los plugin). Entre los plugins más frecuentes están:



- Acrobat Reader (Adobe): permite ver e imprimir documentos PDF (Adobe Portable Document Format).
- Flash Player (Adobe): permite ver las animaciones vectoriales interactivas, vídeos de la mayoría de los principales sistemas operativos, navegadores, teléfonos móviles y otros dispositivos.
- Java (Sun): utilizado para desarrollar aplicaciones llamadas "applets", escritas en el lenguaje de programación Java.
- QuickTime (Apple): puede ver vídeos, bandas sonoras, imágenes virtuales, gráficos y otros archivos gráficos. El uso de este plugin tiende a disminuir.
- Windows Media Player (Microsoft): puede reproducir archivos de vídeo y audio en Internet en tiempo real.
- RealPlayer (Real Networks): le permite reproducir archivos de RealAudio y RealVideo en Internet en tiempo real. El uso de este plugin tiende a disminuir.

R Recomendado

- ❑ Hay que utilizar los plugins sólo cuando ofrecen un valor real añadido.
- ❑ Si se recurre al uso de un plugin es esencial proporcionar información clara sobre cómo descargar e instalarlo. Por ejemplo: "si usted no tiene Acrobat Reader para leer archivos en Formato PDF, puede descargarlo haciendo clic en el icono...". Se aconseja no recurrir a versiones de plugins que hayan aparecido en el último año.

Algunos de los navegadores que emplean las personas discapacitadas no son capaces de interpretar el código de script (JavaScript) o algunos elementos multimedia como applets programados en Java u objetos realizados con Macromedia Flash que requieren de un plugin. Además, aún en el caso de que pudiesen interpretarlos, sería muy difícil proporcionar una representación alternativa (por ejemplo, una representación textual para una animación de un applet).

Por regla general, el HTML Dinámico (DHTML) no funcionará con un navegador no visual y no será accesible. Cualquier efecto que se base en mostrar u ocultar capas como respuesta a un evento del ratón, como por ejemplo, menús desplegables o información adicional al pasar el ratón por encima de un elemento, no será accesible y es necesario proporcionar una alternativa.

La solución más adecuada es lograr que una página web funcione correctamente sin necesidad de tener que ejecutar el código JavaScript. Esta técnica se conoce como “JavaScript no molesto”.

<http://accesibilidadweb.dlsi.ua.es/?menu=guiabreve-7> Mashups

Los “mashups” son aplicaciones Web híbridadas, un punto de conexión entre aplicaciones Web diferentes que permite extraer lo mejor de cada una e implementarlo en una nueva aplicación. Constituyen una herramienta que ayuda a las compañías y a sus empleados a mezclar y unificar mejor la información.

Imaginemos, por ejemplo, la fusión de la herramienta de mapas Google maps y de la lectura de feeds de la página del Ministerio de Medio Ambiente donde podemos conocer los niveles de agua de los embalses españoles, la fusión de ambas me daría como resultado las marcas leídas presentadas sobre el mapa.



Recomendado

- Fijar el objetivo del "mashup" para centrar los esfuerzos en las herramientas a utilizar y los contenidos a utilizar.
- Utilizar herramientas para generación de "mashups" .

1.4 Optimizar la Web Móvil

Según las estimaciones de Gartner, en 2013 los teléfonos móviles superarán a los PC como dispositivos de acceso a la Web. Hay además otros tipos de dispositivos tales como consolas de juegos, televisores con acceso a Internet, navegadores en automóviles y otros. Se calcula que 150 millones de personas en el mundo desarrollado tienen un dispositivo móvil como método secundario de acceso a la red mientras están fuera de casa. Por estas razones hay cada vez más organizaciones que desarrollan una versión de su web específica para móviles y las Administraciones Públicas van uniéndose a esta estrategia que hace realidad el 24x7 en cualquier lugar.



La novedad de los dispositivos móviles hace que tengan ciertas características no estándar con las que hay que lidiar, por ejemplo tienen una amplia variedad de tamaños de pantalla y métodos de entrada que van desde los teclados QWERTY, las pantallas táctiles hasta los tradicionales teclados numéricos. La duración de la batería también es un hándicap: aunque desarrollemos una aplicación muy buena si consume mucha batería, los usuarios la abandonarán.

Algunos dispositivos de última generación incorporan navegadores completos como Opera o Safari, pero otros de gama más baja que no tienen su propio sistema operativo pueden ejecutar aplicaciones Java que pueden usar Opera Mini (cliente ligero con un sistema basado en proxy que comprime las páginas hasta un 10% de su tamaño original antes de ser enviado a la unidad portátil para su presentación).

Así pues desarrollar un único sitio multinavegador para cualquier dispositivo sería lo ideal, aunque no siempre es posible. Los sitios web deben ser capaces de servir a las necesidades de los usuarios móviles y de sobremesa.

Hay una serie de buenas prácticas a tener en cuenta, independientemente de las estrategias que elijamos:

R Recomendado		
<input type="checkbox"/> Combinar tantos scripts como sea posible en un archivo, lo mismo para las hojas de estilo y reduzca las peticiones a través de la red		
<input type="checkbox"/> Utilizar URIs de datos para las imágenes y las imágenes de fondo de CSS. Esto proporciona una manera de incluir en línea de datos dentro de las páginas web, aunque el tamaño del archivo sea mayor es a menudo mejor que tener que esperar a la red para descargar el archivo de imagen externa.		
<input type="checkbox"/> Usar gráficos vectoriales escalables para las imágenes, las imágenes se describen matemáticamente para el navegador que los dibuja mediante marcas en lugar de traer una imagen de mapa de bits, lo cual facilita el zoom y las imágenes no se pixelan.		
<input type="checkbox"/> Poner los elementos de script lo más abajo posible del código fuente. Los navegadores hacen una pausa durante la descarga de los elementos de script que figuran en los archivos HTML. Así el usuario puede leer el texto mientras espera que se carguen contenidos de tipo interactivo.		
<input type="checkbox"/> Declarar las dimensiones de las imágenes en el código HTML, el navegador se descargará el contenido textual primero y dejará el espacio correcto para las imágenes que se descargarán después. Esto permite también ahorrar batería pues de no hacerlo, implicaría el redibujado de la pantalla lo cual utiliza una gran cantidad de ciclos de procesador.		



- ❑ Familiarizarse con HTML5 que facilitará mucho el desarrollo para cualquier dispositivo.
- ❑ Realizar pruebas exhaustivas con los diferentes dispositivos y navegadores y utilice todas las facilidades de depuración que ofrecen los productos.

Hay tres estrategias diferentes para hacer que sus sitios web funcionen en todos los dispositivos que, en general, vamos a denominar móviles aunque sean de distintas características, como se ha mencionado anteriormente. Estas estrategias no son mutuamente excluyentes y se puede mezclar y combinar adaptándola a su caso y a su presupuesto.

1.4.1 Estrategia 1: No hacer un sitio especial para dispositivo móvil

La generación actual de navegadores de móviles avanzados reorganizan el contenido automáticamente. A petición del usuario muestran panorámicas, zoom, reformatean una página en una sola columna, eliminar imágenes, y mucho más.

Se puede hacer un buen diseño que sirva para una amplia gama de dispositivos y tamaños de pantalla. Esto será positivo para los usuarios de ordenadores de escritorio.

Hay bastantes paralelismos en buenas prácticas para la accesibilidad y para la navegación en dispositivos móviles de usuarios que desconectan las imágenes por rapidez o por coste, si tienen una tarificación por megabyte. Textos alternativos para imágenes (si no se descargan imágenes) que los colores no impliquen información (terminales sin color o sin fuentes especiales) y buen contraste entre el primer plano y el fondo, son cuestiones que benefician a ambos objetivos.

Otras buenas prácticas del desarrollo web para terminales de escritorio tienen efectos positivos para el desarrollo web para multi-navegador. Sprites CSS, por ejemplo, evitan la necesidad de activar la precarga de las imágenes de fondo como solución para evitar el parpadeo mientras que se cargan las imágenes. En el mundo móvil, las solicitudes a través de la red tardan un tiempo imprevisiblemente largo, así que los sprites CSS permite reducir el número de peticiones HTTP y por lo tanto hacer que la interacción sea más rápida y de una mejor respuesta.

Si se tienen imágenes de fondo sobre algún elemento, es posible utilizar la propiedad 'background-size' que reduce la imagen de fondo o la expande hasta llenar su contenedor.

1.4.2 Estrategia 2: Hacer un sitio especial para dispositivo móvil

Para web con gestor de contenidos puede ser la opción más rápida, pero no siempre es la mejor opción a largo plazo: el resultado es que habrá dos sitios para probar y mantener.

En general los sitios web móviles se denominan *m.sitioweb.com* y suelen tener la misma estructura que el sitio web 'completo'. Esto se consigue fácilmente con un gestor de contenidos.

Se necesitará implementar un seguimiento en el sitio web completo para que detecte las peticiones de acceso provenientes de dispositivos móviles y desviarlas a la versión web móvil. Hay varias formas de resolver esto técnicamente.

Es conveniente proporcionar un acceso a la web tradicional desde la web móvil, para posibilitar el acceso a la información no mapeada en la versión móvil o bien por un mayor reconocimiento del usuario del contenido y la distribución de la versión web tradicional.

Se recomienda estandarizar la programación utilizando plantillas, hojas de estilo y metatags.

1.4.3 Estrategia 3: Construir un sitio móvil con contenido adaptable a los dispositivos

El sitio pone a prueba las características del dispositivo en lugar de tener que detectar los navegadores usando CSS Media Queries. Una alternativa es reformatear el diseño con *simple Media Queries* que pasa de 3 a 2 ó 1 columnas en función del ancho de la pantalla y cambia la fuente.

1.5 Acceso con Autenticación

Es común encontrar sitios en los que sea necesario identificarse como usuario para poder acceder a ciertos servicios o a información con un calado más especial.

Los accesos más comunes dentro de los sitios de la Administración General del Estado se realizarán por medio de **DNle**, **certificado digital** o **usuario y contraseña**.



R Recomendado

- ❑ Para cualquier modalidad que se utilice para identificarse será necesario habilitar un área en la que se muestren estas opciones para que sea el usuario el que elija entre todas ellas.
- ❑ En el caso de hacerlo vía usuario y contraseña, será necesario habilitar los dos campos para rellenarlos, estando el de la contraseña oculto por caracteres como el asterisco (*) y completar el área con un botón para permitir el acceso y otro para poder recuperar la contraseña en caso de haberla olvidado.
- ❑ En el caso del DNI electrónico, será necesario contar con un dispositivo capaz de su lectura y, de igual forma, para el acceso vía certificado digital será necesario tenerlo instalado en el navegador y ser propietario de la clave privada.



Obligatorio

- ❑ Se realizarán a través de sedes electrónicas todas las actuaciones, procedimientos y servicios que requieran la autenticación de la Administración Pública o de los ciudadanos por medios electrónicos.(Artículo 4.1 RD 1671/2009).
- ❑ La autenticación se entiende en el sentido del Artículo 13 de la LAECSP, es decir, mediante DNI electrónico, firma electrónica avanzada o utilización de claves concertadas.

1.5.1 Continuidad del modo visitante al modo autenticado

En caso de existir la entrada en modo visitante, se informará al usuario de los servicios ofertados, así como de las diferencias existentes con el modo autenticado.

Se podrá pasar del modo visitante al autenticado guardando los datos sobre sistemas de navegación, aspectos gráficos, etc.

Estará presente de un modo claro el lugar desde el cual se puede realizar el acceso de forma autenticada.

1.5.2 Desconexión o Cierre de Sesión

Deberá mostrarse, en relación con la entrada al sistema por autenticación, el cierre de sesión o desconexión de la misma. Además, cuando el usuario cierre el navegador, automáticamente lo hará la sesión que estaba en curso, siendo necesario identificarse de nuevo la próxima vez que desee entrar a alguno de los servicios.

En el caso de periodos de inactividad prolongados (Time Out), la sesión se desconectará automáticamente (previo anuncio al usuario con el tiempo restante antes de producirse el cierre) y se cargará la página de inicio. De no obtenerse respuesta a este anuncio en los 30 segundos siguientes, se procederá a cerrar la sesión de la misma manera a como se haría si se cerrase el navegador. En este caso se deberá de guardar el último estado en el que se encontraba el usuario para poderlo recuperar más tarde si fuese necesario.

La opción de cierre o desconexión debe estar siempre visible. En caso de utilizarla, se pedirá al usuario una confirmación para asegurarse de si realmente desea salir antes de cerrar la conexión. En caso afirmativo, se cerrará.

R Recomendado

- ❑ Acceso en modo visitante: se informará al usuario de los servicios ofertados, así como de las diferencias existentes con el modo autenticado.
- ❑ Acceso en modo autenticado:
 - Estará presente de un modo claro el lugar desde el cual se puede realizar el acceso de forma autenticada.
 - Deberá mostrarse el cierre de sesión o desconexión de la misma. Cuando el usuario cierre el navegador, automáticamente lo hará la sesión que estaba en curso, siendo necesario identificarse de nuevo la próxima vez que desee entrar a alguno de los servicios.
 - Periodos de inactividad prolongados (Time Out): la sesión se desconectará automáticamente (previo anuncio al usuario con el tiempo restante antes de producirse el cierre). De no obtenerse respuesta a este anuncio en los 30 segundos siguientes, se procederá a cerrar la sesión de la misma manera a como se haría si se cerrase el navegador y se cargará la página de inicio. En este caso se deberá guardar el último estado en el que se encontraba el usuario para poderlo recuperar más tarde si fuese necesario.



- La opción de cierre o desconexión debe estar siempre visible. En caso de utilizarla, se pedirá al usuario una confirmación para asegurarse de si realmente desea salir antes de cerrar la conexión. En caso afirmativo, se cerrará.
- Se podrá pasar del modo visitante al autenticado guardando los datos sobre sistemas de navegación, aspectos gráficos, etc.

1.5.3 Tratamiento de Datos Personales

El tratamiento de los datos personales de los usuarios deberá realizarse conforme a las disposiciones de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal (LOPD), su reglamento de desarrollo RD 1720/2007 y resto de normativa aplicable a la actividad de que se trate, que justifique el tratamiento de datos personales.

Una obligación esencial que las Administraciones deben cumplir es el deber de información a que se refiere el artículo 5 de la LOPD. A tales efectos, cualquier formulario a través del cual obtengamos datos de los usuarios deberá contener una cláusula informativa que cumpla con dicho artículo. No deberán recabarse datos personales si no se cumple con esta obligación.

En función de los datos que trate nuestro aplicativo, deberá crearse un fichero de datos personales mediante la previa publicación en el Boletín Oficial del Estado o Diario oficial correspondiente de una disposición general en la que se identifique y defina la finalidad y características de dicho fichero. Hecho lo anterior, deberá notificarse la creación de los ficheros correspondiente a la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD).

Cada Administración deberá administrar los ficheros de datos personales con que cuente en razón de sus competencias, funciones y actividades, para lo cual siempre deberán contar con acceso a la siguiente información:

- **Tipo de Administración**, permite definir valores como Administración Central, Autonómica, Local u Otras Personas Jurídico Públicas.
- **Comunidad Autónoma**, si aplica, nombre de la Comunidad.
- **Encuadramiento**, que se compone de tres apartados que identifican, en orden jerárquico, al responsable del fichero:
 - **Organismo**, nombre del Ministerio, Departamento o Entidad Local.



- **Centro Directivo**, a nivel de Secretaría de Estado, Dirección General o asimilado.
- **Unidad**, que identifica el elemento más específico dentro de esta estructura, como podría ser una Subdirección General o el equivalente dentro de cada tipo de Administración.
- **Disposición de creación del fichero**, que se compone de:
 - **Tipo de Boletín.**
 - **Número de Boletín.**
 - **Fecha de Publicación** del Boletín donde se encuentra publicada la disposición de carácter general que regula el fichero.
- **Nombre del fichero.**
- **Finalidad y usos declarados.**
- **Dirección** en la que el interesado puede ejercitar los derechos de acceso, rectificación y cancelación de la información contenida en el fichero.

Debemos ser conscientes que la privacidad es uno de los valores fundamentales de la persona; por lo tanto, además de cumplir con la LOPD, debemos dar una imagen de seguridad y confianza al usuario en pro de su tranquilidad.

Una vez asegurada la correcta custodia de los datos personales, y siempre que sea posible, se minimizará el número de veces que se solicita la identificación del ciudadano para realizar las transacciones. Se recomienda que la identificación sólo tenga que ser realizada una vez mientras dure la sesión (a no ser que se produzca alguno de los casos mencionados en el apartado de desconexión).

En todo caso, se garantizará que los usuarios puedan modificar o actualizar sus datos personales facilitados a las Administraciones, excepto cuando el cambio de esta información sea objeto de un procedimiento especial.

Se acordará un sistema normalizado de identificación electrónica para toda la Administración General del Estado, según diferentes niveles de seguridad, de forma que la información solicitada en cualquier sistema de identificación electrónica sea la misma, en el mismo momento y se utilice la misma terminología en toda la Administración General del Estado.



Obligatorio

- ❑ Cuando se recojan datos personales mediante cualquier formulario electrónico, se deberá incluir una cláusula informativa de acuerdo con lo previsto en el artículo 5 de la Ley 15/1999 de 13 de diciembre, Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal, (LOPD).



1.6 ANEXO I Aviso Legal

El Aviso Legal es un texto accesible desde cada página de un sitio web donde se declara la responsabilidad tanto del usuario como del propio sitio web de cara a las posibles actuaciones que puedan derivarse de su contenido o servicios.

A continuación se muestran varias posibilidades con el único fin de servir de referencia. Pueden incluirse todos los apartados o los que se consideren convenientes.

Asimismo, es elección del generador de contenidos presentarlos como un único “Aviso Legal” o diferentes apartados conforme a su título.

1.6.1 Condiciones generales de uso del portal del Ministerio u Organismo

El Ministerio [[.....]] le informa que el acceso y uso de la página web [www. \[\[.....\]\].es](http://www. [[.....]].es) y todos los subdominios y directorios incluidos bajo la misma, así como los servicios o contenidos que a través de él se puedan obtener, están sujetos a los términos que se detallan en este Aviso Legal, sin perjuicio de que el acceso a alguno de dichos servicios o contenidos pudieran precisar de la aceptación de unas Condiciones Generales adicionales.

Por ello, si las consideraciones detalladas en este Aviso Legal no son de su conformidad, rogamos no haga uso del Portal, ya que cualquier uso que haga del mismo o de los servicios y contenidos en él incluidos implicará la aceptación de los términos legales recogidos en este texto.

El Ministerio [[.....]] se reserva el derecho a realizar cambios en el Portal sin previo aviso, con el objeto de actualizar, corregir, modificar, añadir o eliminar los contenidos del Portal o de su diseño. Los contenidos y servicios que ofrece el Portal se actualizan periódicamente. Debido a que la actualización de la información no es inmediata, le sugerimos que compruebe siempre la vigencia y exactitud de la información, servicios y contenidos recogidos en el Portal.



Las condiciones y términos que se recogen en el presente Aviso pueden variar, por lo que le invitamos a que revise estos términos cuando visite de nuevo el Portal. El Ministerio [...] no se hace responsable de los daños y perjuicios que pudiera ocasionar la utilización de las herramientas e informaciones contenidas en [www.\[...\].es](http://www.[...].es), en relación con la adopción de decisiones sobre el inicio, desarrollo o resultado de procedimientos administrativos. Tales decisiones deben ser contrastadas en los centros, organismos o dependencias competentes. En cualquier caso, la información y contenidos de esta Web no podrá ser alegada en procesos contradictorios con la Administración Pública, no asumiendo responsabilidad alguna por las discrepancias que pudiesen existir entre los documentos impresos de la Administración competente y la publicación electrónica en estas páginas.

1.6.2 Derechos de propiedad intelectual y de propiedad industrial

Tanto el diseño del Portal y sus códigos fuente, como los logos, marcas, y demás signos distintivos que aparecen en el mismo, pertenecen al Ministerio [...] o entidades colaboradoras y están protegidos por los correspondientes derechos de propiedad intelectual e industrial. Igualmente están protegidos por los correspondientes derechos de propiedad intelectual e industrial las imágenes, etc. contenidos en el servidor del Ministerio [...].

Su uso, reproducción, distribución, comunicación pública, transformación o cualquier otra actividad similar o análoga, queda totalmente prohibida salvo que medie expresa autorización del Ministerio [...]. La licencia de uso de cualquier contenido de este Portal otorgada al usuario se limita a la descarga por parte del usuario de dicho contenido y el uso privado del mismo, siempre que los citados contenidos permanezcan íntegros.

El Ministerio [...] declara su respeto a los derechos de propiedad intelectual e industrial de terceros; por ello, si considera que este sitio pudiera estar violando sus derechos, rogamos se ponga en contacto con el Ministerio [...] en la siguiente dirección de e-mail: [webmaster@\[...\].es](mailto:webmaster@[...].es).

1.6.3 Privacidad

El Ministerio [...] es la entidad responsable del fichero de datos generado con los datos de carácter personal suministrados por los usuarios del portal.



De acuerdo con la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, el Ministerio [...] se compromete al cumplimiento de su obligación de secreto con respecto a los datos de carácter personal y al deber de tratarlos con confidencialidad. A estos efectos, adoptará las medidas necesarias para evitar su alteración, pérdida, tratamiento o acceso no autorizado.

La recogida y tratamiento automatizado de los datos personales tiene como finalidad la gestión, prestación, ampliación y mejora de los servicios solicitados en cada momento por el usuario y el seguimiento de consultas planteadas por los usuarios.

Usted tendrá la posibilidad de ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición de sus datos personales que obran en los ficheros del Ministerio [...], solicitándolo por cualquier medio que deje constancia de su envío y de su recepción. Para ejercer sus derechos, podrá dirigirse al correo electrónico: webmaster@ [...].es .

El Ministerio [...]X mantiene los niveles de protección de sus datos personales conforme al Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, relativo a las medidas de seguridad de los ficheros automatizados que contengan datos de carácter personal, y ha establecido todos los medios técnicos a su alcance para evitar la pérdida, mal uso, alteración, acceso no autorizado y robo de los datos que Vd. facilite al Ministerio [...], sin perjuicio de que las medidas de seguridad en Internet no sean inexpugnables.

El Ministerio [...] se reserva la facultad de modificar la presente Política de Privacidad para adaptarla a las novedades legislativas, jurisprudenciales o de interpretación de la Agencia Española de Protección de Datos. En este caso, El Ministerio [...] anunciará dichos cambios, indicando claramente y con la debida antelación las modificaciones efectuadas, y solicitando, en caso de que sea necesario, su aceptación de dichos cambios.

1.6.4 Ley aplicable y jurisdicción

La ley aplicable en caso de disputa o conflicto de interpretación de los términos que conforman este Aviso Legal, así como cualquier cuestión relacionada con los servicios del presente Portal, será la ley española.

Para la resolución de cualquier conflicto que pueda surgir con ocasión de la visita al Portal o del uso de los servicios que en él se puedan ofertar, el Ministerio [...] y el Usuario acuerdan someterse a los Jueces y Tribunales de domicilio del Usuario, siempre que el mismo esté situado en territorio español.



1.6.5 Política de certificados electrónicos. Requisitos

Para poder acceder a los servicios y trámites del Ministerio [[.....]] a través de certificado electrónico deberá acreditar su identidad y, en los casos que así se requiera, firmar electrónicamente los escritos presentados. Para estos fines, se aceptarán los certificados digitales admitidos por la Administración General del Estado.

1.6.6 Reutilización de la Información del Sector Público

Se incluye el texto del aviso legal contenido en el Anexo del Real Decreto 1495/2011 por el que se desarrolla la Ley 37/2007, según el cual deberá estar disponible en el espacio de reutilización designado, preferentemente en la sede electrónica del órgano administrativo, organismo o entidad correspondiente.

Obliqatoriedad de las condiciones generales

Las presentes condiciones generales, disponibles con carácter permanente bajo <http://www.datos.gob.es/avisolegal>, vincularán a cualquier agente reutilizador por el mero hecho de hacer uso de los documentos sometidos a ellas.

Autorización de reutilización y cesión no exclusiva de derechos de propiedad intelectual

Las presentes condiciones generales permiten la reutilización de los documentos sometidos a ellas para fines comerciales y no comerciales. Se entiende por reutilización el uso de documentos que obran en poder de los órganos de la Administración General del Estado y los demás organismos y entidades del sector público estatal referidos en el artículo 1.2 del Real Decreto 1495/2011, de 24 de octubre, por el que se desarrolla la Ley 37/2007, de 16 de noviembre, sobre reutilización de la información del sector público estatal, por personas físicas o jurídicas, con fines comerciales o no comerciales, siempre que dicho uso no constituya una actividad administrativa pública. La reutilización autorizada incluye, a modo ilustrativo, actividades como la copia, difusión, modificación, adaptación, extracción, reordenación y combinación de la información.

El concepto de documento es el establecido en el apartado 2 del artículo 3 de la Ley 37/2007, de 16 de noviembre, sobre reutilización de la información del sector público, por lo que comprende toda información cualquiera que sea su soporte material o electrónico así como su forma de expresión gráfica, sonora o en imagen utilizada, incluyendo, en consecuencia, también los datos en sus niveles más desagregados o "en bruto".



Esta autorización conlleva, asimismo, la cesión gratuita y no exclusiva de los derechos de propiedad intelectual, en su caso, correspondientes a tales documentos, autorizándose la realización de actividades de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación, necesarias para desarrollar la actividad de reutilización autorizada, en cualquier modalidad y bajo cualquier formato, para todo el mundo y por el plazo máximo permitido por la Ley.

Condiciones generales para la reutilización

Son de aplicación las siguientes condiciones generales para la reutilización de los documentos sometidos a ellas:

- 1. Está prohibido desnaturalizar el sentido de la información.*
- 2. Debe citarse la fuente de los documentos objeto de la reutilización. Esta cita podrá realizarse de la siguiente manera: "Origen de los datos: [órgano administrativo, organismo o entidad del sector público estatal de que se trate]"*
- 3. Debe mencionarse la fecha de la última actualización de los documentos objeto de la reutilización, siempre cuando estuviera incluida en el documento original.*
- 4. No se podrá indicar, insinuar o sugerir que la [órgano administrativo, organismo o entidad del sector público estatal de que se trate] titular de la información reutilizada participa, patrocina o apoya la reutilización que se lleve a cabo con ella.*
- 5. Deben conservarse, no alterarse ni suprimirse los metadatos sobre la fecha de actualización y las condiciones de reutilización aplicables incluidos, en su caso, en el documento puesto a disposición para su reutilización.*

Exclusión de responsabilidad

La utilización de los conjuntos de datos se realizará por parte de los usuarios o agentes de la reutilización bajo su propia cuenta y riesgo, correspondiéndoles en exclusiva a ellos responder frente a terceros por daños que pudieran derivarse de ella.

[El órgano administrativo, organismo o entidad del sector público estatal de que se trate] no será responsable del uso que de su información hagan los agentes reutilizadores ni tampoco de los daños sufridos o pérdidas económicas que, de forma directa o indirecta, produzcan o puedan producir perjuicios económicos, materiales o sobre datos, provocados por el uso de la información reutilizada.



[El órgano administrativo, organismo o entidad del sector público estatal de que se trate] no garantiza la continuidad en la puesta a disposición de los documentos reutilizables, ni en contenido ni en forma, ni asume responsabilidades por cualquier error u omisión contenido en ellos.

Responsabilidad del agente reutilizador

El agente reutilizador se halla sometido a la normativa aplicable en materia de reutilización de la información del sector público, incluyendo el régimen sancionador previsto en el artículo 11 de la Ley 37/2007, de 16 de noviembre, sobre reutilización de la información del sector público.

1.6.7 Links o hiperenlaces

El Ministerio [[.....]] le facilita el acceso a otras páginas web que consideramos pueden ser de su interés. El objetivo de dichos enlaces es únicamente facilitarle la búsqueda de los recursos que le puedan interesar a través de Internet. No obstante, dichas páginas no le pertenecen, ni hace una revisión de sus contenidos y, por ello, no puede hacerse responsable de los mismos, del funcionamiento de la página enlazada o de los posibles daños que puedan derivarse del acceso o uso de la misma.

No se permitirá el enlace del propio dominio del ministerio a ninguna página web o dirección de correo electrónico, salvo autorización expresa por escrito del Ministerio [[.....]].

En cualquier momento, el Ministerio [[.....]] podrá retirar la autorización mencionada en el párrafo anterior, sin necesidad de alegar causa alguna. En tal caso, la página que haya realizado el enlace deberá proceder a su inmediata supresión, tan pronto como reciba la notificación de la revocación de la autorización por parte del Ministerio [[.....]].

1.6.8 Versión Multilingüe

El presente sitio web Ministerio [[.....]] está traducido a varias lenguas españolas oficiales en sus respectivos territorios, de conformidad con lo establecido en el artículo 3 de la Constitución Española de 1978 y sus Estatutos de Autonomía. Las lenguas son el catalán, el euskera y el gallego. También está traducido a las siguientes lenguas extranjeras (.....).

El contenido del portal está traducido a diferentes niveles de profundidad. Se excluye de la traducción el canal/apartados (.....) de la Home del portal, dada la inmediatez de los cambios planteados en el mismo, así como las normas jurídicas.

En el caso de la versión en idioma (.....) de los (.....citar si hay algún documento en este caso: Covenio, Acuerdo, etc.....) para evitar la doble imposición que aparecen en este portal web, tienen carácter meramente informativo, dado que no se trata de la versión oficial en custodia de la Oficina de Tratados del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación.

Se advierte que con carácter general, puede existir un desfase entre la versión en castellano y en las otras lenguas, derivadas del proceso de traducción a las mismas.

1.6.9 Frames

El Ministerio [[.....]] prohíbe expresamente la realización de “framings” o la utilización por parte de terceros de cualesquiera otros mecanismos que alteren el diseño, configuración original o contenidos de su Portal.

1.6.10 Licencias Creative Commons

La presente publicación/imagen/presentación/vídeo pertenece al Ministerio [[.....]] y esta bajo licencia

Opción a)



Reconocimiento CC BY

(Esta licencia permite a otros distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir de tu obra, incluso con fines comerciales, siempre y cuando te den crédito por la creación original. Esta es la más flexible de las licencias ofrecidas. Se recomienda para la máxima difusión y utilización de los materiales licenciados)

[Acceda al Resumen de la Licencia](#) | [Acceda al Código Legal](#)

Opción b)



Reconocimiento-CompartirIgual CC BY-SA

(Esta licencia permite a otros remezclar, retocar, y crear a partir de tu obra, incluso con fines comerciales, siempre y cuando te den crédito y licencien sus nuevas creaciones bajo condiciones idénticas. Esta licencia suele ser comparada con las licencias "copyleft" de software libre y de código abierto. Todas las nuevas obras basadas en la tuya portarán la misma licencia, así que cualesquiera obras derivadas permitirán también uso comercial. Esa es la licencia que usa Wikipedia, y se recomienda para materiales que se beneficiarían de incorporar contenido de Wikipedia y proyectos con licencias similares)



[Acceda al Resumen de la Licencia](#) | [Acceda al Código Legal](#)

1.6.11 Estadísticas de uso

El Ministerio [[.....]] informa de la utilización de la herramienta [[.....]] en este Portal/Sede/Sitio web a efectos exclusivamente estadísticos.

1.6.12 Sedes electrónicas

Las sedes electrónicas tienen una serie de características específicas recogidas en el RD 1671/2009 de 6 de noviembre por el que se desarrolla parcialmente la Ley 11/2007, de 22 de junio de acceso electrónico de los ciudadanos a los servicios públicos, por lo que su Aviso Legal debe recoger los siguientes puntos:

- Titularidad y régimen de responsabilidad de la Sede Electrónica: Titular de la Sede y del órgano u órganos encargados de la gestión y de los servicios puestos a disposición de los ciudadanos en la misma, Gestión tecnológica, gestión, de los contenidos y de los servicios (*Art. El artículo 3. 2 del Real Decreto 1671/2009*)
- Responsabilidad del titular respecto de la integridad, veracidad y actualización de la información y los servicios a los que pueda accederse a través de la misma. (*Art. 10.2 de la Ley 11/2007, de 22 de junio de acceso electrónico de los ciudadanos a los Servicios Públicos*). Además el artículo 7.1 del Real Decreto 1671/2009 añade que:

"El titular de la sede electrónica que contenga un enlace o vínculo a otra cuya responsabilidad corresponda a distinto órgano o Administración Pública no será responsable de la integridad, veracidad ni actualización de esta última. La sede establecerá los medios necesarios para que el ciudadano conozca si la información o servicio al que accede corresponde a la propia sede o a un punto de acceso que no tiene el carácter de sede o a un tercero".

Se recomienda en este sentido advertir si en la Sede Electrónica se indica a través de mensajes sobre los enlaces si accediendo a ellos se abandona la sede o por el contrario permanece en ella.



- Condiciones generales de uso de la Sede Electrónica :

El (...Titular de la sede.....) le informa de que el acceso y uso de la Sede Electrónica (<https://sede.xxxx.gov.es>) y todos los subdominios y directorios incluidos bajo la misma (en adelante, conjuntamente denominados como la Sede Electrónica), así como los servicios o contenidos que a través de ella se puedan obtener, están sujetos a los términos que se detallan en este Aviso Legal, sin perjuicio de que el acceso a alguno de dichos servicios o contenidos pudieran precisar de la aceptación de unas Condiciones Generales adicionales.

Por ello, si las consideraciones detalladas en este Aviso Legal no son de su conformidad, rogamos no haga uso de la Sede Electrónica, ya que cualquier uso que haga de la misma o de los servicios y contenidos en ella incluidos implicará la aceptación de los términos legales recogidos en este texto.

El (...Ministerio/Organismo.....) se reserva el derecho a realizar cambios en la Sede sin previo aviso, con el objeto de actualizar, corregir, modificar, añadir o eliminar los contenidos de la Sede o de su diseño.

Los contenidos y servicios que ofrece la Sede se actualizan periódicamente. Debido a que la actualización de la información no es inmediata, le sugerimos que compruebe siempre la vigencia y exactitud de la información, servicios y contenidos recogidos en la Sede.

Las condiciones y términos que se recogen en el presente Aviso pueden variar, por lo que le invitamos a que revise estos términos cuando visite de nuevo la Sede.

- Frames

El (...Ministerio/Organismo.....) prohíbe expresamente la realización de "framings" o la utilización por parte de terceros de cualesquiera otros mecanismos que alteren el diseño, configuración original o contenidos de su Portal.

- Propiedad intelectual e industrial

Tanto el diseño de esta Sede y sus códigos fuente, como los logos, marcas, y demás signos distintivos que aparecen en la misma, pertenecen al (...Ministerio/Organismo.....) y están protegidos por los correspondientes derechos de propiedad intelectual e industrial.



Su uso, reproducción, distribución, comunicación pública, transformación o cualquier otra actividad similar o análoga, queda totalmente prohibida salvo que medie autorización expresa del (...Ministerio/Organismo.....).

La licencia de uso de cualquier contenido de esta Sede, otorgada al usuario, se limita a la descarga de dicho contenido y el uso privado del mismo, siempre que los citados contenidos permanezcan íntegros y se cite la fuente de los mismos (Ley 37/2007, de 16 de noviembre, sobre reutilización de la información del sector público).

- Privacidad y Protección de Datos

De acuerdo con la Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal, (...Ministerio/Organismo.....) se compromete al cumplimiento de su obligación de secreto con respecto a los datos de carácter personal y al deber de tratarlos con confidencialidad. A estos efectos, adoptará las medidas necesarias para evitar su alteración, pérdida, tratamiento o acceso no autorizado.

La recogida y tratamiento automatizado de los datos personales tiene como finalidad la gestión, prestación, ampliación y mejora de los servicios solicitados en cada momento por el usuario y el seguimiento de consultas planteadas por los usuarios.

El usuario podrá ejercitar en todo momento los derechos de acceso, rectificación, cancelación u oposición, en la forma que reglamentariamente se determine para los distintos procedimientos administrativos. Puede solicitar la información correspondiente, a través de la Oficina Central de Atención al Ciudadano y Registro del(...Ministerio/Organismo.....).

El (...Ministerio/Organismo.....) mantiene los niveles de protección de sus datos personales conforme al Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal, y ha establecido todos los medios técnicos a su alcance para evitar la pérdida, mal uso, alteración, acceso no autorizado y robo de los datos que el usuario facilite al (...Ministerio/Organismo.....), sin perjuicio de que las medidas de seguridad en Internet no sean inexpugnables.



El (...Ministerio/Organismo....).se reserva la facultad de modificar la presente Política de Privacidad para adaptarla a las novedades legislativas, jurisprudenciales o de interpretación de la Agencia Española de Protección de Datos. En este caso, el (...Ministerio/Organismo....).anunciará dichos cambios, indicando claramente y con la debida antelación las modificaciones efectuadas, y solicitando, en caso de que sea necesario, su aceptación de dichos cambios.

Esta política de privacidad es de aplicación a las páginas de la Sede. No se garantiza en los accesos a través de enlaces con este sitio, ni a los enlaces desde este sitio con otras webs. Según dispone el artículo 6.1 g) del Real Decreto 1671/2009, de 6 de noviembre se incluye un enlace con la sede electrónica de la Agencia Española de Protección de Datos.

- Política de Certificados Electrónicos. Requisito.

Para poder acceder a los trámites del (...Ministerio/Organismo....). a través de certificado electrónico, deberá acreditar su identidad y firmar electrónicamente los escritos presentados.

Para estos fines, se admitirán los certificados digitales soportados por la Plataforma @firma, esto es, los emitidos por los prestadores de servicios reconocidos que puede consultar en la página del Consejo Superior de Administración Electrónica del Ministerio Hacienda y Administraciones Públicas <http://administracionelectronica.gob.es/? nfpb=true& pageLabel=PAE PG CTT General&langPae=es&iniciativa=190>.

- Uso de lenguas cooficiales en la Sede Electrónica

La Disposición adicional sexta de la Ley 11/2007, de 22 de junio, de acceso electrónico de los ciudadanos a los Servicios Públicos, en su apartado primero determina que se garantizará el uso de las lenguas oficiales del Estado en las relaciones por medios electrónicos de los ciudadanos con las Administraciones Públicas, en los términos previstos en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, y en la normativa que en cada caso resulte de aplicación.

A estos efectos, las sedes electrónicas cuyo titular tenga competencia sobre territorios con régimen de cooficialidad lingüística posibilitarán el acceso a sus contenidos y servicios en las lenguas correspondientes.



Los sistemas y aplicaciones utilizados en la gestión electrónica de los procedimientos se adaptarán a lo dispuesto en cuanto al uso de lenguas cooficiales en el artículo 36 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y el Procedimiento administrativo Común.

La utilización de las lenguas cooficiales en cualquier lugar de esta sede no prejuzga su admisibilidad en todos los procedimientos integrados en la misma, que se resolverá en cada caso mediante la aplicación de la normativa procedimental mencionada con anterioridad.

[Con motivo de la publicación del Real Decreto (... de reorganización), se está procediendo a modificar los contenidos de esta sede electrónica pudiendo no coincidir las versiones en las distintas lenguas].

- Derecho aplicable y jurisdicción competente

La ley aplicable en caso de disputa o conflicto de interpretación de los términos que conforman este Aviso Legal, así como cualquier cuestión relacionada con los servicios de la presente Sede, será la ley española.

Para la resolución de cualquier conflicto que pueda surgir con ocasión de la visita a la Sede o del uso de los servicios que en ella se ofertan, el (...Ministerio/Organismo.....) y el Usuario acuerdan someterse a los Jueces y Tribunales de domicilio del Usuario, siempre que el mismo esté situado en territorio español.



1.7 ANEXO II Declaración de accesibilidad

A continuación se muestran un posible modelo de Declaración de accesibilidad con el único fin de servir de referencia. Pueden incluirse todos los apartados o los que se consideren convenientes.

1.7.1 Política de Accesibilidad

“El portal del Ministerio/Organismo <NOMBRE> ha sido diseñado con el objetivo de que todas las personas puedan navegar por sus contenidos sin encontrar dificultades en el acceso.

La política de accesibilidad aplicada por el Ministerio/Organismo <NOMBRE> está alineada con las exigencias del Real Decreto 1494/2007, de 12 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento sobre las condiciones básicas para el acceso de las personas con discapacidad a las tecnologías, productos y servicios relacionados con la sociedad de la información y medios de comunicación social”.

1.7.2 Cumplimiento de los estándares

“Las páginas de este sitio Web cumplen la marca AA según la Norma UNE 139803:2012 y las Directrices de Accesibilidad para el Contenido Web 2.0 del (WCAG 2.0) por la Iniciativa de Accesibilidad Web (WAI) del World Wide Web Consortium (W3C). Todos los requisitos del Nivel A y del Nivel AA han sido comprobados y corregidos mediante un análisis semi-automático de la accesibilidad a través de diferentes herramientas.

[Este portal está optimizado para los navegadores <NOMBRE DE NAVEGADORES Y VERSIÓN> o versiones superiores de los mismos. La resolución mínima recomendada es de 800x600].

[Para la correcta visualización del portal gráfico es necesario poder ejecutar Javascript].

[La funcionalidad de cambio de tamaño de fuente necesita que su navegador admita cookies].

1.7.3 Excepciones

[Explicar si hay excepciones cuáles son].

“Ciertos documentos en formato pdf pueden presentar problemas de accesibilidad. El Ministerio/Organismo <NOMBRE> se compromete a proporcionar cualquiera de estos documentos en formato accesible a quien lo solicite.



“El entorno técnico de este Portal/Sede incluye los sitios web de (.....)”

“Por el contrario, no incluye los sitios del resto de los Organismos Autónomos y Empresas (.....).”

1.7.4 Actualizado el <FECHA>.

La última revisión manual de accesibilidad de este portal/sede ha sido realizada con <FECHA>.”

1.7.5 Contacto

“Si usted encuentra algún tipo de dificultad de accesibilidad o usabilidad en su visita al Portal del / Organismo <NOMBRE> o quiere hacernos alguna sugerencia al respecto, puede contactar con el administrador del Portal. Su experiencia personal puede contribuir de forma importante en la progresiva mejora del Portal”.

1.8 ANEXO III. Lenguajes de Desarrollo

1.8.1 Lenguaje ASP

Es una tecnología del lado de servidor desarrollada por Microsoft para el desarrollo de Sitio Web dinámicos. ASP significa en inglés (Active Server Pages) y comenzó a comercializarse por Microsoft en 1996. Las páginas web desarrolladas bajo este lenguaje requieren tener instalado Internet Information Server (IIS).

ASP no necesita ser compilado para ejecutarse. Existen varios lenguajes que se pueden utilizar para crear páginas ASP. El más utilizado es VBScript, nativo de Microsoft. ASP se puede hacer también en Perl and Jscript (no JavaScript). El código ASP puede ser insertado junto con el código HTML. Los archivos cuentan con la extensión (asp).

Ventajas	Inconvenientes
<ul style="list-style-type: none">• Usa Visual Basic Script, siendo fácil para los usuarios.• Comunicación óptima con SQL Server.• Soporta el lenguaje JScript (JavaScript de Microsoft).	<ul style="list-style-type: none">• Código desorganizado.• Se necesita escribir mucho código para realizar funciones sencillas.• Tecnología propietaria.• Hospedaje de sitios web costosos.

1.8.2 Lenguaje ASP.NET

Este es un lenguaje comercializado por Microsoft, y usado por programadores para desarrollar, entre otras funciones, sitios web.

ASP.NET es el sucesor de la tecnología ASP, fue lanzada al mercado mediante una estrategia de mercado denominada .NET.

El ASP.NET fue desarrollado para resolver las limitaciones de su antecesor ASP, creado para desarrollar web sencillas, no grandes aplicaciones. Para el desarrollo en ASP.NET se puede utilizar C#, VB.NET o J#. Los archivos cuentan con la extensión (aspx).

Para el funcionamiento de las páginas se necesita tener instalado IIS con el Framework .Net. Desde Microsoft Windows 2003 se incluye este framework y solo se necesitará instalarlo en versiones anteriores.

Ventajas	Inconvenientes
<ul style="list-style-type: none">• Completamente orientado a objetos.• Controles de usuario y personalizados.	<ul style="list-style-type: none">• Mayor consumo de recursos.



- División entre la capa de aplicación o diseño y el código.
- Facilita el mantenimiento de grandes aplicaciones.
- Incremento de velocidad de respuesta del servidor.
- Mayor velocidad.
- Mayor seguridad.

1.8.3 Lenguaje Python

Es un lenguaje de programación creado en el año 1990 por Guido van Rossum, como sucesor del lenguaje de programación ABC. Python es comparado habitualmente con Perl (<http://www.maestrosdelweb.com/principiantes/python/>).

Python es un lenguaje de programación de alto nivel cuya filosofía hace hincapié en una sintaxis muy limpia y que favorezca un código legible. Los usuarios lo consideran como uno de los lenguajes más limpios para programar. Permite la creación de todo tipo de programas incluyendo los sitios web.

Se trata de un lenguaje de programación multiparadigma ya que soporta orientación a objetos, programación imperativa y, en menor medida, programación funcional. Es un lenguaje interpretado, es fuertemente tipado, usa tipado dinámico y es multiplataforma.

Ventajas	Inconvenientes
<ul style="list-style-type: none"> • Cumple con el principio de neutralidad tecnológica y de adaptabilidad de la ley 11. • Lenguaje de propósito general. • Gran cantidad de funciones y librerías. • Sencillo y rápido de programar. • Multiplataforma. • Licencia de código abierto (Opensource). • Orientado a Objetos. • Portable. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lentitud, por ser un lenguaje interpretado.

1.8.4 Lenguaje Ruby

Es un lenguaje interpretado de muy alto nivel y orientado a objetos. Desarrollado en el 1993 por el programador japonés Yukihiro “Matz” Matsumoto. Su sintaxis está inspirada en Python, Perl. Es distribuido bajo licencia libre.



Ruby es un lenguaje dinámico para una programación orientada a objetos rápida y sencilla que ha sido descrito como un lenguaje de programación multiparadigma: permite programación procedural (definiendo funciones y variables fuera de las clases haciéndolas parte del objeto raíz Object), con orientación a objetos, (todo es un objeto) o funcional (tiene funciones anónimas, clausuras o closures, y continuations, todas las sentencias tienen valores, y las funciones devuelven la última evaluación).

Soporta introspección, reflexión y metaprogramación, además de soporte para hilos de ejecución gestionados por el intérprete. Ruby tiene tipado dinámico, y soporta polimorfismo de tipos (permite tratar a subclases utilizando la interfaz de la clase padre).

Ruby no requiere de polimorfismo de funciones al no ser fuertemente tipado (los parámetros pasados a un método pueden ser de distinta clase en cada llamada a dicho método).

Sus características principales son:

- ❑ Existe diferencia entre mayúsculas y minúsculas.
- ❑ Múltiples expresiones por líneas, separadas por punto y coma “;”.
- ❑ Dispone de manejo de excepciones.
- ❑ Ruby puede cargar librerías de extensiones dinámicamente si el (Sistema Operativo) lo permite.
- ❑ Portátil.

Ventajas	Inconvenientes
<ul style="list-style-type: none"> • Permite desarrollar soluciones a bajo costo. • Opensource. • Multiplataforma. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lentitud, por ser un lenguaje interpretado.

1.8.5 Otras Tecnologías

Además de las tecnologías mostradas en el apartado anterior, existen otras que son capaces de dar más dinamismo y efectos visuales a la web, pero que en contraprestación pueden tener problemas de rendimiento o incompatibilidades con los dispositivos o problemas de accesibilidad.

- ❑ **Ajax, Java, Flash y Flex:** permiten desarrollar sitios especialmente dinámicos y participativos para el usuario. Sin embargo, su gran problema reside en el peso de ejecución que conllevan. Algunos necesitan tener instalado un “plugin” para su visualización y no pueden ser vistos en dispositivos móviles iPhone.



Por ello, cualquier contenido generado con estas tecnologías será únicamente secundario, no basando ninguna información de relevancia en su uso.

- ❑ **RSS y Atom:** RSS son las siglas de Really Simple Syndication, un formato XML para syndicar o compartir contenido en la web. Se utiliza para difundir información actualizada frecuentemente a usuarios que se han suscrito a la fuente de contenidos.

El formato permite distribuir contenidos sin necesidad de un navegador, utilizando un software diseñado para leer estos contenidos RSS (agregador). A pesar de eso, es posible utilizar el mismo navegador para ver los contenidos RSS. Las últimas versiones de los principales navegadores permiten leer los RSS sin necesidad de software adicional.

Atom es un sublenguaje XML, no se corresponde ni se basa en ninguna versión de RSS, pero es un formato muy similar a éste y que sobre todo tiene el mismo objetivo: permitir la distribución de contenidos y noticias de sitios web. La versión más reciente es la 1.0 conforme al protocolo RFC 5023 del año 2007.

Las mejoras que supone respecto a RSS (en cualquiera de sus versiones) hacen que su uso se extienda rápidamente a pesar de ser algo más complicado. Un documento Atom puede contener más información (y más compleja) y es más consistente que un documento RSS.

Recomendado

- ❑ Un sitio no debe ser construido totalmente en tecnología Flash, Flex, o Ajax. Es aconsejable limitar el uso de estas tecnologías para animaciones lúdicas o para experimentos interactivos basados en eventos, etc. Los contenidos críticos de un sitio no deben depender de estas tecnologías. Se aconseja dosificar el uso de estas tecnologías y utilizarlas para mejorar el impacto visual. Las animaciones Flash demasiado vistosas pueden ser molestas para el usuario, además, el desarrollo de una animación en una página tiene más impacto que una página completamente animada. En todo caso deben desarrollarse para que sea el usuario el que tenga el control de la animación.
- ❑ Con el fin de no bloquear al internauta es necesario no poner "código obtuso" en sus páginas. Esto significa que los fragmentos de código en JavaScript o de tipo Applet no deben ser indispensables para la navegación o para la comprensión adecuada del contenido, con el fin de no penalizar a los usuarios que no tienen intérprete de JavaScript. Se estima que entre de un 6 a un 8% de los internautas tiene desactivada la ejecución de JavaScript.



- ❑ Las normas WACG2.0 contemplan el uso de código JavaScript (y AJAX) pero éste debe ser accesible nativamente. En caso contrario es necesario ofrecer una alternativa a dicho código y componentes programables para que los usuarios que hayan desactivado JavaScript puedan acceder a todos los elementos de navegación. El W3C ofrece diversas técnicas para crear scripts respetando las normas WCAG2.0 en <http://www.w3.org/TR/2008/NOTE-WCAG20-TECHS-20081211/client-side-script.html>.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE HACIENDA
Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

IMAGEN INSTITUCIONAL



Guía de Comunicación Digital para la Administración General del Estado



REQUISITOS ANTES DE TENER EL SITIO WEB	3
2. IMAGEN INSTITUCIONAL	3
2.1. EL LOGOTIPO DE IMAGEN INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO DE ESPAÑA PARA PÁGINAS WEB.	4
2.2. LOGOTIPO EN ÓRGANOS Y ORGANISMOS PÚBLICOS DEPENDIENTES	4
2.3. LOGOTIPO CON COMPOSICIÓN EN BLANCO Y NEGRO	6
2.4. LOGOTIPO EN LA ADMINISTRACIÓN PERIFÉRICA	7
2.5. CONVIVENCIA DE CAMPAÑAS INSTITUCIONALES: LOGOTIPO CON LA IMAGEN CONJUNTA DE DOS DEPARTAMENTOS MINISTERIALES	7
2.6. CONFIGURACIÓN DEL LOGOTIPO PARA LA IMAGEN INSTITUCIONAL	8
2.7. CRITERIOS CONSTRUCTIVOS DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL	15
2.8. CONFIGURACIÓN ESTÁNDAR PARA LA INCLUSIÓN DE LOS LOGOTIPOS DE LOS DIFERENTES ORGANISMOS OFICIALES EN LAS CABECERAS DE LAS PÁGINAS WEB	17
2.9. CONFIGURACIÓN DE ICONOS Y FAVICONOS	18
2.10. UTILIZACIÓN DE LOS ELEMENTOS DE IMAGEN	20
2.10.1. UTILIZACIÓN DE LOGOTIPOS PROPIOS DE ÓRGANOS Y ORGANISMOS	21
2.10.2. IMAGEN INSTITUCIONAL EN LOS DOCUMENTOS ANEXOS	22
2.10.3. IMAGEN INSTITUCIONAL EN LAS REDES SOCIALES	22
2.10.4. IMAGEN INSTITUCIONAL EN LA VERSIÓN MÓVIL DE PÁGINAS WEBS	27
2.11. PROHIBICIÓN DEL USO DE ELEMENTOS DE IMAGEN INSTITUCIONAL PARA WEB EN OTROS MEDIOS	28
2.12. EMPLEO DEL LOGOTIPO POR EMPRESAS O PARTICULARES	28
2.13. IMAGEN PROMOCIONAL DE LA ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA	28



REQUISITOS ANTES DE TENER EL SITIO WEB

2. IMAGEN INSTITUCIONAL

Este segundo fascículo de la Guía de Comunicación Digital de la Administración General del Estado¹ recoge los aspectos a tener en cuenta a la hora de dotar a nuestro sitio web de un aspecto común que haga que los usuarios perciban que se encuentran en un "sitio oficial" e interactúen con él en condiciones de confianza de la garantía de sus derechos y cumplimiento de la normativa.

El Portal de Imagen Institucional accesible a través de la Intranet Administrativa (Red Sara) (<http://imagen.funciona.es>), pretende el establecimiento de una imagen unívoca y homogénea sustentada en el Escudo de España como símbolo constitucional que posee las características de neutralidad y coherencia con la organización a la que va a representar, y que, además, presenta la ventaja de su confianza para los ciudadanos. Asimismo facilita el acceso de todos los agentes a los elementos constitutivos de la imagen, su construcción y utilización en diferentes situaciones y soportes.

La normalización de los criterios de imagen de las páginas web tiene por objeto asegurar una percepción e identificación visual rápida e intuitiva de las páginas de la Administración General del Estado y reforzar la experiencia de usuario, permitiendo una cierta "familiaridad" en la navegación por los contenidos y servicios de las diferentes páginas estatales

En este sentido, para lograr que los usuarios identifiquen fácilmente los sitios web públicos como una 'marca común', es necesario también armonizar los contenidos de sus páginas de inicio. Respetar unos principios comunes contribuirá a fortalecer la confianza de los usuarios en los sitios web públicos y evitará parecidos no deseables con ciertos sitios web privados (Ver fascículo de Aspectos Generales y de Aspectos de Comunicación).

Los criterios de imagen contemplan una serie de elementos básicos: logotipo, tipografía, gama cromática, (con la necesaria referencia a los ya establecidos para papelería, señalizaciones y publicaciones) y los criterios para la estructuración de las páginas, que garantizan una similitud entre las páginas de los diferentes Ministerios sin menoscabar las especificidades propias de los ámbitos competenciales.

Los logotipos de imagen institucional se facilitan en formato vectorial, en gif y en jpg, por el Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas y están disponibles en el Portal de Imagen Institucional <http://imagen.funciona.es> o previa petición al correo electrónico imagen.institucional@seap.minhap.es.

¹ Los fascículos de la Guía de Comunicación digital de la AGE son: Aspectos Generales, Imagen Institucional, Multi-lingüismo, Accesibilidad, Seguridad, Aspectos de Comunicación, Tecnología Web 2.0 y Mejora y Mantenimiento.



Los contenidos de este fascículo no sustituyen lo especificado en el Manual de Imagen Institucional de la Administración General del Estado, en el que se trata exhaustivamente sobre los elementos que conforman la imagen institucional. El Manual se encuentra disponible en el Portal de Imagen Institucional <http://imagen.funciona.es> y recomendamos su consulta para ampliar la información contenida en esta guía.

2.1. El logotipo de Imagen institucional del Gobierno de España para páginas web.

El logotipo se construye por medio de la composición de la bandera de la Unión Europea, la bandera de España, y el Escudo de España, con la denominación "Gobierno de España" y la del Departamento Ministerial, usando la tipografía Gill Sans, con forma envolvente en color de fondo amarillo. El apartado 2.7 recoge la configuración del logotipo para la Imagen Institucional.



Obligatorio

- ❑ Se utilizará el logotipo "Gobierno de España" especificado en todas las páginas web (internet e intranet).
- ❑ A continuación del logotipo de "Gobierno de España", se utilizará el logotipo que, en función de la titularidad de la página web, identifique al departamento u organismo responsable según lo dispuesto en el "Manual de Imagen Institucional de la Administración General del Estado" aprobado por Orden de 27 de septiembre de 1999 en desarrollo del Real Decreto 1465/1999, así como lo establecido en la Resolución de 2 de abril de 2007, de la Secretaría General para la Administración Pública, por la que se modifica el Manual de Imagen Institucional de la Administración General del Estado y la Guía para la edición y publicación de páginas web en la Administración General del Estado aprobada por Resolución de 9 de marzo de 2005 de la Secretaría General para la Administración Pública.

2.2. Logotipo en Órganos y Organismos Públicos dependientes

La identidad de Órganos y Organismos Públicos se basa en unos niveles jerárquicos, teniendo en cuenta que los Departamentos Ministeriales tienen el nivel 1.



En este apartado se trata la integración de Órganos y Organismos Públicos al Ministerio que corresponda, destacando los signos del primer nivel del resto, a través del color.



Obligatorio

- ❑ Sobre una estructura rectangular, figurarán en 2/3, aproximadamente, los signos básicos de primer nivel y en 1/3 el resto de los niveles (este ancho podrá ser ampliado en el caso de que las denominaciones de Organismos sean más largas de lo que aquí figuran. En ningún caso podrá ampliarse la altura).
- ❑ Con carácter excepcional, y siempre que se acrediten razones debidamente justificadas, el Ministro de Hacienda y Administraciones Públicas y el titular del correspondiente Ministerio de adscripción, vinculación o dependencia podrán autorizar la utilización por determinados órganos, Organismos autónomos y Servicios Comunes o Entidades Gestoras de la Seguridad Social de símbolos de imagen o logotipos propios junto a los símbolos de la imagen institucional. Las páginas web de titularidad de aquellos organismos públicos que dispongan de autorización para el uso de símbolos de imagen identificativos propios (Ministerios u organismos dependientes), podrán utilizar dichos símbolos junto al del logotipo antes descrito.



Obligatorio

- ❑ En la construcción del logotipo de uso web para unidades u Organismos dependientes no se incluirá mancheta gris.



- ❑ La mancheta gris es obligatoria según lo dispuesto en el "Manual de Imagen Institucional de la Administración General del Estado" para el resto de elementos que conforman los elementos de la imagen institucional, excepto en la creación de logotipos de uso web.

A continuación se exponen ejemplos a evitar en la construcción del logotipo de Imagen institucional con Organismos o unidades dependientes



R Recomendado

- ❑ En el caso de páginas de un organismo dependiente y que sea necesario incluir su logotipo se podría hacer en el extremo superior derecho.

2.3. Logotipo con composición en Blanco y negro

Se presentan dos logotipos en blanco y negro (o gris), para dispositivos monocromos. Estos logotipos se utilizarán en ediciones que requieran una sola tinta, para visualización, por ejemplo, en libros electrónicos.



Obligatorio

- ❑ Se utiliza el blanco, negro y gris con la siguiente configuración en cuatricomía: Gris: configuración con 50% de negro.



2.4. Logotipo en la Administración Periférica



Obligatorio

- ❑ En la construcción del logotipo para la Administración periférica no se incluirá el Departamento Ministerial.



2.5. Convivencia de campañas institucionales: Logotipo con la imagen conjunta de dos Departamentos Ministeriales

En campañas institucionales donde participan dos, o más, Departamentos Ministeriales, el logotipo se construye por medio de la composición de la bandera de la Unión Europea, la bandera de España, y el Escudo de España, con la denominación "Gobierno de España", sin incluir la denominación de los Departamentos Ministeriales, usando la tipografía Gill Sans, con forma envolvente en color de fondo amarillo.



Obligatorio

- ❑ El logotipo se construye por medio de la composición de la bandera de la Unión Europea, la bandera de España, y el Escudo de España, con la denominación "Gobierno de España", sin incluir la denominación de los Departamentos Ministeriales



Con carácter excepcional, en campañas institucionales donde participen dos, o más, Departamentos Ministeriales, la composición del logotipo se podrá realizar teniendo como criterio fundamental la primacía en el orden jerárquico, de acuerdo con el Real Decreto de creación, o reestructuración, de los Departamentos Ministeriales. Ocasionalmente, el criterio para la composición de logotipos estará vinculado a la financiación, teniendo primacía el departamento que soporte la mayor financiación del proyecto, o por la relevancia o importancia de los Departamentos Ministeriales.



Obligatorio

- En este caso excepcional, la denominación de los Departamentos Ministeriales se incluirá, de izquierda a derecha, por orden jerárquico o relevancia.



2.6. Configuración del logotipo para la Imagen Institucional

En relación a los elementos básicos, el logotipo se construye por medio de la composición de:

- La Bandera de la Unión Europea: fondo y las tres estrellas de la izquierda.
- La Bandera de España.
- El Escudo de España: elemento básico que define la imagen de la Administración General del Estado, cuyo modelo oficial se hizo público en la Ley 33/1981, de 5 de octubre.
- El color de fondo: forma envolvente en color amarillo, en la que se incluye el Escudo, la denominación “Gobierno de España”, a la derecha del escudo, y la denominación ministerial, con tipografía Gill Sans. El tamaño de la denominación del Departamento Ministerial será un punto inferior al de “Gobierno de España”. Ambos textos estarán separados por una franja amarilla.





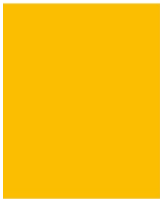
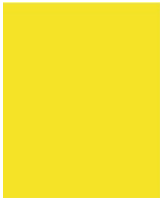

De acuerdo con estas instrucciones, el logotipo de Imagen institucional del Gobierno de España tendrá un formato similar al siguiente:



En relación al color, para la construcción cromática del logotipo se tendrán en cuenta las siguientes indicaciones. Los colores se podrán usar en una formulación u otra, dependiendo del medio o soporte que se utilice, pero para uso web es recomendable el uso de formulación del color en RGB.

	Colores				Construcción
Color de Fondo		AMARILLO Pantone 116	Formulación del color en RGB Formulación del color por cuatricromía	Rojo 255 Verde 219 Azul 0 Magenta 15% Amarillo 100%	
Bandera de la Unión Europea		AZUL Pantone Reflex Blue	Formulación del color en RGB Formulación del color por cuatricromía	Rojo 0 Verde 51 Azul 153 Cyan 100% Magenta 80%	
		AMARILLO Pantone Yellow	Formulación del color en RGB Formulación del color por cuatricromía	Rojo 255 Verde 204 Azul 0 Amarillo 100%	



Bandera de España		ROJO	Formulación del color en RGB	Rojo 173 Verde 21 Azul 25	
			Formulación del color por cuatricromía	Magenta 88% Amarillo 86% Negro 32%	
		AMARILLO	Formulación del color en RGB	Rojo 250 Verde 189 Azul 0	
			Formulación del color por cuatricromía	Magenta 24% Amarillo 100% Negro 2%	
Franja de separación entre Gobierno de España y Departamento Ministerial		AMARILLO Pantone 107	Formulación del color en RGB	Rojo 245 Verde 227 Azul 38	
			Formulación del color por cuatricromía	Magenta 4% Amarillo 79%	



Escudo



NEGRO

Formulación del color en RGB	Rojo	0
	Verde	0
	Azul	0

Formulación del color por cuatricromía	Negro	100%
--	-------	------



ROJO
Pantone 186

Formulación del color en RGB	Rojo	181
	Verde	0
	Azul	39

Formulación del color por cuatricromía	Magenta	100%
	Amarillo	80%



PLATA
Pantone 877

Formulación del color en RGB	Rojo	178
	Verde	178
	Azul	178

Formulación del color por cuatricromía	Negro	30%
--	-------	-----



ORO
Pantone 872

Formulación del color en RGB	Rojo	159
	Verde	126
	Azul	0

Formulación del color por cuatricromía	Cyan	20%
	Magenta	30%
	Amarillo	100%



VERDE
Pantone 3415

Formulación del color en RGB	Rojo	0
	Verde	111
	Azul	70

Formulación del color por cuatricromía	Cyan	100%
	Magenta	10%
	Amarillo	70%



AZUL
Pantone 2935

Formulación del color en RGB	Rojo	0
	Verde	68
	Azul	173

Formulación del color por cuatricromía	Cyan	100%
	Magenta	50%



PÚRPURA
Pantone 218

Formulación del color en RGB	Rojo	216
	Verde	90
	Azul	174

Formulación del color por cuatricromía	Magenta	70%
--	---------	-----



GRANADA
Pantone 1345

Formulación del color en RGB	Rojo	246
	Verde	203
	Azul	126

Formulación del color por cuatricromía	Magenta	10%
	Amarillo	40%

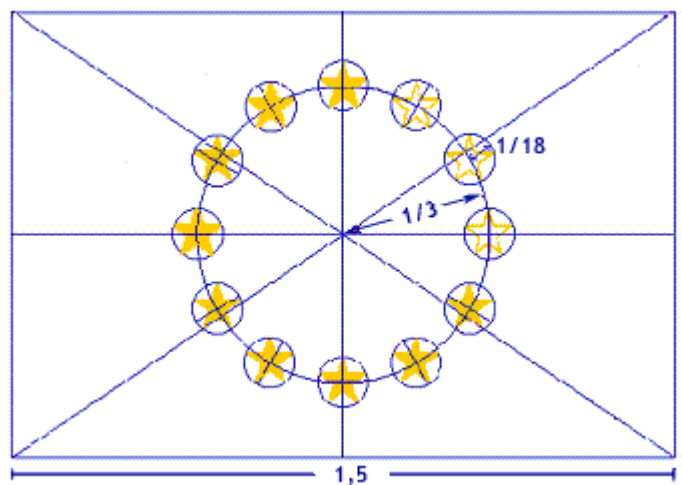


En relación a la definición de los elementos básicos, para la construcción del logotipo ha de tenerse en cuenta las siguientes consideraciones:

Construcción de la Bandera de la Unión Europea:

Descripción heráldica. Sobre campo azur, un círculo formado por doce estrellas de oro de cinco puntas, cuyas puntas no se tocan entre sí.

Descripción geométrica. El emblema consiste en una bandera rectangular de color azul, cuya longitud equivale a tres medios de su anchura. Doce estrellas doradas equidistantes forman un círculo imaginario cuyo centro se sitúa en el punto de intersección de las diagonales del rectángulo. El radio del círculo equivale a un tercio de la anchura de la bandera. Cada una de las estrellas de cinco puntas se inscribe en un círculo imaginario cuyo radio equivale a un dieciochoavo de la anchura de la bandera. Todas las estrellas están en posición vertical, esto es, con una punta dirigida hacia arriba y otras dos sobre una línea recta imaginaria, perpendicular al asta de la bandera. La disposición de las estrellas se corresponde con la de las horas en la esfera de un reloj, y su número es invariable.



Construcción de la Bandera de España:

La Bandera de España está formada por tres franjas horizontales, roja, amarilla y roja, siendo la amarilla de doble anchura que cada una de las rojas.



Construcción del Escudo de España:

El escudo de España es cuartelado y entado en punta. En el primer cuartel, de gules o rojo, un castillo de oro, almenado, aclarado de azur o azul y mazonado de sable o negro. En el segundo, de plata, un león rampante, de púrpura, linguado, uñado, armado de gules o rojo y coronado de oro. En el tercero, de oro, cuatro palos, de gules o rojo. En el cuarto, de gules o rojo, una cadena de oro, puesta en cruz, aspa y orla, cargada en el centro de una esmeralda de su color. Entado de plata, una granada al natural, rajada de gules o rojo, tallada y hojada de dos hojas, de sinople o verde.

Acompañado de dos columnas, de plata, con base y capitel, de oro, sobre ondas de azur o azul y plata, superada de corona imperial, la diestra, y de una corona real, la siniestra, ambas de oro, y rodeando las columnas, una cinta de gules o rojo, cargada de letras de oro, en la diestra «Plus» y en la siniestra «Ultra».

Al timbre, corona real, cerrada, que es un círculo de oro, engastado de piedras preciosas, compuesto de ocho florones de hojas de acanto, visibles cinco, interpoladas de perlas y de cuyas hojas salen sendas diademas sumadas de perlas, que convergen en un mundo de azur o azul, con el semimeridiano y el ecuador de oro, sumado de cruz de oro. La corona, forrada de gules o rojo.

El Escudo de España, lleva escusón de azur o azul, tres lises de oro, puestas dos y una, la bordura lisa, de gules o rojo, propio de la dinastía reinante.

Construcción del logotipo

El tamaño de las tipografías deberá ser lo suficientemente grande para que sea legible sin problemas en cualquier monitor. El tamaño de la tipografía utilizada para el Ministerio correspondiente deberá ser siempre un punto menor que la utilizada para “Gobierno de España”.

Los elementos gráficos deberán ir siempre en la cabecera de las páginas.

Tamaño mínimo para la inclusión en la cabecera de las páginas web

No es recomendable el uso del logotipo con un tamaño inferior a 72 píxeles de alto, para evitar problemas de legibilidad.

Tamaño mínimo de la pastilla: Para evitar fuertes contrastes en la construcción de los logotipos, es recomendable un tamaño mínimo de la pastilla de la denominación del Departamento Ministerial. El tamaño mínimo recomendado es igual a la distancia existente entre el punto central del escudo y la franja de separación de las pastillas de Gobierno de España y de la denominación del Departamento Ministerial.

A continuación se presenta un ejemplo:



Tamaño de la franja de separación entre “Gobierno de España” y la denominación del Departamento Ministerial: Es recomendable que la línea amarilla (color pantone 107) de separación entre “Gobierno de España” y la denominación del Departamento Ministerial tenga un tamaño de 2 puntos de ancho.



Obligatorio

- En la construcción del logotipo:
 - El tamaño de la tipografía utilizada para el Ministerio correspondiente deberá ser siempre un punto menor que la utilizada para “Gobierno de España”.
 - Los elementos gráficos deberán ir siempre en la cabecera de las páginas.



Recomendado

- En la construcción del logotipo:
 - El tamaño de las tipografías deberá ser lo suficientemente grande para que sea legible sin problemas en cualquier monitor.
 - No es recomendable el uso del logotipo en la cabecera de las páginas web con un tamaño inferior a 72 píxeles de alto, para evitar problemas de legibilidad.
 - Para evitar fuertes contrastes en la construcción de los logotipos, es recomendable un tamaño mínimo de la pastilla de la denominación del Departamento Ministerial.
 - El tamaño mínimo recomendado es igual a la distancia existente entre el punto central del escudo y la franja de separación de las pastillas de Gobierno de España y de la denominación del Departamento Ministerial.



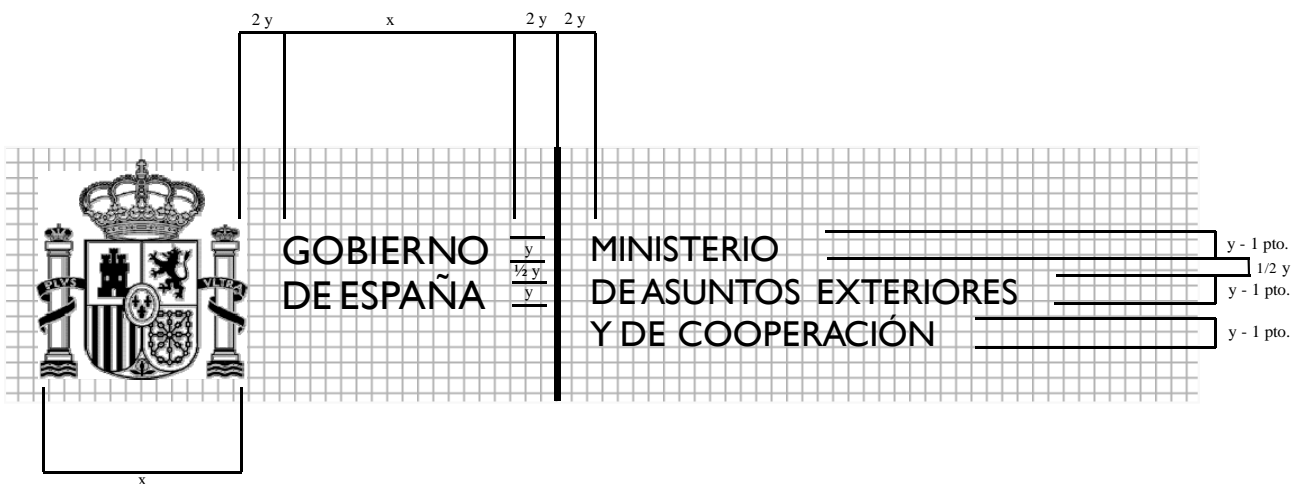
2.7. Criterios constructivos de la imagen institucional

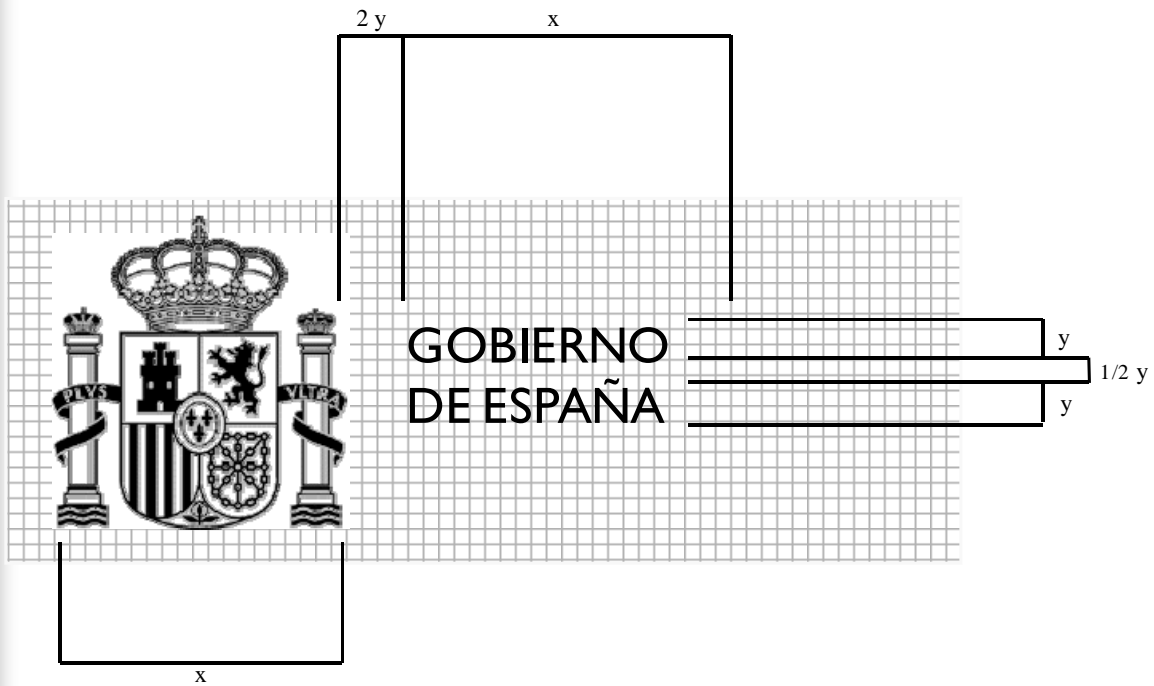
Para la construcción de la imagen institucional del Gobierno de España se deben seguir las siguientes instrucciones, teniendo en cuenta que:

X= Ancho del escudo.

Y= Altura de la tipografía de Gobierno de España.

Z= Altura de la franja central de la bandera de España.







2.8. Configuración estándar para la inclusión de los logotipos de los diferentes organismos oficiales en las cabeceras de las páginas web

El tamaño de las tipografías deberá ser lo suficientemente grande para que sea legible sin problemas en cualquier monitor. El tamaño de la tipografía utilizada para el Ministerio correspondiente deberá ser siempre un punto menor que la utilizada para “Gobierno de España”.

Los elementos gráficos deberán ir siempre en la cabecera de las páginas.

Se contemplan tres tipos de configuración estándar para la inclusión de los logotipos de los diferentes organismos oficiales en dichas cabeceras:

1.- Colocación del logotipo de Gobierno de España y el del Ministerio correspondiente en el extremo superior izquierdo de las páginas. Si se diese el caso de que las páginas son de un organismo dependiente y fuera necesario incluir otro logotipo se podrá hacer en el extremo superior derecho de las páginas:



2.- Colocación del logotipo de Gobierno de España y el del Ministerio correspondiente en el extremo superior izquierdo de las páginas. Si se diese el caso de que las páginas son de un organismo dependiente y fuera necesario incluir otro logotipo se podrá hacer integrándolo con una imagen de fondo:



3.- Colocación del logotipo de Gobierno de España y el del Ministerio correspondiente en el extremo superior derecho de las páginas en portales temáticos (Portal 060.es, PAE...). Si se diese el caso de que las páginas son de un organismo dependiente y fuera necesario incluir otro logotipo se podrá hacer en el extremo superior izquierdo de las páginas:



**Obligatorio**

- ❑ El tamaño de la tipografía utilizada para el Ministerio correspondiente deberá ser siempre un punto menor que la utilizada para “Gobierno de España”.
- ❑ Los elementos gráficos deberán ir siempre en la cabecera de las páginas.
- ❑ OPCIONES:
 - Colocación del logotipo de Gobierno de España y el del Ministerio correspondiente en el extremo superior izquierdo de las páginas, con logotipo de organismo dependiente.
 - Colocación del logotipo de Gobierno de España y el del Ministerio correspondiente en el extremo superior izquierdo de las páginas, con logotipo de organismo dependiente integrándolo con una imagen de fondo.
 - Colocación del logotipo de Gobierno de España y el del Ministerio correspondiente en el extremo superior derecho de las páginas en portales temáticos.

2.9. Configuración de iconos y faviconos

Para fortalecer la identidad visual de los sitios web de la AGE se pueden utilizar faviconos. Un favicono es el icono que aparece antes de la URL en la barra de direcciones del navegador en la lista de favoritos y en el historial de navegación. Esta marca visual permite encontrar el sitio con más facilidad en lista de sitios y contribuye a reforzar la familiaridad del usuario con los sitios de la AGE.

**Recomendado**

- ❑ Utilizar favicono con el escudo de España.

http://www.fomento.gob.es/mfom/lang_castellano/

En este apartado se presentan los iconos contruidos mediante la composición del Escudo de España, con forma envolvente en color de fondo amarillo, para su reproducción en color.

Para dispositivos monocromos se presentan iconos:

- en blanco y gris (en negativo).



- en blanco y negro (en positivo).

La colección de iconos, en formato ICO, pueden ser usados como “faviconos” o como accesos directos a páginas Web o aplicaciones.

Las imágenes resultantes tienen el mismo alto que ancho. Se crea una colección de iconos, de diferentes tamaños: 128*128, 48*48, 32*32, 24*24 y 16*16 píxeles. Este último tamaño es el indicado para su utilización como favicono.

Los iconos cuadrados del Escudo de España de tamaño grande, tamaño 128*128 píxeles (imagen del perfil) y tamaño 48*48 píxeles (imagen del avatar), son adecuados para su utilización en las webs de las redes sociales.

En las redes sociales, en las que la imagen del perfil es de forma cuadrada, con el mismo alto que ancho, los Departamentos Ministeriales y Organismos que no tengan autorizado el uso de logotipos propios, gradualmente tratarán de que la configuración del logotipo de imagen institucional se realice de acuerdo con el formato y estructura recogido en el apartado 2.11.3, en el espacio correspondiente a la Imagen institucional en las Redes Sociales. El logotipo se construye por medio de la composición del Escudo de España, con la leyenda que identifica el Departamento Ministerial, acompañado del dominio .gob, usando la tipografía Gill Sans, en minúsculas y en color rojo, con forma envolvente en color de fondo amarillo. La leyenda identificativa del Departamento Ministerial se inserta sobre un fondo amarillo, sobre la parte central del Escudo. En la parte inferior derecha del logotipo, insertamos, también sobre fondo amarillo con forma redondeada en su parte izquierda, la leyenda .gob, con una tipografía de tamaño superior a la tipografía de la leyenda del Departamento Ministerial.

Las plantillas de los logotipos de imagen institucional se facilitan en formato vectorial, en gif y en jpg, por el Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas y están disponibles en el Portal de Imagen Institucional <http://imagen.funciona.es> o previa petición al correo electrónico imagen.institucional@seap.minhap.es.



	16*16px	24*24px	32*32px	48*48px	128*128px	Tamaño grande
Escudo color						
Escudo blanco y gris-negativo						
Escudo blanco y negro-positivo						

2.10. Utilización de los elementos de Imagen

La utilización del logotipo de uso web de la Imagen institucional del Gobierno de España formado por la bandera de la Unión Europea, por la bandera de España, por el Escudo de España junto a la denominación del Gobierno de España, con el correspondiente Departamento Ministerial, será obligatoria de acuerdo con los formatos, diseños y supuestos de uso previstos en el presente fascículo de la presente Guía de Comunicación Digital para la Administración General del Estado, en el Real Decreto 1465/1999, de 17 de septiembre, por el que se establecen criterios de imagen institucional y se regula la producción documental y el material impreso de la Administración General del Estado y en la Orden de 27 de septiembre de 1999 por la que se aprueba el Manual de Imagen Institucional de la Administración General del Estado y se dictan normas de desarrollo del Real Decreto 1465/1999, por el que se establecen criterios de imagen institucional y se regula la producción documental y el material impreso de la Administración General del Estado.

2.10.1. Utilización de logotipos propios de Órganos y Organismos

De acuerdo con el Real Decreto 1465/1999, de 17 de septiembre, por el que se establecen criterios de imagen institucional y se regula la producción documental y el material impreso de la Administración General del Estado, con carácter excepcional, y siempre que se acrediten razones debidamente justificadas, el Ministro de Hacienda y Administraciones Públicas y el titular del correspondiente Ministerio de adscripción, vinculación o dependencia podrán autorizar la utilización por determinados órganos, Organismos autónomos y Servicios Comunes o Entidades Gestoras de la Seguridad Social de símbolos de imagen o logotipos propios junto a los símbolos establecidos.



Obligatorio

- ❑ La utilización del logotipo de uso web de la Imagen institucional del Gobierno de España, será de obligado cumplimiento por los órganos y organismos autónomos de la Administración General del Estado, sin perjuicio de las adaptaciones que resulten precisas en función de las particularidades o especificidades propias de determinadas actividades.
- ❑ La utilización conjunta de la imagen institucional y de la propia imagen se atenderá en todo caso a lo dispuesto en dicho Real Decreto y en el Manual de Imagen Institucional de la Administración General del Estado.

La utilización de símbolos de imagen o logotipos propios será comunicada a la Oficina Española de Patentes y Marcas para facilitar el cumplimiento de la prohibición legal de registrar signos que los reproduzcan o imiten. Asimismo, dichos símbolos y logotipos podrán ser registrados como marca en el caso de que vayan a ser utilizados en el tráfico económico.

2.10.2. Imagen institucional en los Documentos anexos

Los documentos anexos alojados en páginas webs, que puedan ser susceptibles de ser considerados material de papelería, utilizarán el logotipo que identifique al departamento u organismo responsable según lo dispuesto en el "Manual de imagen Institucional de la Administración General del Estado", aprobado por Orden de 27 de septiembre de 1999 en desarrollo del Real Decreto 1465/1999 y por la Resolución de 2 de abril de 2007, de la Secretaría General para la Administración Pública, por la que se modifica el Manual de Imagen Institucional de la Administración General del Estado y la Guía para la edición y publicación de páginas web en la Administración General del Estado, aprobada por Resolución de 9 de marzo de 2005 de la Secretaría General para la Administración Pública.



Obligatorio

- ❑ Los documentos anexos alojados en páginas webs, que puedan ser susceptibles de ser considerados material de papelería, utilizarán el logotipo que identifique al departamento u organismo responsable.

2.10.3. Imagen institucional en las Redes sociales

Al igual que en la señalización exterior e interior de edificios y oficinas públicas, en el material impreso y de papelería, y en los sitios web de la Administración General del Estado, para las redes sociales es necesario mantener una imagen lo más homogénea posible y una estructura similar, que enfoque al contenido y no disperse la atención, identificando estos espacios virtuales como sitios 'oficiales'.

En las Redes sociales encontraremos diversas opciones de mostrar la imagen institucional.

- La imagen del perfil y la miniatura o avatar
- El fondo de las páginas

Imagen del perfil

Como norma habitual, en las Redes sociales que lo permitan, la imagen del perfil será el logotipo de uso web de la imagen institucional de la Administración General del Estado correspondiente al Departamento Ministerial u Organismo.



En las redes sociales en las que la imagen del perfil es de forma cuadrada, con el mismo alto que ancho, los Departamentos Ministeriales y Organismos que no tengan autorizado el uso de logotipos propios, gradualmente deberán implementar el logotipo de imagen institucional por medio de la composición del Escudo de España, con la leyenda que identifica el Departamento Ministerial, acompañado del dominio .gob, usando la tipografía Gill Sans, en minúsculas y en color rojo, con forma envolvente en color de fondo amarillo. La leyenda identificativa del Departamento Ministerial se inserta sobre un fondo amarillo, sobre la parte central del Escudo. En la parte inferior derecha del logotipo, insertamos, también sobre fondo amarillo con forma redondeada en su parte izquierda, la leyenda .gob, con una tipografía de tamaño superior a la tipografía de la leyenda del Departamento Ministerial.

En las redes sociales donde la imagen del perfil es de forma cuadrada, con el mismo alto que ancho, el logotipo de imagen institucional también se podrá construir mediante la composición del Escudo de España, con forma envolvente en color de fondo amarillo, sin la inserción de la denominación ministerial, como recoge el apartado 2.10 de la presente Guía.

En las redes sociales, con la imagen del perfil cuadrada, los Órganos y Organismos públicos dependientes que dispongan de autorización para el uso de símbolos de imagen y logotipos identificativos propios, podrán construir su imagen utilizando los mismos.

En el caso de la red social Twitter, las dimensiones de la imagen del perfil son 128 x 128 píxeles. La imagen del avatar se reduce a 48 x 48 píxeles.

En el caso de la red social Facebook, la imagen del perfil para el muro debe tener unas dimensiones de 200 x 200 píxeles y un tamaño máximo de 2 MB. Hay que tener en cuenta que la imagen se adapta automáticamente a la miniatura que se reduce a 50 x 50 píxeles.

De acuerdo con estas instrucciones, el logotipo de Imagen institucional para las redes sociales donde la imagen del perfil es de forma cuadrada, tendrá un formato similar al siguiente:



	48*48px	128*128px	Tamaño grande
Imagen para Twitter			

Las plantillas de los logotipos de imagen institucional se facilitan en formato vectorial, en gif y en jpg, por el Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas y están disponibles en el Portal de Imagen Institucional <http://imagen.funciona.es> o previa petición al correo electrónico imagen.institucional@seap.minhap.es.



Obligatorio

- ❑ En las redes sociales que lo permitan, la imagen del perfil será el logotipo de uso web de la imagen institucional de la Administración General del Estado correspondiente al Departamento Ministerial u Organismo.
- ❑ En las redes sociales donde la imagen del perfil es de forma cuadrada para los Departamentos Ministeriales y Organismos que no tengan autorizado el uso de logotipos propios, gradualmente deberán implementar el logotipo de imagen institucional por medio de la composición del Escudo de España, con la leyenda que identifica el Departamento Ministerial, acompañado del dominio .gob, usando la tipografía Gill Sans, en minúsculas y en color rojo, con forma envolvente en color de fondo amarillo. La leyenda identificativa del Departamento Ministerial se inserta sobre un fondo amarillo, sobre la parte central del Escudo. En la parte inferior derecha del logotipo, insertamos, también sobre fondo amarillo con forma redondeada en su parte izquierda, la leyenda .gob, con una tipografía de tamaño superior a la tipografía de la leyenda del Departamento Ministerial.
- ❑ Asimismo, cuando la imagen del perfil es de forma cuadrada, el logotipo también se podrá construir mediante la composición del Escudo de España, con forma envolvente en color de fondo amarillo, sin la inserción de la denominación ministerial.

- ❑ En las redes sociales, con la imagen del perfil cuadrada, los Órganos y Organismos públicos dependientes que dispongan de autorización para el uso de símbolos de imagen y logotipos identificativos propios, podrán construir su imagen utilizando los mismos.

R Recomendado

- ❑ Para dispositivos monocromos se podrá utilizar el escudo en blanco y gris (en negativo) y en blanco y negro (en positivo).
- ❑ Tener en cuenta que en el caso de la red social Twitter, las dimensiones de la imagen del perfil son 128 x 128 píxeles. La imagen del avatar se reduce a 48 x 48 píxeles.
- ❑ En el caso de la red social Facebook, la imagen del perfil para el muro debe tener unas dimensiones de 200 x 200 píxeles y un tamaño máximo de 2 MB. Hay que tener en cuenta que la imagen se adapta automáticamente a la miniatura que se reduce a 50 x 50 píxeles.
- ❑ Diseñar el fondo optimizado a un tamaño para pantallas de 1280 x 1024 píxeles de anchura.
- ❑ En el diseño del fondo, en el caso de la red social Twitter, se dispone de un máximo de 200 píxeles de ancho en la zona izquierda de la pantalla para colocar el logo o imagen identificativa de la cuenta. Es importante tener en cuenta que el fondo que se diseñe debe tener un peso máximo de 100 KB si queremos que las páginas se carguen rápido.



Ver fascículo de Tecnologías web 2.0.





El fondo de las páginas

En las redes sociales que lo permitan, el fondo, de todas las páginas, tendrá color amarillo. Es recomendable que la zona izquierda del fondo de las páginas se construya por medio de la composición del Escudo de España, en color, acompañado, en su parte inferior, de la leyenda "Gobierno de España", de acuerdo con la configuración vertical del Escudo/Gobierno, establecida por Resolución de 2 de abril de 2007, de la Secretaría General para la Administración Pública, por la que se modifica el Manual de Imagen Institucional de la Administración General del Estado y la Guía para la edición y publicación de páginas web en la Administración General del Estado aprobada por Resolución de 9 de marzo de 2005 de la Secretaría General para la Administración Pública.

Hay que tener en cuenta que en el diseño del fondo, en el caso de la red social Twitter, se dispone de un máximo de 200 píxeles de ancho en la zona izquierda de la pantalla para colocar el logo o imagen identificativa de la cuenta y que el fondo que se diseñe debe tener un peso máximo de 100 KB si queremos que las páginas se carguen rápido.



	Obligatorio		
<input type="checkbox"/>	En las redes sociales que lo permitan, el fondo, de todas las páginas, tendrá color amarillo		
	Recomendado		
<input type="checkbox"/>	Es recomendable que la zona izquierda del fondo de las páginas se construya por medio de la composición del Escudo de España, en color, acompañado, en su parte inferior, de la leyenda "Gobierno de España", de acuerdo con la configuración vertical del Escudo/Gobierno		



- ❑ Diseñar el fondo optimizado a un tamaño para pantallas de 1280 x 1024 píxeles de anchura.
- ❑ Tener en cuenta que en el diseño del fondo, en el caso de la red social Twitter, se dispone de un máximo de 200 píxeles de ancho en la zona izquierda de la pantalla para colocar el logo o imagen identificativa de la cuenta.
- ❑ Es importante tener en cuenta que el fondo que se diseñe debe tener un peso máximo de 100 KB si queremos que las páginas se carguen rápido.

2.10.4. Imagen institucional en la versión móvil de páginas webs



Obligatorio

- ❑ En la versión móvil de las páginas web se utilizará el logotipo de la imagen institucional del Gobierno de España, con las franjas de las banderas de la Unión Europea y de la bandera de España.
- ❑ En la versión móvil de las páginas web de titularidad de Órganos y Organismos públicos dependientes que dispongan de autorización para el uso de símbolos de imagen y logotipos identificativos propios, podrán utilizar dichos símbolos junto al logotipo de la imagen institucional del Gobierno de España descrito en el párrafo anterior.
- ❑ En la versión móvil de las páginas web, el logotipo también se podrá construir mediante la composición de la bandera de la Unión Europea, la bandera de España, y el Escudo de España, con la denominación del Departamento Ministerial, en una única línea, usando la tipografía Gill Sans, con forma envolvente en color amarillo.



Ver fascículo de Aspectos Generales.

2.11. Prohibición del uso de elementos de imagen institucional para web en otros medios



Obligatorio

- ❑ El logotipo de la imagen institucional del Gobierno de España, con las franjas de las banderas de la Unión Europea y de la bandera de España, solo podrá reproducirse en páginas web.
- ❑ Para la reproducción en soportes que no sean de uso web, se utilizará el logotipo que identifique al departamento u organismo responsable según lo dispuesto en el "Manual de imagen Institucional de la Administración General del Estado", aprobado por Orden de 27 de septiembre de 1999 en desarrollo del Real Decreto 1465/1999 y por la Resolución de 2 de abril de 2007, de la Secretaría General para la Administración Pública, por la que se modifica el Manual de Imagen Institucional de la Administración General del Estado y la Guía para la edición y publicación de páginas web en la Administración General del Estado, aprobada por Resolución de 9 de marzo de 2005 de la Secretaría General para la Administración Pública.
- ❑ No está permitida la reproducción del logotipo de uso web, con la bandera de la Unión Europea y de la bandera de España, en otros medios, como, por ejemplo, en el material de papelería, en folletos, en señalización exterior, etc.

2.12. Empleo del logotipo por empresas o particulares

El logotipo podrá utilizarse únicamente cuando:

- No pueda inducir a confusión entre el usuario y la Administración General del Estado.
- No esté asociado a objetivos o actividades incompatibles con los principios y objetivos de la Administración General del Estado.

La autorización para utilizar el logotipo no confiere a quienes la obtienen derecho alguno de exclusividad, ni permite la apropiación, mediante registro o cualquier otro procedimiento, de dicho emblema ni de ninguna otra marca o logotipo similar. Cada caso se examinará individualmente a fin de determinar si satisface los criterios anteriormente expuestos. Dichos criterios no se cumplirán cuando el logotipo se utilice, con fines comerciales, conjuntamente con el logotipo, nombre o marca de una empresa.

2.13. Imagen promocional de la Administración Electrónica

En 2003 se introdujo la figura de la imagen promocional de la administración electrónica complementaria de la imagen institucional, a través de la promulgación de la Orden APU/959/2003.



Anterior imagen promocional

Tras ocho años de vigencia, esta imagen promocional ha dejado de tener reflejo en las distintas iniciativas de administración electrónica, siendo muy ilustrativo el escaso uso hecho en las sedes electrónicas creadas a partir de la entrada en vigor de la Ley 11/2007 debido a su falta de actualidad.

Para la puesta en marcha de las acciones de Difusión de los Servicios Electrónicos se ha considerado oportuna la actualización de la imagen promocional de la administración electrónica se ha creado una imagen nueva, más moderna, con un formato más horizontal y fácil de integrar en los portales y con un texto más grande, que permite que sea legible incluso en imágenes pequeñas. Tras las correspondientes adaptaciones y la obtención de la cesión total de derechos sobre la imagen, se ha propuesto la adopción de la imagen de Difusión de los Servicios Electrónicos como nueva imagen promocional de la Administración Electrónica.



Nueva propuesta

Mediante la entrada en vigor de la Orden TAP/953/2011, de 12 de abril, (BOE 19 de abril) por la que se aprueba la nueva imagen promocional de las actividades de administración electrónica y se establecen criterios para su utilización, se introduce una nueva imagen promocional de la administración electrónica actualizada.

El Portal de Imagen Institucional accesible a través de la Intranet Administrativa (Red Sara) (<http://imagen.funciona.es>), se puede acceder en el apartado de Imagen Institucional a la orden publicada en el BOE, y en el apartado de la Zona de Descarga a las imágenes en formato PNG (Portable Network Graphics) con un tamaño de 908 x 454 píxeles, descargables tanto en color y en grises y al Manual de uso.

La imagen promocional de Administración Electrónica será utilizada por la Administración General del Estado y los Organismos Públicos y Entidades de ella dependientes siendo su uso voluntario por otras Administraciones Públicas.

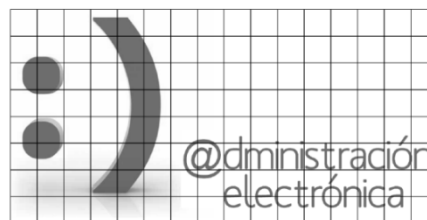
La nueva imagen promocional se utilizará como elemento de identificación y difusión de todas aquellas actividades, programas o medidas que se caractericen por su uso o impulso de medios electrónicos tanto en el ámbito de la actividad administrativa como en las relaciones de los ciudadanos con la Administración General del Estado y sus Organismos Públicos.

- a) Páginas en Internet, sedes electrónicas u otras redes de comunicación, diseño de pantallas de aplicaciones y sistemas de información.
- b) Publicaciones y folletos de información o divulgación en cualquier soporte.
- c) Anuncios institucionales en cualesquiera soportes.

Descripción del símbolo de imagen y logotipo



Cotas de proporción:



Tipografía:

Para la arroba «@» se utilizará la letra Arial.

Para el logotipo «dministración electrónica» se utilizará la letra MankSans-Medium.



Color:

Se utilizarán los colores azul claro, azul oscuro y gris, en sus versiones en RGB y Cuatricromía.

Azul claro: RGB 0092CF; Cuatricromía: C 100 %; M 29 %; Y 0 %; K 19 %.Azul oscuro: RGB 3F7AC0; Cuatricromía: C 67 %; M 36 %; Y 0 %; K 35 %.Gris: RGB 6D6E70; Cuatricromía: C 3 %; M 2 %; Y 0 %; K 56 %.

R Recomendado

- ❑ Utilizar tintas planas para respetar al máximo la pureza en la reproducción.

Siempre que sea posible se reproducirá el símbolo de imagen y logotipo sobre fondo blanco.

Versiones Gráficas:

Negativo: Cuando las características del medio obliguen al uso de negativo, la leyenda utilizará la tipografía en blanco, tanto si se reproduce el símbolo de imagen por colores directos como en cuatricromía.

Blanco y negro: En aquellos soportes que sólo impriman a una tinta se utilizará la siguiente traducción de colores.

Azul claro: K 51 %. Azul oscuro: K 55 %. Gris: K 66 %.



Obligatorio

- ❑ Blanco y negro por negativo: Solamente en el caso, por necesidades del soporte, de que no sea posible utilizar el positivo estará autorizada la versión en negativo.
- ❑ Reducciones: La aplicación del símbolo de imagen y logotipo en ciertos soportes puede obligar a la utilización de reducciones, que por razones de legibilidad, y a partir de las medidas indicadas en el Manual, obliguen a su uso.
- ❑ Versiones incorrectas: Se incluyen en el Manual las versiones incorrectas en función de los diferentes errores en su aplicación: Alteración de colores; colocación indebida de elementos; falseamiento de las proporciones; inadecuada división gráfica del símbolo de imagen y logotipo.



Criterios de coexistencia con la imagen institucional de la Administración General del Estado



Obligatorio

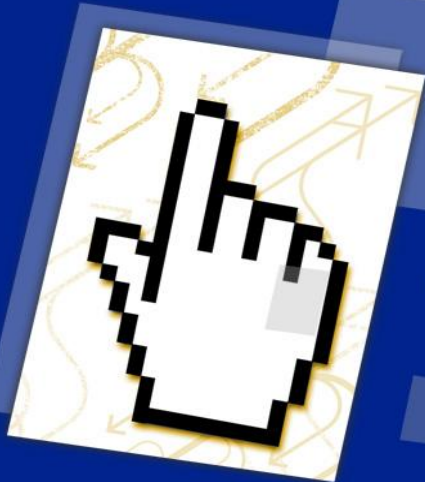
- ❑ El símbolo de imagen y logotipo nunca podrá ocupar el espacio correspondiente a un organismo dependiente.
- ❑ Deberá convivir con la imagen de la Administración General del Estado, de forma clara, pero sin competir con ella, y nunca podrá figurar dentro del ámbito institucional, respetando en todo momento el Manual de Imagen Institucional de la Administración General del Estado.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE HACIENDA
Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS Y OFIMÁTICOS



Guía de Comunicación Digital para la Administración General del Estado



REQUISITOS ANTES DE TENER EL SITIO WEB 6

3. EXTENSION DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL A LOS DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS Y OFIMÁTICOS ELABORADOS EN EL ÁMBITO DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO. 6

3.1. INTRODUCCIÓN 6

3.2. ELEMENTOS BÁSICOS DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL 9

3.2.1. CONFIGURACIÓN DEL LOGOTIPO DE GOBIERNO DE ESPAÑA. 10

3.2.1.1. PROPORCIONES DE LA FORMA ENVOLVENTE ESCUDO / LOGOTIPO DE GOBIERNO DE ESPAÑA. 10

3.2.1.2. CRITERIOS CONSTRUCTIVOS DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL. 12

3.2.2. CONFIGURACIÓN DEL LOGOTIPO DE GOBIERNO DE ESPAÑA. INTEGRACIÓN DE LOS SIGNOS BÁSICOS DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO Y DE LOS ORGANISMOS DEPENDIENTES. 13

3.2.2.1. PROPORCIONES DE LA FORMA ENVOLVENTE ESCUDO / LOGOTIPO DE GOBIERNO DE ESPAÑA. 14

3.2.2.2. CRITERIOS CONSTRUCTIVOS DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL. 15

3.2.3. CONFIGURACIÓN DEL LOGOTIPO DE GOBIERNO DE ESPAÑA. TAMAÑO MÍNIMO DEL LOGOTIPO. 18

3.2.4. CONFIGURACIÓN DEL LOGOTIPO DE DEPARTAMENTO MINISTERIAL. 19

3.2.4.1. PROPORCIONES DE LA FORMA ENVOLVENTE ESCUDO / LOGOTIPO DE DEPARTAMENTO MINISTERIAL. 19

3.2.4.2. CRITERIOS CONSTRUCTIVOS DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL. 20

3.2.5. CONFIGURACIÓN DEL LOGOTIPO DE DEPARTAMENTO MINISTERIAL. INTEGRACIÓN DE LOS SIGNOS BÁSICOS DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO Y DE LOS ORGANISMOS DEPENDIENTES. 21

3.2.5.1. PROPORCIONES DE LA FORMA ENVOLVENTE ESCUDO / LOGOTIPO DE DEPARTAMENTO MINISTERIAL. 21

3.2.5.2. CRITERIOS CONSTRUCTIVOS DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL. 23

3.3. INDICACIONES ESPECÍFICAS PARA PAPELERÍAS INFORMÁTICAS. 26

3.3.1. INDICACIONES ESPECÍFICAS PARA PAPELERÍAS INFORMÁTICAS. TIPOGRAFÍAS COMPATIBLES. TAMAÑO DE LA TIPOGRAFÍA. 26

3.3.2. INDICACIONES ESPECÍFICAS PARA PAPELERÍAS INFORMÁTICAS. 28

3.3.2.1. CRITERIOS CONSTRUCTIVOS DE PAPELERÍAS INFORMÁTICAS. CONFIGURACIÓN DE PRIMERA PÁGINA. 28

3.3.2.2. CRITERIOS CONSTRUCTIVOS DE PAPELERÍAS INFORMÁTICAS. CONFIGURACIÓN DE SEGUNDA, Y SIGUIENTES, PÁGINAS. 29



3.3.3.	NORMATIVA PARA DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS Y OFIMÁTICOS REALIZADOS CON PROGRAMAS DE PROCESADORES DE TEXTOS.	30
3.3.3.1.	CONFIGURACIÓN DE DOCUMENTOS/INFORMES DE MINISTERIO CON UNIDADES DEPENDIENTES.	30
3.3.3.2.	CONFIGURACIÓN DE DOCUMENTOS/INFORMES DE MINISTERIO CON ORGANISMO DEPENDIENTE CON LOGOTIPO PROPIO AUTORIZADO.	31
3.3.3.3.	CONFIGURACIÓN DE DOCUMENTOS/INFORMES DE MINISTERIO CON PROYECTO O PROGRAMA.	32
3.3.3.4.	CONFIGURACIÓN DE DOCUMENTOS/INFORMES EN SEGUNDAS, Y SIGUIENTES, PÁGINAS.	33
3.4.	NORMATIVA PARA DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS Y OFIMÁTICOS REALIZADOS CON PROGRAMAS DE HOJAS DE CÁLCULO.	34
3.4.1.	CONFIGURACIÓN DE DOCUMENTOS/INFORMES DE MINISTERIO SIN UNIDADES DEPENDIENTES.	34
3.4.2.	CONFIGURACIÓN DE DOCUMENTOS/INFORMES DE MINISTERIO CON UNIDADES DEPENDIENTES.	35
3.4.3.	CONFIGURACIÓN DE DOCUMENTOS/INFORMES DE MINISTERIO CON ORGANISMO DEPENDIENTE CON LOGOTIPO PROPIO AUTORIZADO.	36
3.4.4.	CONFIGURACIÓN DE DOCUMENTOS/INFORMES DE MINISTERIO CON PROYECTO O PROGRAMA.	37
3.5.	NORMATIVA PARA DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS Y OFIMÁTICOS REALIZADOS CON PROGRAMAS DE BASES DE DATOS.	38
3.5.1.	CONFIGURACIÓN DE DOCUMENTOS/INFORMES DE MINISTERIO SIN UNIDADES DEPENDIENTES.	38
3.5.2.	CONFIGURACIÓN DE DOCUMENTOS/INFORMES DE MINISTERIO CON UNIDADES DEPENDIENTES.	39
3.5.3.	CONFIGURACIÓN DE DOCUMENTOS/INFORMES DE MINISTERIO CON ORGANISMO DEPENDIENTE CON LOGOTIPO PROPIO AUTORIZADO.	40
3.5.4.	CONFIGURACIÓN DE DOCUMENTOS/INFORMES DE MINISTERIO CON PROYECTO O PROGRAMA.	41
3.6.	NORMATIVA PARA DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS Y OFIMÁTICOS REALIZADOS CON PROGRAMAS DE PRESENTACIONES.	42
3.6.1.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES PARA USOS GENERALES.	42
3.6.1.1.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES PARA USOS GENERALES. MINISTERIO SIN UNIDADES DEPENDIENTES.	44
3.6.1.1.1.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES DE MINISTERIO SIN UNIDADES DEPENDIENTES. PRIMERA PÁGINA.	44
3.6.1.1.2.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES DE MINISTERIO SIN UNIDADES DEPENDIENTES. SEGUNDA, Y SIGUIENTES, PÁGINAS.	45
3.6.1.1.3.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES DE GOBIERNO DE ESPAÑA. SEGUNDA, Y SIGUIENTES, PÁGINAS.	46
3.6.1.1.4.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES DE MINISTERIO SIN UNIDADES DEPENDIENTES. ÚLTIMA PÁGINA.	47



3.6.1.2.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES PARA USOS GENERALES. MINISTERIO CON UNIDADES DEPENDIENTES.	48
3.6.1.2.1.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES DE MINISTERIO CON UNIDADES DEPENDIENTES. PRIMERA PÁGINA.	48
3.6.1.2.2.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES DE MINISTERIO CON UNIDADES DEPENDIENTES. SEGUNDA, Y SIGUIENTES, PÁGINAS.	49
3.6.1.2.3.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES DE GOBIERNO DE ESPAÑA. SEGUNDA, Y SIGUIENTES, PÁGINAS.	50
3.6.1.2.4.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES DE MINISTERIO CON UNIDADES DEPENDIENTES. ÚLTIMA PÁGINA.	51
3.6.1.3.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES PARA USOS GENERALES. MINISTERIO CON ORGANISMO DEPENDIENTE CON LOGOTIPO PROPIO AUTORIZADO.	52
3.6.1.3.1.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES DE MINISTERIO CON ORGANISMO DEPENDIENTE CON LOGOTIPO PROPIO AUTORIZADO. PRIMERA PÁGINA.	52
3.6.1.3.2.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES DE MINISTERIO CON ORGANISMO DEPENDIENTE CON LOGOTIPO PROPIO AUTORIZADO. SEGUNDA, Y SIGUIENTES, PÁGINAS.	53
3.6.1.3.3.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES DE MINISTERIO CON ORGANISMO DEPENDIENTE CON LOGOTIPO PROPIO AUTORIZADO. ÚLTIMA PÁGINA.	54
3.6.1.4.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES PARA USOS GENERALES. MINISTERIO CON PROYECTO O PROGRAMA.	55
3.6.1.4.1.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES DE MINISTERIO CON PROYECTO O PROGRAMA. PRIMERA PÁGINA.	55
3.6.1.4.2.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES DE MINISTERIO CON PROYECTO O PROGRAMA. SEGUNDA, Y SIGUIENTES, PÁGINAS.	56
3.6.1.4.3.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES DE GOBIERNO DE ESPAÑA CON PROYECTO O PROGRAMA. SEGUNDA, Y SIGUIENTES, PÁGINAS.	57
3.6.1.4.4.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES DE MINISTERIO CON PROYECTO O PROGRAMA. ÚLTIMA PÁGINA.	58
3.6.2.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES PARA PROYECCIÓN EN PANTALLA.	59
3.6.2.1.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES PARA PROYECCIÓN EN PANTALLA. PRIMERA PÁGINA.	61
3.6.2.2.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES PARA PROYECCIÓN EN PANTALLA. PÁGINAS DE CONTENIDO.	62
3.6.2.2.1.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES PARA PROYECCIÓN EN PANTALLA. PÁGINAS DE CONTENIDO. CONFIGURACIÓN GENERAL. SEGUNDA, Y SIGUIENTES, PÁGINAS.	62
3.6.2.2.2.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES PARA PROYECCIÓN EN PANTALLA. PÁGINAS DE CONTENIDO. RESUMEN DE TEMAS.	63
3.6.2.2.3.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES PARA PROYECCIÓN EN PANTALLA. PÁGINAS DE CONTENIDO. DESARROLLO DEL PRIMER TEMA.	64



3.6.2.2.4.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES PARA PROYECCIÓN EN PANTALLA. PÁGINAS DE CONTENIDO. DESARROLLO DEL SEGUNDO TEMA.	65
3.6.2.2.5.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES PARA PROYECCIÓN EN PANTALLA. PÁGINAS DE CONTENIDO. DESARROLLO DEL TERCER TEMA.	66
3.6.2.2.6.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES PARA PROYECCIÓN EN PANTALLA. PÁGINAS DE CONTENIDO. DESARROLLO DEL CUARTO TEMA.	67
3.6.2.2.7.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES PARA PROYECCIÓN EN PANTALLA. PÁGINAS DE CONTENIDO. DESARROLLO DEL QUINTO TEMA.	68
3.6.2.3.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES PARA PROYECCIÓN EN PANTALLA. GRÁFICOS.	69
3.6.2.3.1.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES PARA PROYECCIÓN EN PANTALLA. GRÁFICOS. GRÁFICO DE LÍNEAS.	69
3.6.2.3.2.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES PARA PROYECCIÓN EN PANTALLA. GRÁFICOS. GRÁFICO CIRCULAR.	70
3.6.2.3.3.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES PARA PROYECCIÓN EN PANTALLA. GRÁFICOS. GRÁFICO DE COLUMNA.	71
3.6.2.4.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES PARA PROYECCIÓN EN PANTALLA. TABLA/CUADRO.	72
3.6.2.5.	CONFIGURACIÓN DE PRESENTACIONES PARA PROYECCIÓN EN PANTALLA. ÚLTIMA PÁGINA.	73
3.7.	CONFIGURACIÓN DE FIRMA EN EL CORREO ELECTRÓNICO	74
3.8.	CONFIGURACIÓN DE NEWSLETTER	76



REQUISITOS ANTES DE TENER EL SITIO WEB

3. EXTENSION DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL A LOS DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS Y OFIMÁTICOS ELABORADOS EN EL ÁMBITO DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO.

Este fascículo de la Guía de Comunicación Digital de la Administración General del Estado recoge los aspectos a tener en cuenta a la hora de incluir documentos electrónicos y ofimáticos.

El contenido de este fascículo se puede considerar como complementario al Fascículo 2 de esta Guía de Comunicación Digital: Imagen Institucional y aplicará a los documentos electrónicos y ofimáticos elaborados en el ámbito de la Administración General del Estado (AGE).

La extensión de la imagen institucional a los documentos electrónicos y ofimáticos elaborados en el ámbito de la Administración General del Estado, es una de las medidas contenidas en el informe aprobado por la Comisión para la Reforma de las Administraciones Públicas (CORA), y tiene por objeto superar definitivamente la dispersión existente en materia de Imagen Institucional en el seno de la AGE en aquellos soportes documentales en los que se ha producido una libre interpretación de los elementos de Imagen Institucional que son de aplicación obligatoria o recomendada. La medida se motiva también en el deseo de mejorar la calidad de los documentos que se ponen a disposición de los ciudadanos y de otras Administraciones Públicas nacionales y extranjeras, así como reforzar su carácter oficial. Por lo tanto, estas mismas recomendaciones se aplicarán a todo tipo de documentos electrónicos y ofimáticos que se utilicen en la AGE, aunque no estén incluidos en sitios web.

3.1. Introducción

La imagen institucional de la Administración General del Estado nace en 1999 como respuesta a la necesidad de acabar con la confusión generada por la dispersión gráfica existente en los organismos que la componen en ese momento.

Mediante el siguiente conjunto de normas se establecen los criterios de imagen, se regula la producción documental y el material impreso de la Administración General del Estado, y ampliando las medidas a la Administración Electrónica:

- Real Decreto 1465/1999, de 17 de septiembre, por el que se establecen criterios de imagen institucional y se regula la producción documental y el material impreso de la AGE.



- Orden de 27 de septiembre de 1999 por la que se aprueba el Manual de Imagen Institucional de la AGE y se dictan normas de desarrollo del Real Decreto 1465/1999, por el que se establecen criterios de imagen institucional y se regula la producción documental y el material impreso de la AGE.
- Real Decreto 209/2003, de 21 de febrero, por el que se regulan los registros y las notificaciones telemáticas, así como la utilización de medios telemáticos para la sustitución de la aportación de certificados por los ciudadanos.
- Resolución de 2 de abril de 2007, de la Secretaría General para la Administración Pública, por la que se modifica el Manual de Imagen Institucional de la AGE y la Guía para la edición y publicación de páginas web en la AGE aprobada por Resolución de 9 de marzo de 2005 de la Secretaría General para la Administración Pública (incorpora el logotipo “Gobierno de España” y nuevos elementos de imagen institucional con destino a las páginas web incorporando parcialmente la bandera española y la de la Unión Europea como distintivos inequívocos a nivel internacional).
- Resolución de 12 de junio de 2010, de la Secretaría de Estado para la Función Pública, por la que se amplía lo establecido en la Resolución de 2 de abril de 2007, de la Secretaría General para la Administración Pública, por la que se modifica el Manual de Imagen Institucional y la Guía para la edición y publicación de páginas web en la AGE, con el fin de unificar la imagen institucional de la Administración Periférica.
- Orden TAP/953/2011, de 12 de abril, por la que se aprueba la nueva imagen promocional de las actividades de administración electrónica y se establecen criterios para su utilización.
- Resolución de 21 de marzo de 2013, de la Secretaría de Estado de Administraciones Públicas, por la que se aprueba la Guía de Comunicación Digital para la AGE.

Toda esta normativa, incluyendo el Manual de Imagen Institucional, así como las Guías prácticas, donde se explica pormenorizadamente la configuración de los logotipos y su aplicación para diferentes formatos y soportes, las consultas frecuentes en las que se da respuesta a potenciales preguntas que pueden surgirle a los usuarios, y los elementos descargables, como Escudos y logotipos de los diferentes Ministerios, así como plantillas de papelería y otros documentos que se consideren importantes, están disponibles en el Portal de Imagen Institucional <http://imagen.funciona.es> , accesible exclusivamente desde la Red SARA.

La situación actual se puede definir como un cumplimiento prácticamente total en lo referido a las plantillas incorporadas al Manual de Imagen Institucional, como es el papel de carta, tarjetas y tarjetones, papel de trabajo, papel de oficio, nota interior, fax, modelos normalizados de solicitud, sobres y carpetas. También en el caso de documentos no recogidos expresamente por el Manual, como son las Notas de Prensa, se han identificado buenas prácticas en el mantenimiento y conservación del formato.



Sin embargo, la progresiva desmaterialización de los documentos, en favor de los documentos ofimáticos y electrónicos, así como la multiplicidad de formatos posibles (documentos de texto, hojas de cálculo, bases de datos, presentaciones, correos electrónicos, etc.) ha conllevado una implantación más deficiente de la Imagen Institucional, llevando a una heterogeneidad y dispersión en el formato, colores, tipografías y otros elementos empleados en la elaboración de los documentos, con tal suerte que tan sólo se conservan como elementos de Imagen Institucional los más básicos como son el Escudo y logotipo, lo que conlleva que, actualmente, la vasta producción de documentos electrónicos y ofimáticos que se realiza en la Administración General del Estado en forma de informes, hojas de cálculo, bases de datos o presentaciones, integren elementos de Imagen Institucional bajo criterios de libre interpretación.

Asimismo, el impulso de la administración electrónica, el desarrollo de páginas web y de Sedes y Subsedes Electrónicas de acceso electrónico de los ciudadanos a los Servicios Públicos, que permiten el acceso de los ciudadanos y las empresas a toda la información, procedimientos, trámites y servicios que están disponibles electrónicamente, supone un incremento sustancial de los documentos ofimáticos y electrónicos generados en el ámbito de la Administración General del Estado.

Mediante la extensión de la imagen institucional a los documentos electrónicos y ofimáticos, se pretende la definitiva homogeneización de la imagen institucional en el ámbito de la Administración General del Estado, reforzando así la identidad y unicidad de la misma ante la ciudadanía y ante otras Administraciones Públicas nacionales y extranjeras. El establecimiento de una imagen institucional lleva aparejadas además la normalización y racionalización del material utilizado por la Administración en su actuación, prestando especial atención a la necesidad de articular un modelo de actividad administrativa eficiente y ágil.

En este sentido, la medida referida a la Imagen Institucional aprobada por la Comisión para la Reforma de las Administraciones Públicas (CORA), se motiva en el deseo de superar definitivamente la dispersión existente en materia de Imagen Institucional en el seno de la AGE en aquellos soportes documentales en los que se ha producido una libre interpretación de los elementos de Imagen Institucional que son de aplicación obligatoria o recomendada. La medida se motiva también en el deseo de mejorar la calidad de los documentos que se ponen a disposición de los ciudadanos y de otras Administraciones Públicas nacionales y extranjeras, así como reforzar su carácter oficial.

Los contenidos de este fascículo no sustituyen lo especificado en el Manual de Imagen Institucional de la Administración General del Estado, en el que se recoge exhaustivamente la normativa para material impreso. El Manual se encuentra disponible en el Portal de Imagen Institucional <http://imagen.funciona.es> y recomendamos su consulta para ampliar la información contenida en esta Guía.



Esta Guía amplía, concreta y desarrolla la normativa recogida en el Manual de Imagen Institucional de la Administración General del Estado, introduciendo normas y criterios para la confección de documentos electrónicos y ofimáticos (documentos de texto, hojas de cálculo, bases de datos, presentaciones, etc.) no recogidos en el Manual de Imagen Institucional.

La nueva configuración de la imagen institucional en los documentos electrónicos y ofimáticos es de obligado cumplimiento y afecta a toda la Administración General del Estado, así como las entidades de derecho público vinculadas o dependientes de la misma.

Dado el carácter extensible y actualizable de la Guía de Comunicación Digital, se incorporará a la misma una nueva parte, con los fascículos necesarios para introducir un tratamiento homogéneo de la Imagen Institucional en los documentos electrónicos y ofimáticos de la Administración General del Estado.

3.2. Elementos básicos de la imagen institucional

El Portal de Imagen Institucional accesible a través de la Intranet Administrativa (Red Sara) (<http://imagen.funciona.es>), pretende el establecimiento de una imagen unívoca y homogénea sustentada en el Escudo de España como símbolo constitucional que posee las características de neutralidad y coherencia con la organización a la que va a representar, y que, además, presenta la ventaja de su confianza para los ciudadanos. Asimismo facilita el acceso de todos los agentes a los elementos constitutivos de la imagen, su construcción y utilización en diferentes situaciones y soportes.

Los criterios de imagen contemplan una serie de elementos básicos: logotipo, tipografía, gama cromática (con la necesaria referencia a los ya establecidos para papelería, señalizaciones y publicaciones) y los criterios para la estructuración de las páginas, que garantizan una similitud entre las páginas de los diferentes Ministerios sin menoscabar las especificidades propias de los ámbitos competenciales.

Los logotipos de imagen institucional se facilitan en formato vectorial, en gif y en jpg, por el Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas y están disponibles en el Portal de Imagen Institucional <http://imagen.funciona.es> o previa petición al correo electrónico imagen.institucional@seap.minhap.es.

Los contenidos de este fascículo no sustituyen lo especificado en el Manual de Imagen Institucional de la Administración General del Estado, en el que se trata exhaustivamente sobre los elementos que conforman la imagen institucional. El Manual se encuentra disponible en el Portal de Imagen Institucional <http://imagen.funciona.es> y recomendamos su consulta para ampliar la información contenida en esta Guía.



3.2.1. Configuración del Logotipo de Gobierno de España.

La Resolución de 2 de abril de 2007, de la Secretaría General para la Administración Pública, por la que se modifica el Manual de Imagen Institucional de la Administración General del Estado y la Guía para la edición y publicación de páginas Web en la Administración General del Estado aprobada por Resolución de 9 de marzo de 2005 de la Secretaría General para la Administración Pública, recoge la creación de la configuración de imagen institucional **Gobierno de España**.

La Resolución crea la nueva configuración de la imagen institucional de la Administración General del Estado, consistente en la inserción del logotipo **Gobierno de España** junto con los elementos básicos de dicha imagen (Escudo de España y colores institucionales) establecidos en el Real Decreto 1465/1999, por el que se establecen criterios de imagen institucional y se regula la producción documental y el material impreso de la Administración General del Estado y en el Manual de Imagen Institucional aprobado por la Orden de 27 de septiembre de 1999. El logotipo mantendrá la tipografía recogida en dicho Manual.

También recoge los supuestos de uso de la configuración de Imagen Institucional "Gobierno de España", indicando que la nueva configuración será utilizada en las campañas de publicidad, comunicación y difusión de acciones institucionales, así como en aquellas otras actuaciones administrativas de especial relevancia que se estimen oportunas, incluyendo las páginas web correspondientes. Su utilización se realizará de conformidad con las normas que, en lo relativo a soportes, formatos y estructura, se recogen en el Manual de Imagen Institucional de la Administración General del Estado y en la Guía de Comunicación Digital para la Administración General del Estado.

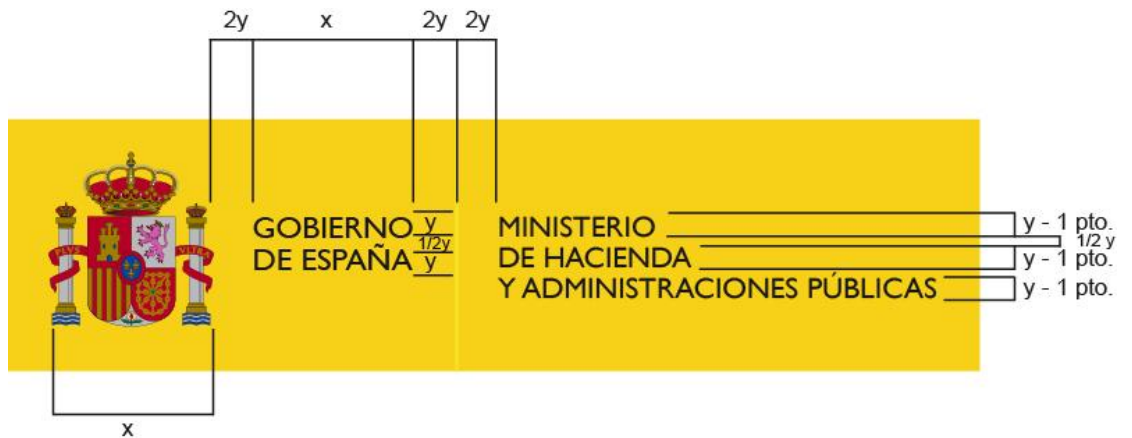
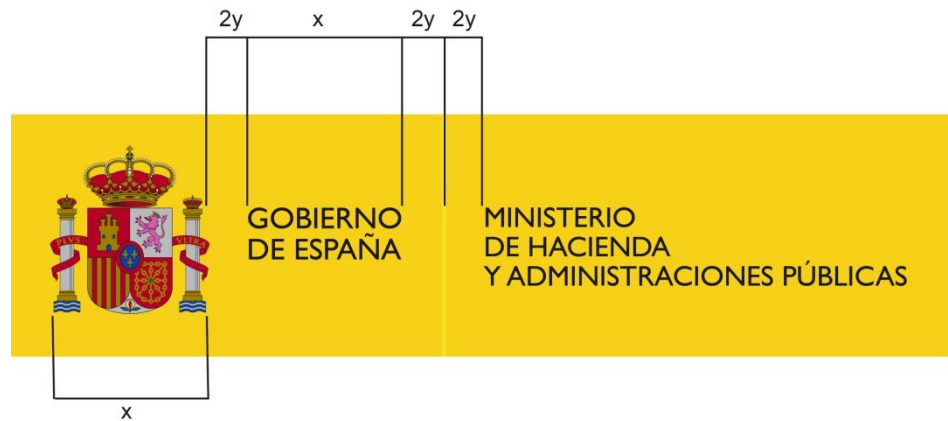


3.2.1.1. Proporciones de la forma envolvente Escudo / Logotipo de Gobierno de España.

Escudo y Logotipo estarán protegidos por una zona que no será traspasada por ningún otro elemento. Esta zona de protección deberá regirse por la medida modular "X", que corresponde a la altura del Escudo.

X= Anchura del Escudo.

Y= Altura de la tipografía de Gobierno de España.



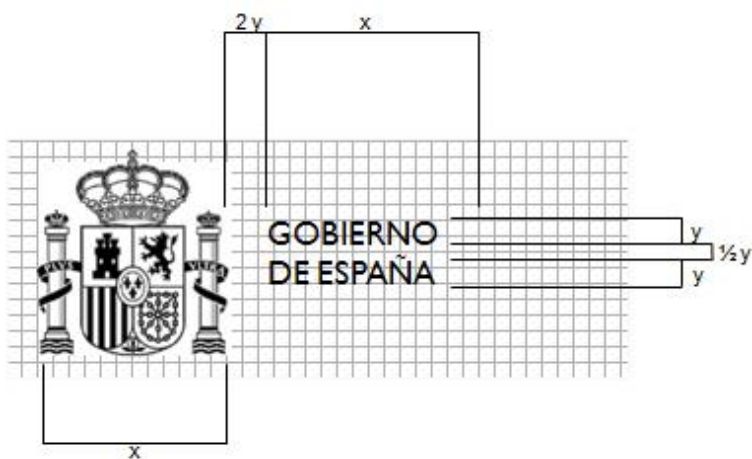


3.2.1.2. Criterios constructivos de la imagen institucional.

Para la construcción de la imagen institucional del Gobierno de España se deben seguir las siguientes instrucciones, teniendo en cuenta que:

X= Anchura del Escudo.

Y= Altura de la tipografía de Gobierno de España.





3.2.2. Configuración del Logotipo de Gobierno de España. Integración de los signos básicos de la Administración General del Estado y de los Organismos dependientes.

 <p>GOBIERNO DE ESPAÑA</p>	<p>MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES Y DE COOPERACIÓN</p>	<p>DENOMINACIÓN ORGANISMO DE SEGUNDO NIVEL</p>
 <p>GOBIERNO DE ESPAÑA</p>	<p>MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES Y DE COOPERACIÓN</p>	<p>DENOMINACIÓN ORGANISMO DE SEGUNDO NIVEL</p> <p>DENOMINACIÓN ORGANISMO DE TERCERNIVEL</p>
 <p>GOBIERNO DE ESPAÑA</p>	<p>MINISTERIO DE HACIENDA Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS</p>	

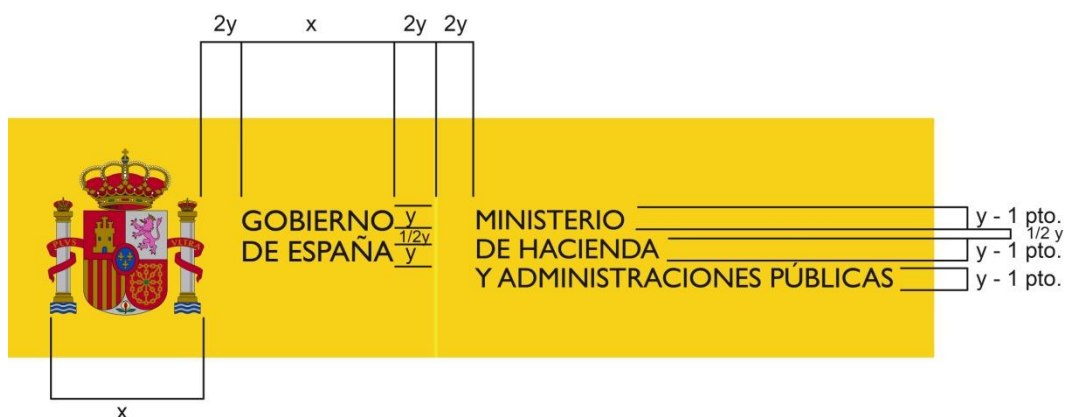
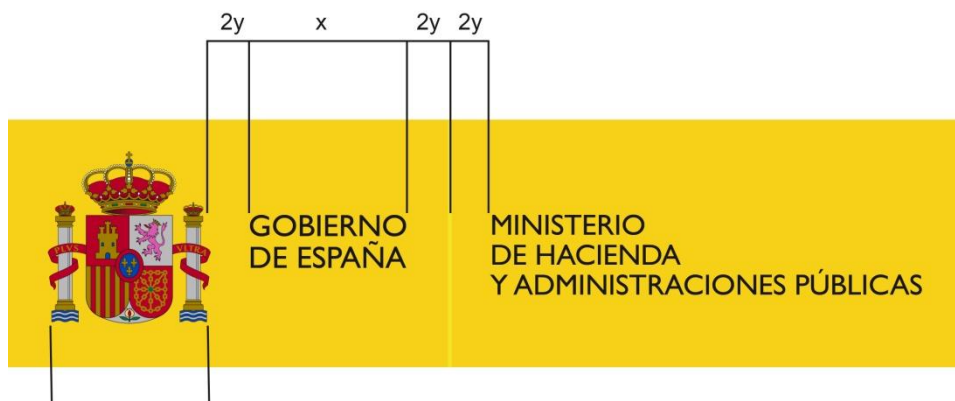


3.2.2.1. Proporciones de la forma envolvente Escudo / Logotipo de Gobierno de España.

Escudo y Logotipo estarán protegidos por una zona que no será traspasada por ningún otro elemento. Esta zona de protección deberá registrarse por la medida modular "X", que corresponde a la altura del Escudo.

Sobre una estructura rectangular, figuraran en $3/4$, aproximadamente, los signos básicos de primer nivel y en $1/4$ el resto de los niveles, que se configurarán de acuerdo a la establecido en el Manual de Imagen Institucional. El ancho de las unidades y de los Organismos dependientes podrá ser ampliado en el caso de que las denominaciones de Organismos sean más largas de lo que aquí figura, y en aquellos casos que por configuración del símbolo y logotipo del Organismo requiera un tamaño mayor, para su mejor lectura y con el fin de conseguir una composición equilibrada, aunque en ningún caso podrá ampliarse la altura.





3.2.2.2. Criterios constructivos de la imagen institucional.

Para la construcción de la imagen institucional del Gobierno de España se deben seguir las siguientes instrucciones, teniendo en cuenta que:

X= Anchura del Escudo.

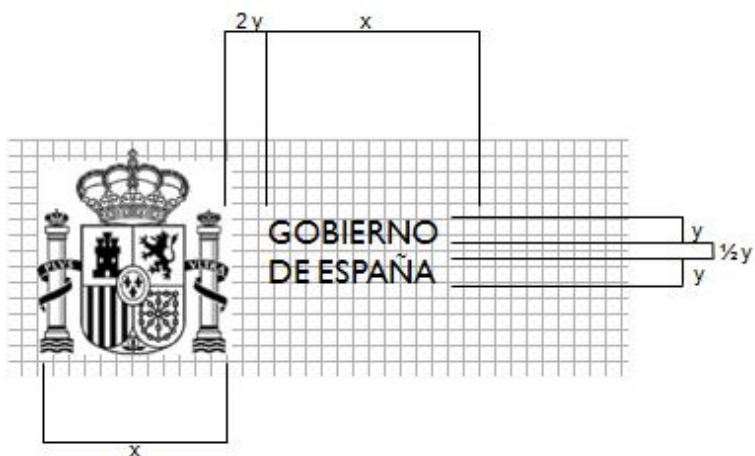
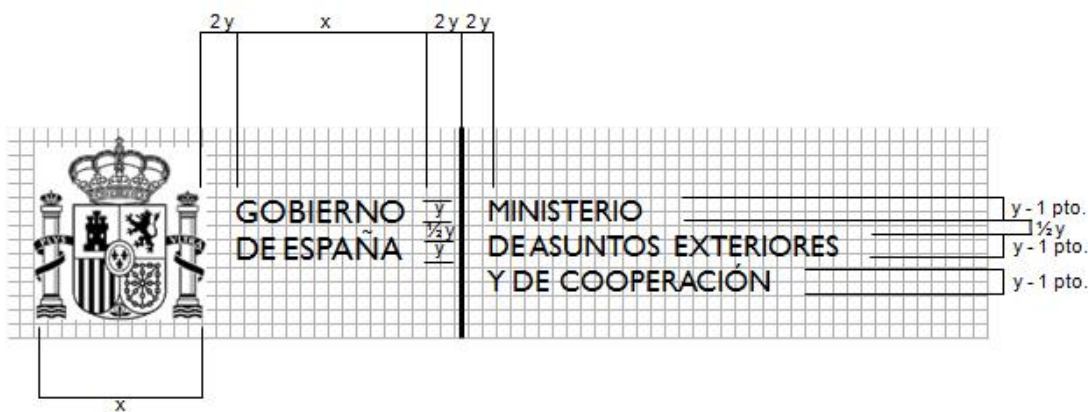
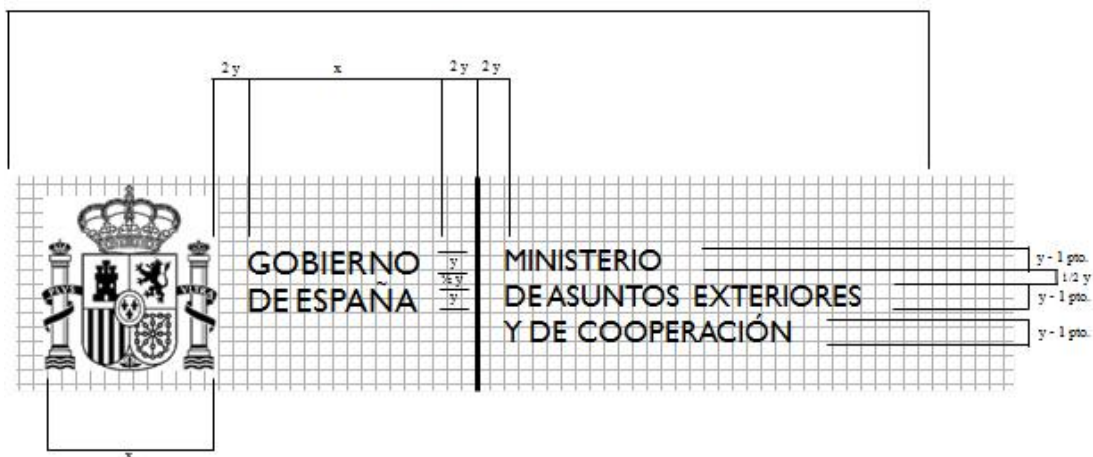
Y= Altura de la tipografía de Gobierno de España.

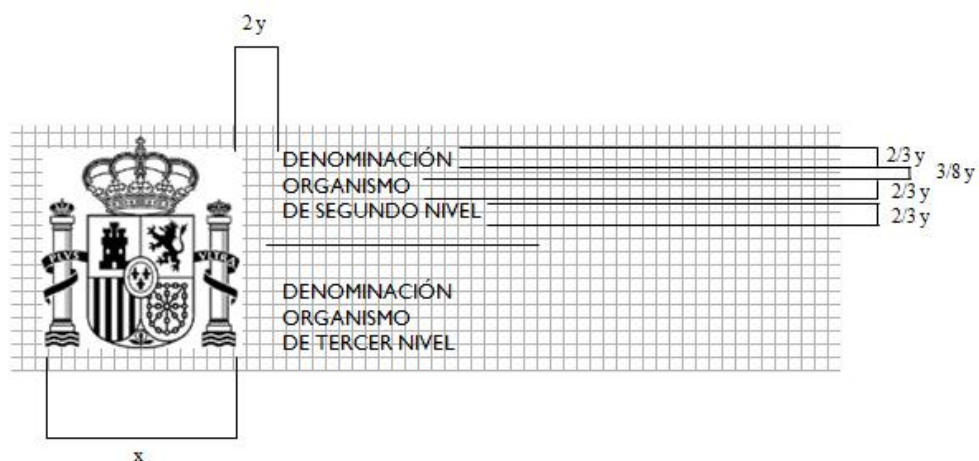
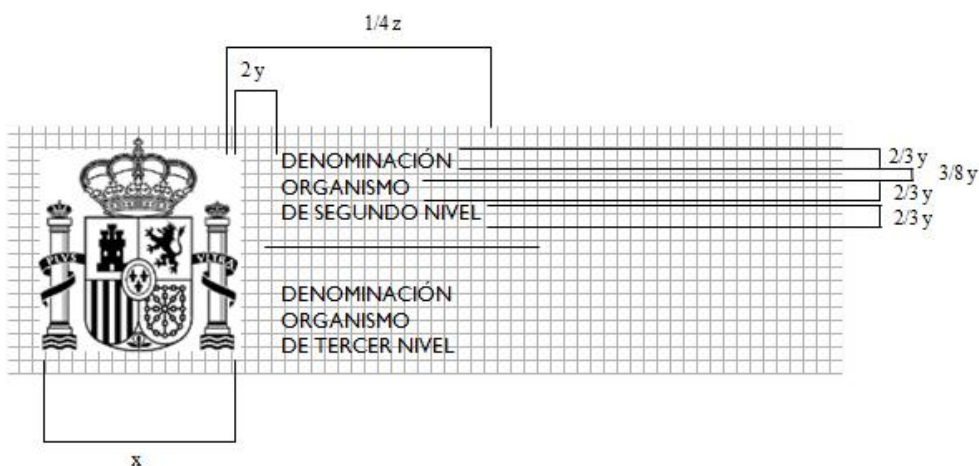
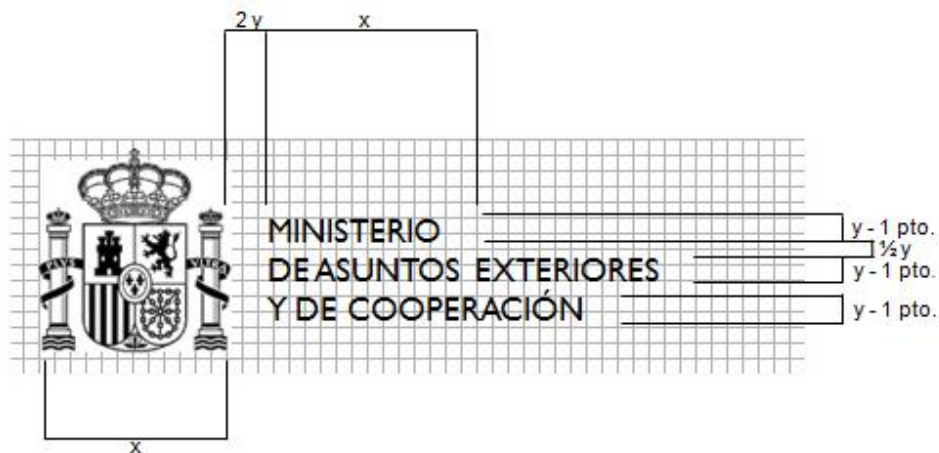
Z= Anchura de la estructura rectangular del Logotipo.

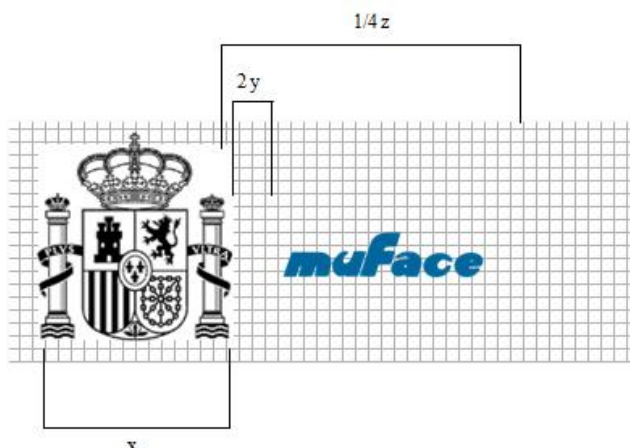




3/4 z

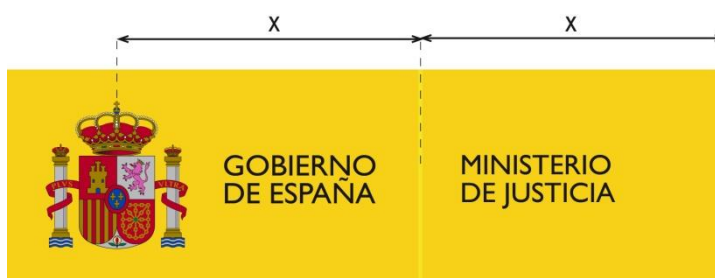






3.2.3. Configuración del Logotipo de Gobierno de España. Tamaño mínimo del logotipo.

Para evitar fuertes contrastes en la construcción de los logotipos, es recomendable un tamaño mínimo de la pastilla de la denominación del Departamento Ministerial. El tamaño mínimo recomendado es igual a la distancia existente entre el punto central del escudo y la franja de separación de las pastillas de Gobierno de España y de la denominación del Departamento Ministerial.





3.2.4. Configuración del Logotipo de Departamento Ministerial.

El Real Decreto 1465/1999, de 17 de septiembre, por el que se establecen criterios de imagen institucional y se regula la producción documental y el material impreso de la Administración General del Estado, y la Orden de 27 de septiembre de 1999 por la que se aprueba el Manual de Imagen Institucional de la Administración General del Estado y se dictan normas de desarrollo del Real Decreto 1465/1999, por la que se establecen criterios de imagen institucional y se regula la producción documental y el material impreso de la Administración General del Estado, recogen la configuración de la imagen de la Administración General del Estado, instaurando como elementos básicos la composición del Escudo de España, la denominación de los distintos Departamentos Ministeriales y la utilización del color amarillo como fondo.



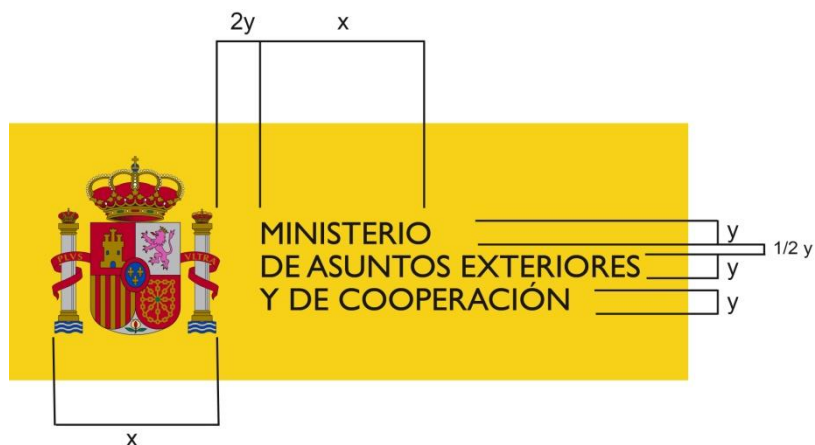
Esta configuración también se utilizará en la construcción del logotipo Gobierno de España.



3.2.4.1. Proporciones de la forma envolvente Escudo / Logotipo de Departamento Ministerial.

Escudo y Logotipo estarán protegidos por una zona que no será traspasada por ningún otro elemento. Esta zona de protección deberá regirse por la medida modular "X", que corresponde a la altura del Escudo.





3.2.4.2. Criterios constructivos de la imagen institucional.

Para la construcción de la imagen institucional del Departamento Ministerial se deben seguir las siguientes instrucciones, teniendo en cuenta que:

- X= Anchura del Escudo.
- Y= Altura de la tipografía.



3.2.5. Configuración del Logotipo de Departamento Ministerial. Integración de los signos básicos de la Administración General del Estado y de los Organismos dependientes.

 MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES Y DE COOPERACIÓN	DENOMINACIÓN ORGANISMO DE SEGUNDO NIVEL
 MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES Y DE COOPERACIÓN	DENOMINACIÓN ORGANISMO DE SEGUNDO NIVEL DENOMINACIÓN ORGANISMO DE TERCERNIVEL
 MINISTERIO DE HACIENDA Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS	

3.2.5.1. Proporciones de la forma envolvente Escudo / Logotipo de Departamento Ministerial.

Escudo y Logotipo estarán protegidos por una zona que no será traspasada por ningún otro elemento. Esta zona de protección deberá regirse por la medida modular "X", que corresponde a la altura del Escudo.

Sobre una estructura rectangular, figuraran en 2/3, aproximadamente, los signos básicos de primer nivel y en 1/3 el resto de los niveles, que se configurarán de acuerdo a la establecido en el Manual de Imagen Institucional. El ancho de las unidades y de los Organismos dependientes podrá ser ampliado en el caso de que las denominaciones de Organismos sean más largas de lo que aquí figura, y en aquellos casos que por configuración del símbolo y logotipo del Organismo requiera un tamaño mayor, para su mejor lectura y con el fin de conseguir una composición equilibrada, aunque en ningún caso podrá ampliarse la altura.

Los signos básicos de la Administración General del Estado (nivel 1) se realizarán según la configuración del epígrafe 3.2.4 y con la forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo.



Los signos de identidad de los Organismos dependientes se realizarán con tipografía Gill Sans, en negro, con gris de mancheta 12% de negro.



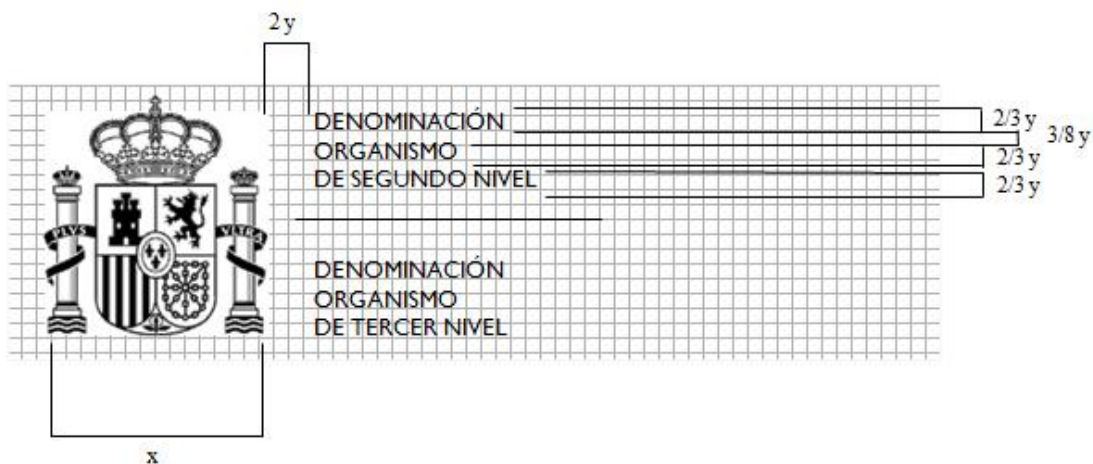
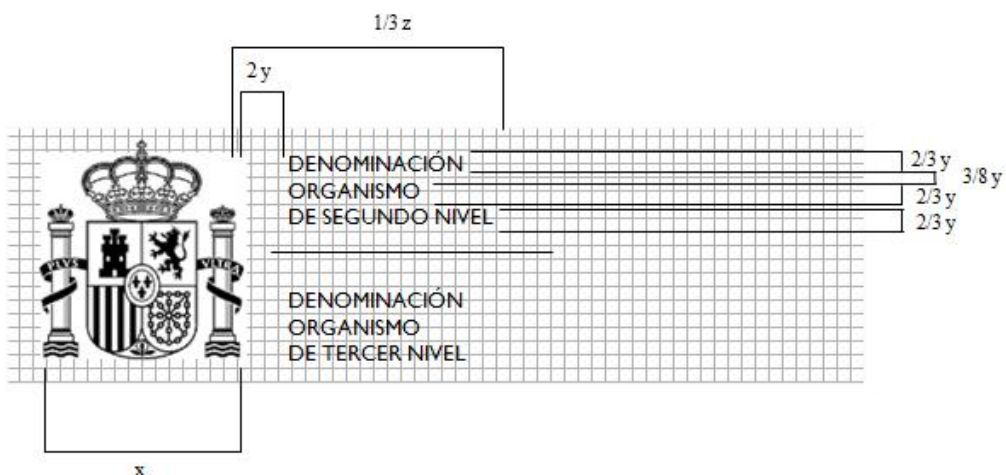


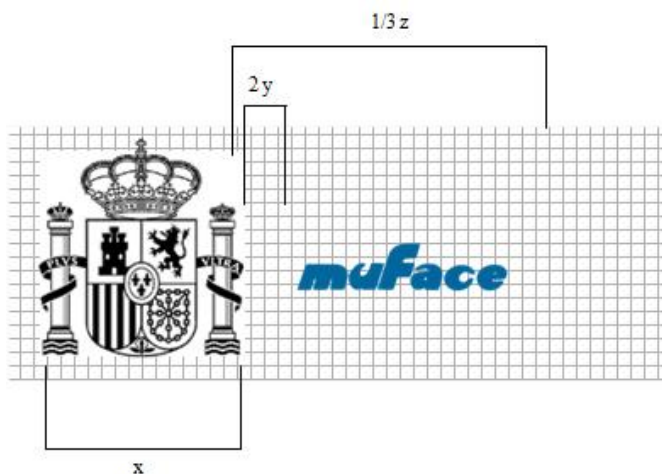
3.2.5.2. Criterios constructivos de la imagen institucional.

Para la construcción de la imagen institucional del Departamento Ministerial se deben seguir las siguientes instrucciones, teniendo en cuenta que:



X= Anchura del Escudo.
 Y= Altura de la tipografía.
 Z= Anchura de la estructura rectangular del Logotipo.







3.3. Indicaciones específicas para Papelerías Informáticas.

Los contenidos de este fascículo no sustituyen lo especificado en el Manual de Imagen Institucional de la Administración General del Estado, en el que se trata exhaustivamente sobre los elementos que conforman la imagen institucional. El Manual se encuentra disponible en el Portal de Imagen Institucional <http://imagen.funciona.es> y recomendamos su consulta para ampliar la información contenida en esta Guía.

La nueva configuración de la imagen institucional en los documentos electrónicos y ofimáticos es de obligado cumplimiento y afecta a toda la Administración General del Estado, así como las entidades de derecho público vinculadas o dependientes de la misma.

3.3.1. Indicaciones específicas para papelerías informáticas. Tipografías compatibles. Tamaño de la tipografía.



Obligatorio

El Manual de Imagen Institucional de la Administración General del Estado recogía que por las necesidades de comunicación de la Administración General del Estado a través de los distintos Departamentos Ministeriales y Organismos, no era conveniente limitar en exceso los tipos de letra tolerados en los documentos de la Administración. Sin embargo, en la Sociedad de la Información la estandarización de la fuente y el tamaño de la letra favorece una mayor legibilidad, usabilidad, compatibilidad y accesibilidad multiformato.

Por ello, sin que esta Guía pretenda limitar el uso de tipos de letras tolerados en los documentos/informes de la Administración, cuestiones de normalización y racionalización del material, recomiendan la utilización de determinadas tipografías en la composición de los documentos/informes, para reforzar la identidad y unicidad de la Administración General del Estado.

Esta disposición no es válida en la composición del logotipo (denominación ministerial) que al igual que el Escudo, no podrá ser variado bajo ningún concepto.

La nueva configuración de la tipografía, y el tamaño de la fuente, en los documentos electrónicos y ofimáticos realizados con programas de Procesadores de textos, programas de Hojas de Cálculo y programas de Bases de datos, es de obligado cumplimiento y afecta a toda la Administración General del Estado, así como las entidades de derecho público vinculadas o dependientes de la misma.

Tipografía: Es obligatoria la utilización de la tipografía Calibri. Cuando exista imposibilidad técnica, que no permita la utilización de esta tipografía, se podrá usar la tipografía Arial o Verdana.



Tamaño de la fuente: Por cuestiones de legibilidad, en la redacción del cuerpo de documentos/informes, es obligatorio la utilización de una tipografía de tamaño de 11 puntos; el tamaño de la fuente podrá ser ampliado hasta un tamaño máximo de 14 puntos en títulos, subtítulos, etc..

Estilo de la fuente: En la redacción de informes/documentos se deben observar las siguientes reglas:

- Título: En Negrita.
- Subtítulo: En Cursiva.
- Cuerpo del texto: Tipografía de tamaño de 11 puntos.
- Cita: Tipografía de tamaño de 11 puntos, en Cursiva.

Encabezados, pies de página y márgenes: En la redacción de informes/documentos se deben observar las normas de obligado cumplimiento especificadas en el Manual de Imagen Institucional de la Administración General del Estado, en el que se trata exhaustivamente sobre la configuración de encabezados, pies de página y márgenes.

Párrafos: En la redacción de informes/documentos se deben observar las siguientes recomendaciones:

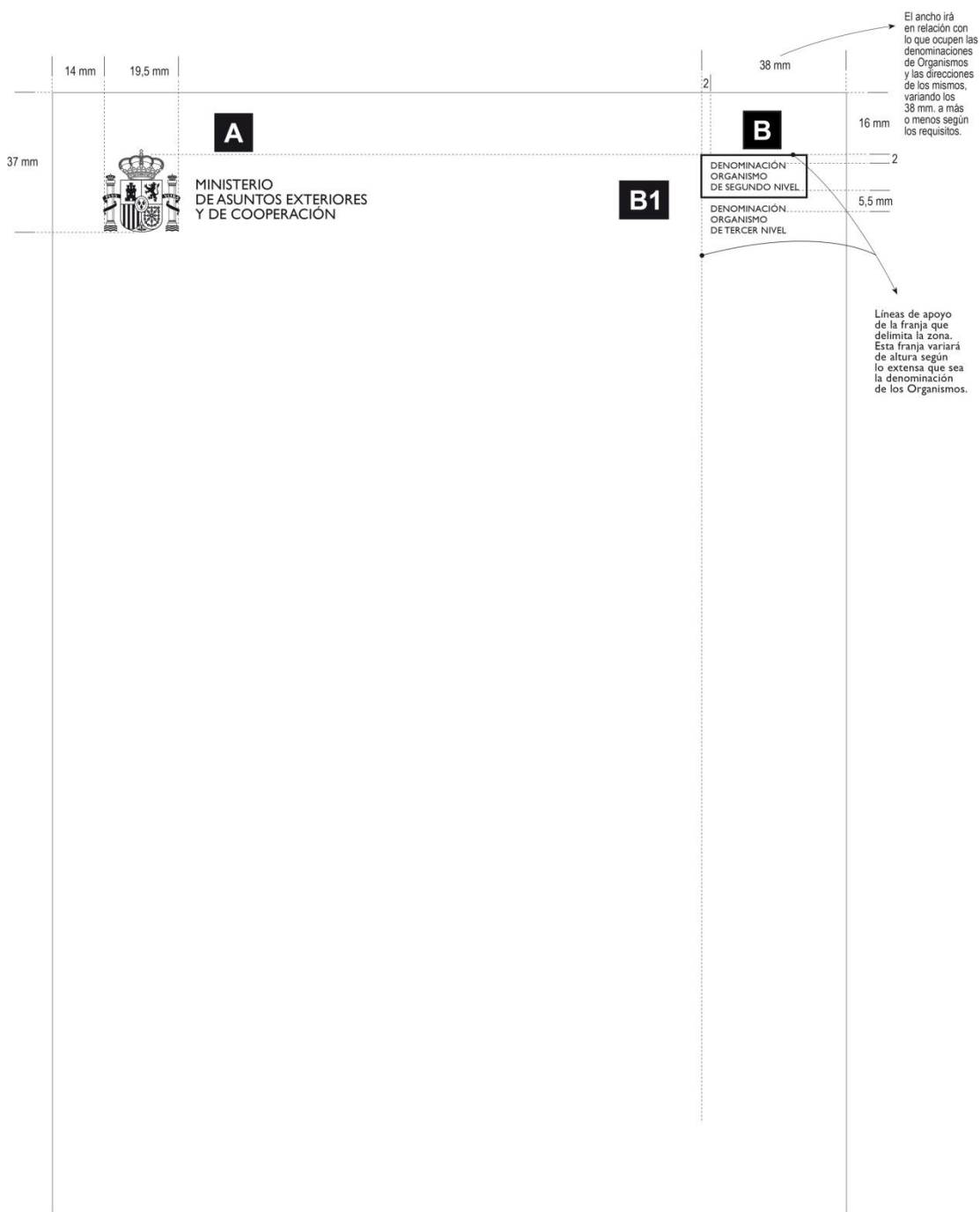
- Interlineado: 1.5 líneas.
- Espaciado:
 - Antes de párrafo: 0 puntos.
 - Después de párrafo: 10 puntos.
- Sin sangría inicial.



3.3.2. Indicaciones específicas para papelerías informáticas.

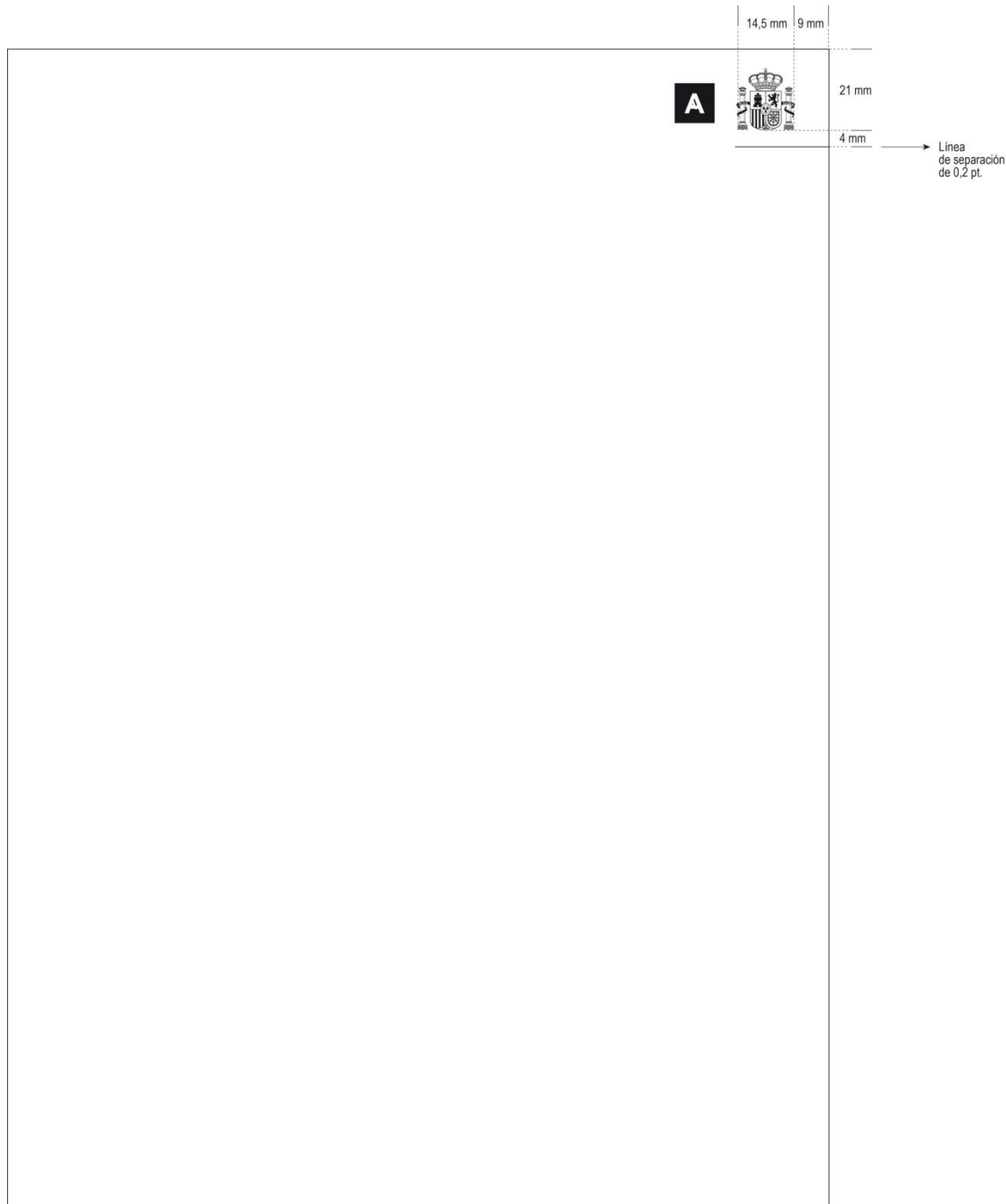
El epígrafe 2.27 del Manual de Imagen Institucional de la Administración General del Estado recoge las indicaciones específicas para papelerías informáticas.

3.3.2.1. Criterios constructivos de papelerías informáticas. Configuración de primera página.





3.3.2.2. Criterios constructivos de papelerías informáticas. Configuración de segunda, y siguientes, páginas.





3.3.3. Normativa para documentos electrónicos y ofimáticos realizados con programas de Procesadores de Textos.

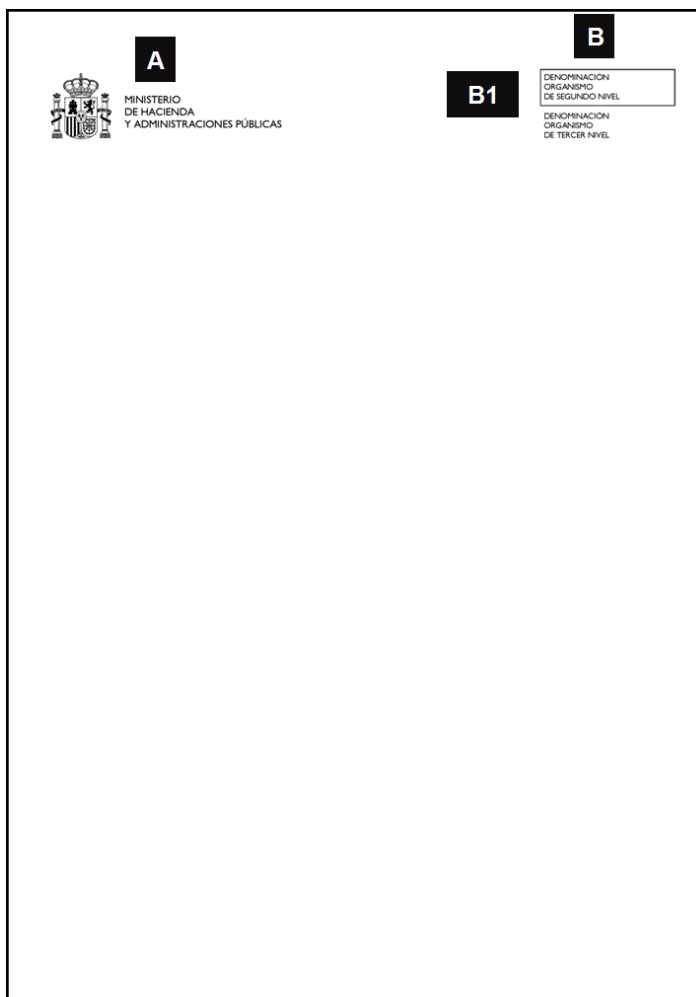
3.3.3.1. Configuración de documentos/informes de Ministerio con Unidades dependientes.

Formato: A4 (210 x 297).

A. Escudo y logotipo: Según la configuración del epígrafe 3.2.4. El Escudo se realizará en blanco y negro. El logotipo en negro.

B. Identidad Órganos u Organismos Públicos: En el ejemplo adjunto el emisor es de nivel 3 y tiene que figurar, por lo tanto, el Organismo del que depende, nivel 2, en recuadro sin relleno. La tipografía es Gill Sans 7 pt., interlineado 8 pt, en mayúsculas.

B.1. Identidad Órganos u Organismos Públicos en lengua autónoma. Configuración en bilingüe.



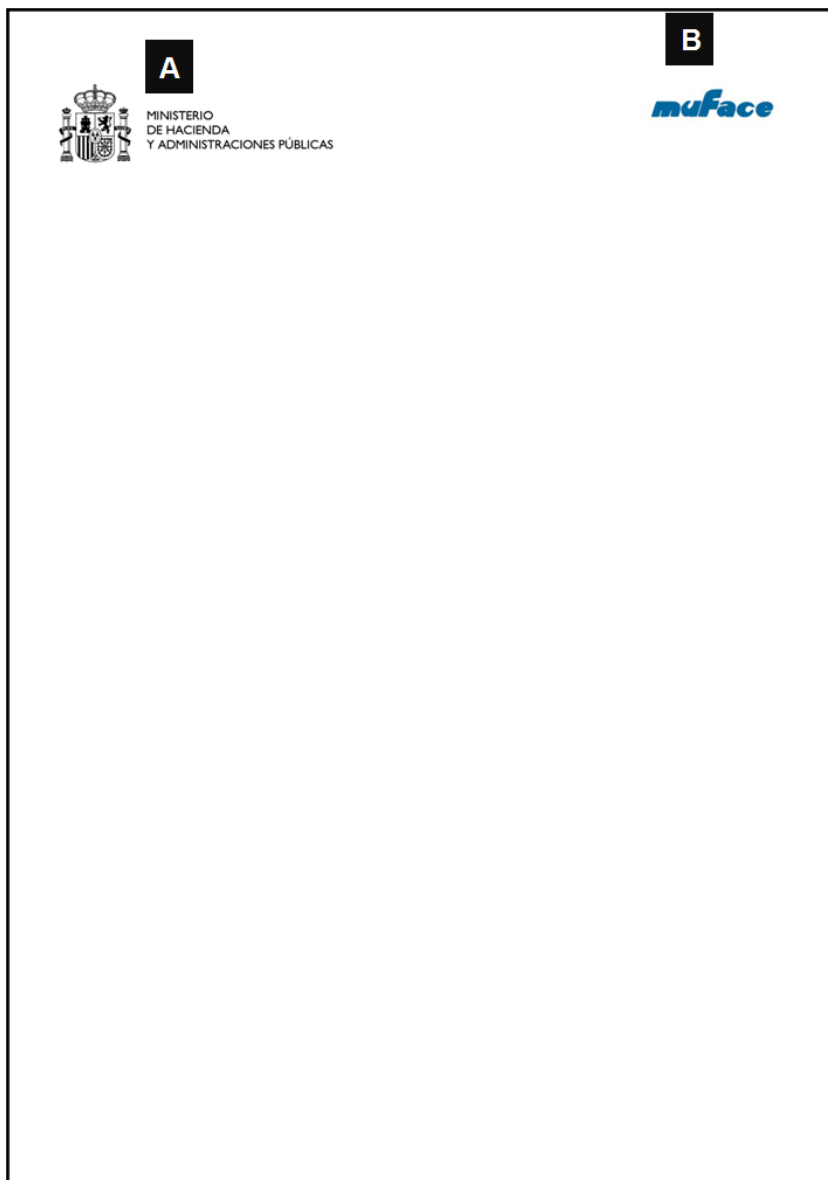


3.3.3.2. Configuración de documentos/informes de Ministerio con Organismo dependiente con Logotipo propio autorizado.

Formato: A4 (210 x 297).

A. Escudo y logotipo: Según la configuración del epígrafe 3.2.4. El Escudo se realizará en blanco y negro. El logotipo en negro.

B. Identidad Órganos u Organismos Públicos: En el ejemplo adjunto es un Organismo dependiente que dispone de Logotipo propio autorizado.





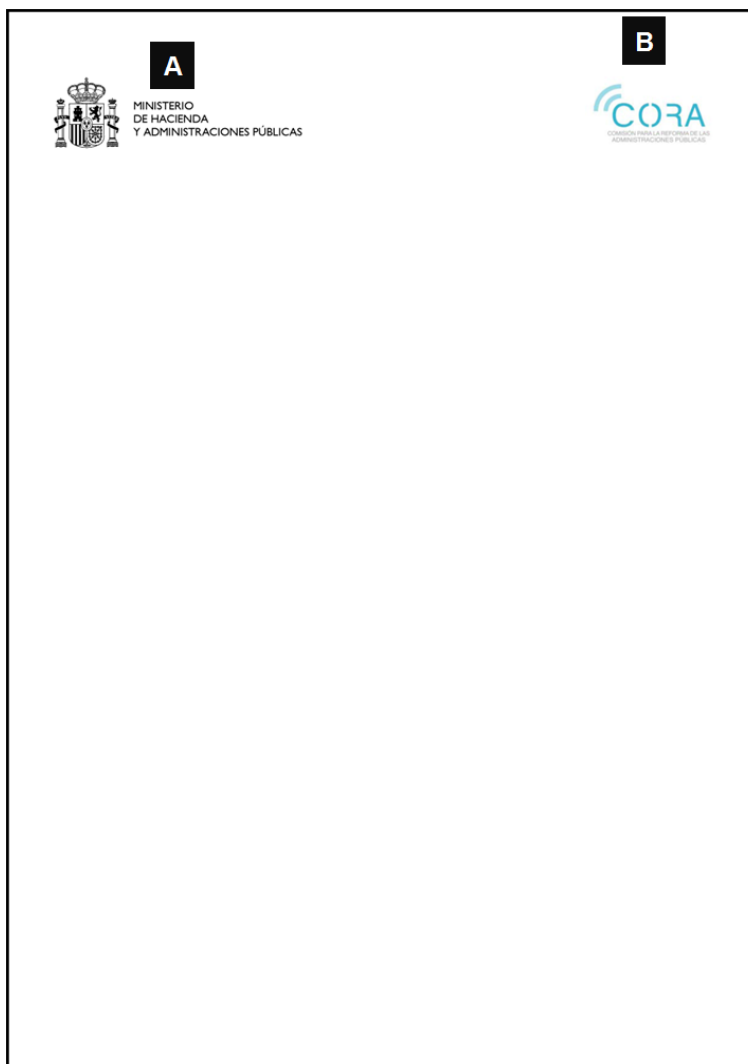
3.3.3.3. Configuración de documentos/informes de Ministerio con Proyecto o Programa.

Formato: A4 (210 x 297).

A. Escudo y logotipo: Según la configuración del epígrafe 3.2.4. El Escudo se realizará en blanco y negro. El logotipo en negro.

B. Identidad Proyecto o Programa: En el ejemplo adjunto es un Proyecto que dispone de Logotipo propio autorizado.

En los documentos que incorporan el Logotipo de un Proyecto o Programa, el logotipo principal se construye de acuerdo con la configuración del epígrafe 3.2.4, con el Ministerio sin unidades dependientes.

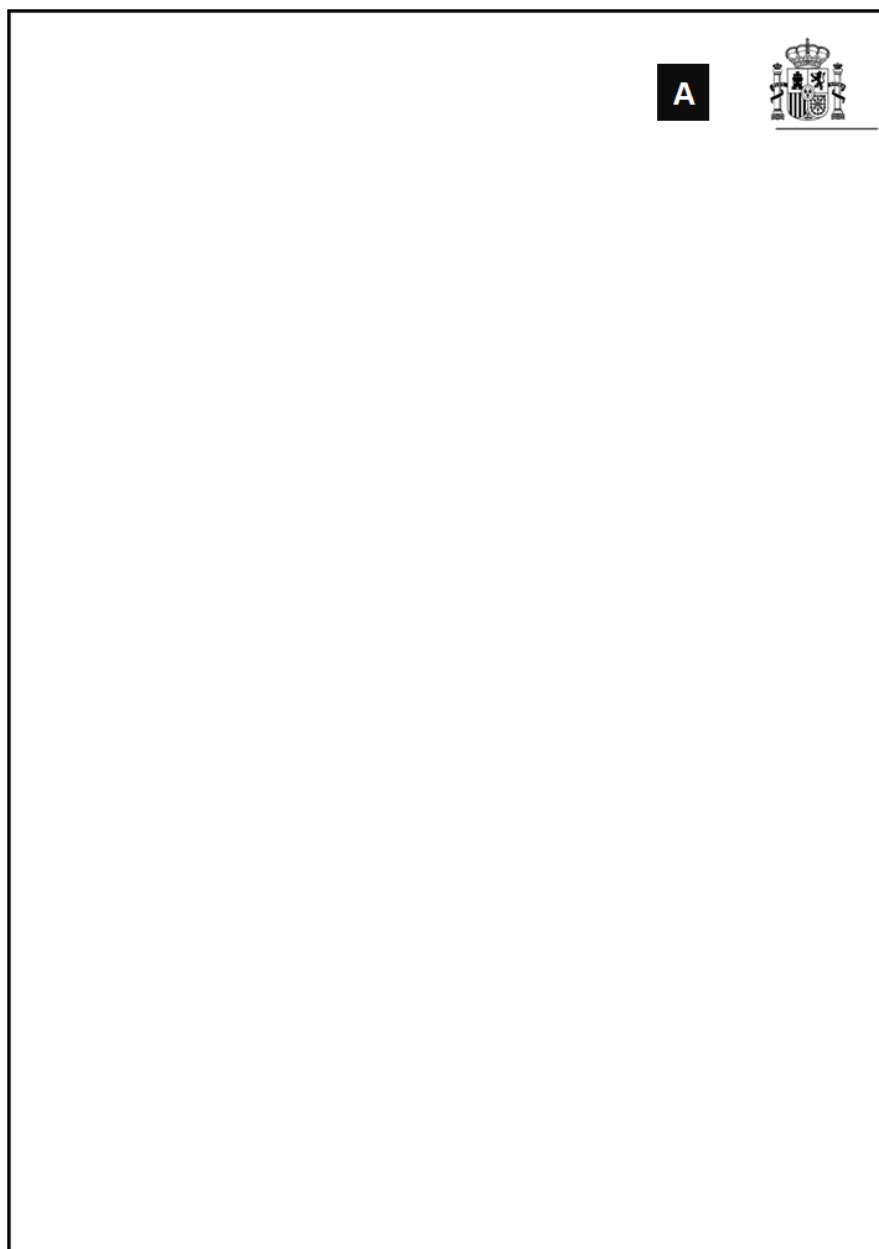




3.3.3.4. Configuración de documentos/informes en segundas, y siguientes, páginas.

Formato: A4 (210 x 297).

A. Escudo: Versión blanco y negro.





3.4. Normativa para documentos electrónicos y ofimáticos realizados con programas de Hojas de Cálculo.

3.4.1. Configuración de documentos/informes de Ministerio sin unidades dependientes.

Formato: A4 (210 x 297).

A. Escudo y logotipo: Según la configuración del epígrafe 3.2.4. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo.

	A	B	A	C	D	E	F
1							
2							
3	MINISTERIO DE HACIENDA Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS						
4	MINISTERIO DE HACIENDA Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS						
5	MINISTERIO DE HACIENDA Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS						
6	MINISTERIO DE HACIENDA Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS						
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
16							
17							
18							
19							
20							
21							
22							
23							
24							
25							
26							
27							
28							
29							
30							
31							
32							
33							
34							
35							
36							
37							
38							
39							
40							
41							
42							
43							
44							
45							
46							
47							
48							
49							
50							
51							
52							
53							
54							
55							
56							
57							



3.4.2. Configuración de documentos/informes de Ministerio con Unidades dependientes.

Formato: A4 (210 x 297).

A. Escudo y logotipo: Según la configuración del epígrafe 3.2.5. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo.

B. Identidad Órganos u Organismos Públicos: En el ejemplo adjunto el emisor es de nivel 3 y tiene que figurar, por lo tanto, el Organismo del que depende, nivel 2, dentro de la franja gris (12% de negro) La tipografía es Gill Sans con un tamaño 2/3 del tamaño de la tipografía de la denominación del Departamento Ministerial, en mayúsculas.

	A	B	A	C	B	E	F	G
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								
21								
22								
23								
24								
25								
26								
27								
28								
29								
30								
31								
32								
33								
34								
35								
36								
37								
38								
39								
40								
41								
42								
43								
44								
45								
46								
47								
48								
49								
50								
51								
52								
53								
54								
55								
56								
57								



3.4.3. Configuración de documentos/informes de Ministerio con Organismo dependiente con Logotipo propio autorizado.

Formato: A4 (210 x 297).

A. Escudo y logotipo: Según la configuración del epígrafe 3.2.5. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo.

B. Identidad Órganos u Organismos Públicos: En el ejemplo adjunto es un Organismo dependiente que dispone de Logotipo propio autorizado.

	A	B	A	C	D	B	F	G
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								
21								
22								
23								
24								
25								
26								
27								
28								
29								
30								
31								
32								
33								
34								
35								
36								
37								
38								
39								
40								
41								
42								
43								
44								
45								
46								
47								
48								
49								
50								
51								
52								
53								
54								
55								
56								
57								



3.4.4. Configuración de documentos/informes de Ministerio con Proyecto o Programa.

Formato: A4 (210 x 297).

A. Escudo y logotipo: Según la configuración del epígrafe 3.2.4. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo.

B. Identidad Proyecto o Programa: En el ejemplo adjunto es un Proyecto que dispone de Logotipo propio autorizado.

En los documentos que incorporan el Logotipo de un Proyecto o Programa, el logotipo principal se construye de acuerdo con la configuración del epígrafe 3.2.4, con el Ministerio sin unidades dependientes.

	A	B	C	A	D	E	F	B
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								
18								
19								
20								
21								
22								
23								
24								
25								
26								
27								
28								
29								
30								
31								
32								
33								
34								
35								
36								
37								
38								
39								
40								
41								
42								
43								
44								
45								
46								
47								
48								
49								
50								
51								
52								
53								
54								
55								
56								
57								

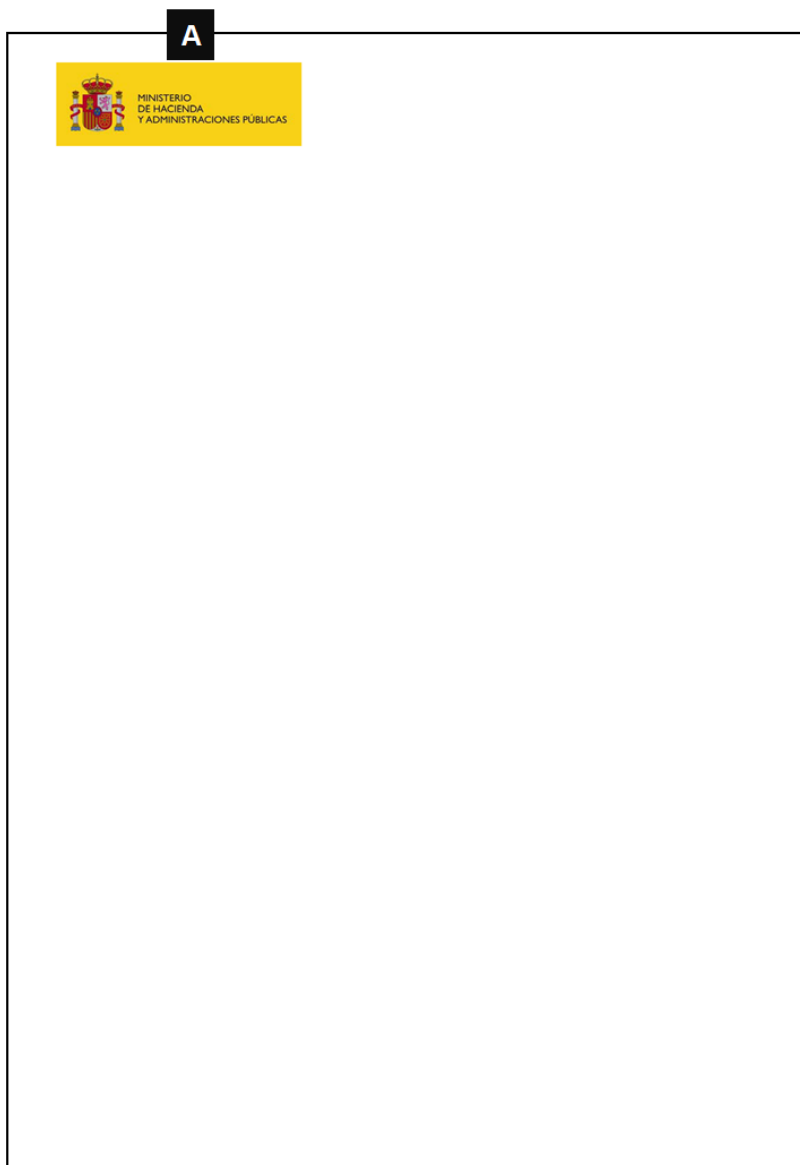


3.5. Normativa para documentos electrónicos y ofimáticos realizados con programas de Bases de Datos.

3.5.1. Configuración de documentos/informes de Ministerio sin unidades dependientes.

Formato: A4 (210 x 297).

A. Escudo y logotipo: Según la configuración del epígrafe 3.2.4. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo.



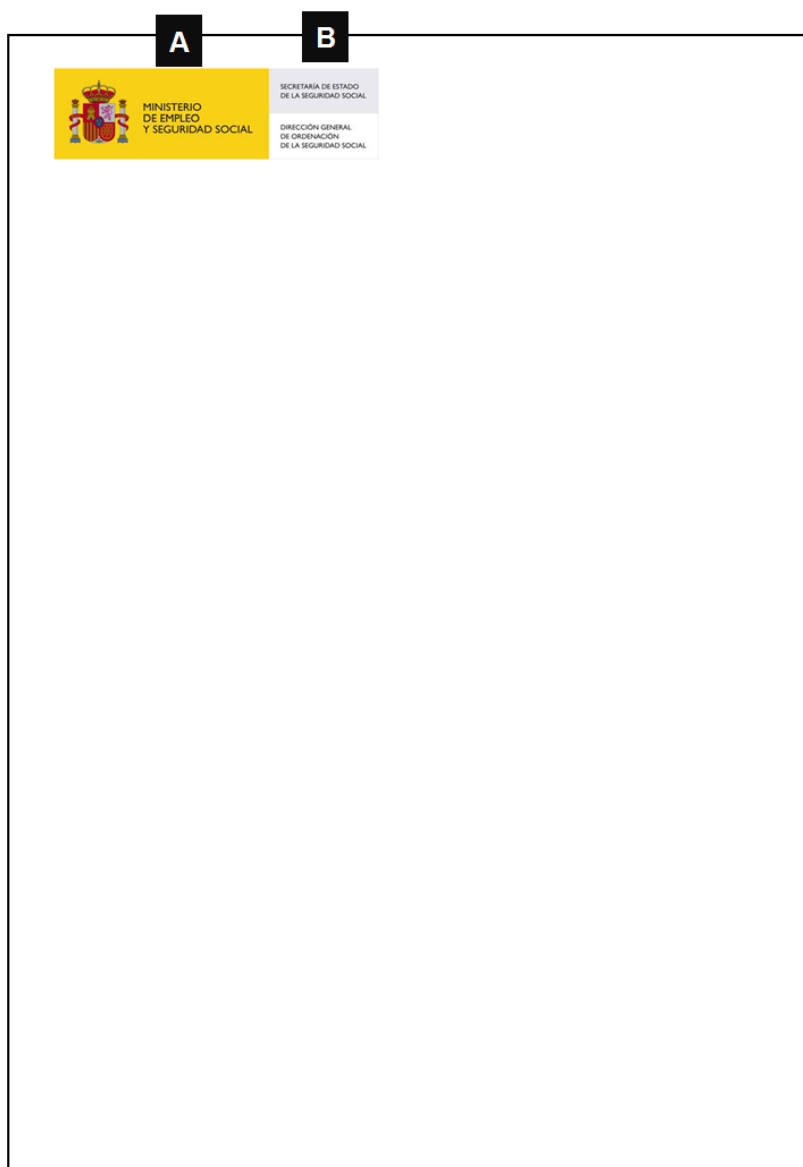


3.5.2. Configuración de documentos/informes de Ministerio con Unidades dependientes.

Formato: A4 (210 x 297).

A. Escudo y logotipo: Según la configuración del epígrafe 3.2.5. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo.

B. Identidad Órganos u Organismos Públicos: En el ejemplo adjunto el emisor es de nivel 3 y tiene que figurar, por lo tanto, el Organismo del que depende, nivel 2, dentro de la franja gris (12% de negro) La tipografía es Gill Sans con un tamaño 2/3 del tamaño de la tipografía de la denominación del Departamento Ministerial, en mayúsculas.



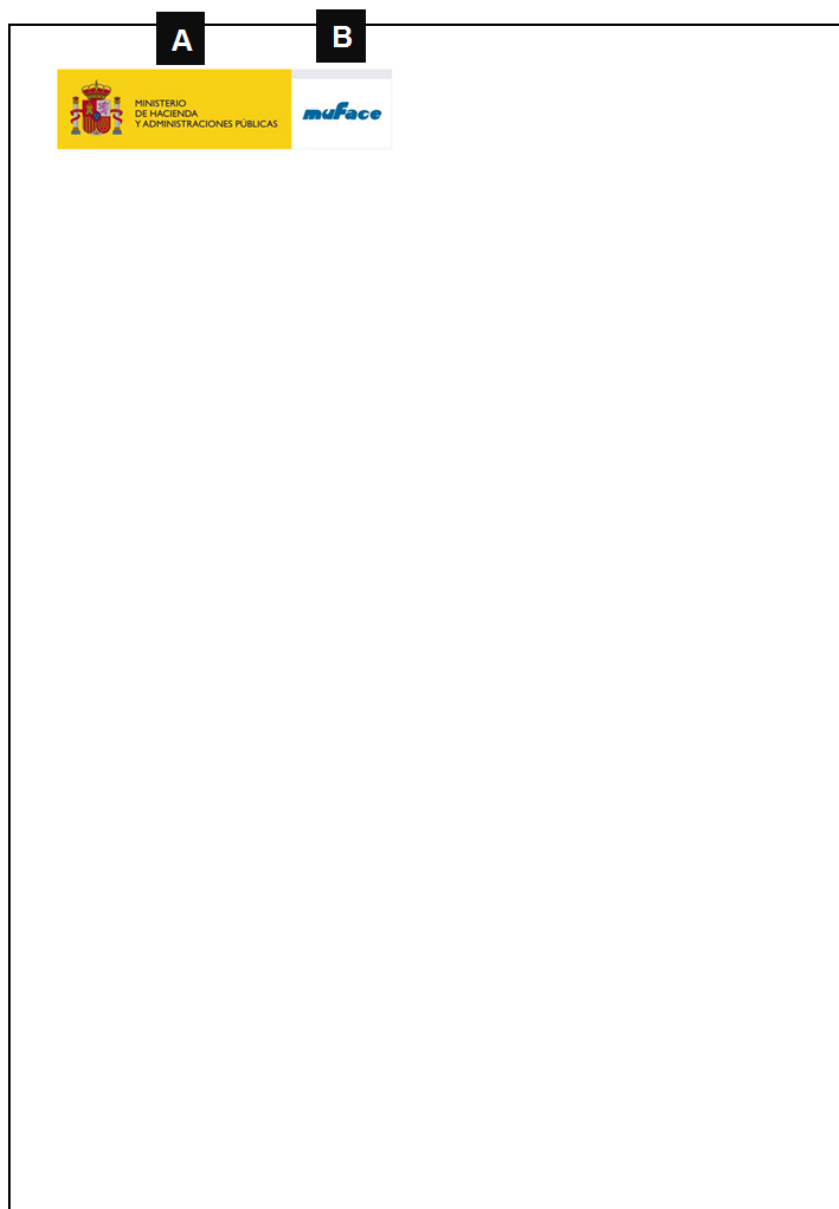


3.5.3. Configuración de documentos/informes de Ministerio con Organismo dependiente con Logotipo propio autorizado.

Formato: A4 (210 x 297).

A. Escudo y logotipo: Según la configuración del epígrafe 3.2.5. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo.

B. Identidad Órganos u Organismos Públicos: En el ejemplo adjunto es un Organismo dependiente que dispone de Logotipo propio autorizado.





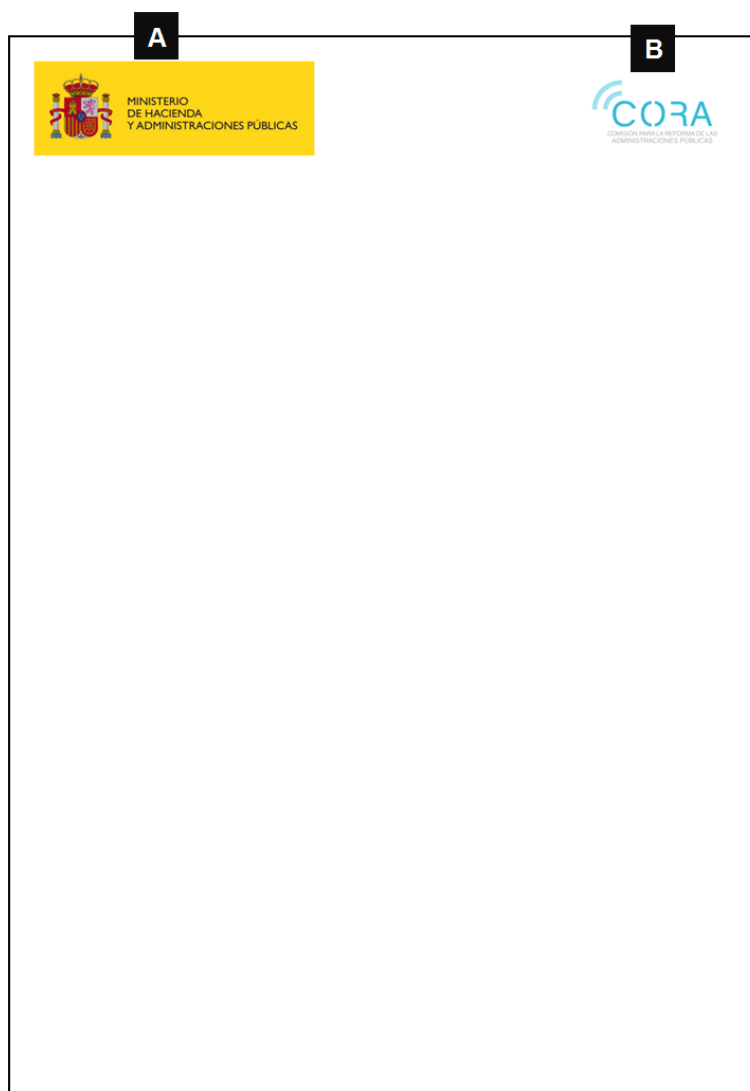
3.5.4. Configuración de documentos/informes de Ministerio con Proyecto o Programa.

Formato: A4 (210 x 297).

A. Escudo y logotipo: Según la configuración del epígrafe 3.2.4. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo.

B. Identidad Proyecto o Programa: En el ejemplo adjunto es un Proyecto que dispone de Logotipo propio autorizado.

En los documentos que incorporan el Logotipo de un Proyecto o Programa, el logotipo principal se construye de acuerdo con la configuración del epígrafe 3.2.4, con el Ministerio sin unidades dependientes.





3.6. Normativa para documentos electrónicos y ofimáticos realizados con programas de Presentaciones.

Las normas para la configuración de Presentaciones serán diferentes dependiendo del uso y del soporte utilizado.

Aunque para realizarlos se utilice la misma aplicación informática, de acuerdo con el uso y el soporte utilizado, las Presentaciones se dividen en dos clases:

1. Presentaciones para Usos generales.
2. Presentaciones para Proyección en pantalla.

Los contenidos de este fascículo no sustituyen lo especificado en el Manual de Imagen Institucional de la Administración General del Estado, en el que se trata exhaustivamente sobre los elementos que conforman la imagen institucional. El Manual se encuentra disponible en el Portal de Imagen Institucional <http://imagen.funciona.es> y recomendamos su consulta para ampliar la información contenida en esta Guía.

Las plantillas de Presentaciones se facilitan, con el programa de Presentaciones Powerpoint, por el Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas y están disponibles en el Portal de Imagen Institucional <http://imagen.funciona.es> o previa petición al correo electrónico imagen.institucional@seap.minhap.es.

3.6.1. Configuración de Presentaciones para Usos Generales.

Las Presentaciones para Usos Generales se clasifican en:

- a) Presentaciones para imprimir o entregar en mano.
- b) Presentaciones para publicar en sitio web, sede electrónica, o distribuir en formato digital.
- c) Otros usos (exceptuando su Proyección en Pantalla, para lo que se usa el formato del apartado 3.6.2).

Se debe favorecer el ahorro de tinta en su impresión. Por ello, se promueve el fondo blanco sin decoraciones de color complementarias (grecas, bordes, marcos...).

Estas presentaciones no tienen limitación en su contenido o extensión, y funcionan como documento de archivo, documentación, consulta o explicativo.

Las Presentaciones para Usos Generales y las Presentaciones para Proyectar en Pantalla deben ser distintos documentos.



Obligatorio

Tipografía: Es obligatoria la utilización de la tipografía Calibri. Cuando exista imposibilidad técnica, que no permita la utilización de esta tipografía, se podrá usar la tipografía Arial o Verdana.

Tamaño de la fuente: Para introducir toda la información necesaria en este tipo de presentaciones, y por cuestiones de legibilidad, en las páginas intermedias es obligatorio la utilización de una tipografía con un tamaño mínimo de 11 puntos.

Regímenes especiales de aplicación: Con carácter excepcional, las presentaciones en las que intervengan otros Estados y Organismos Internacionales, están excluidos de la aplicación de las regulaciones contenidas en este apartado. Asimismo, cuando concurren circunstancias excepcionales que lo justifiquen, las presentaciones de campañas de publicidad, comunicación y difusión de acciones institucionales, así como aquellas otras actuaciones administrativas de especial relevancia que se estimen oportunas, podrán excluir la aplicación de todas o parte de las regulaciones de este apartado.



3.6.1.1. Configuración de Presentaciones para Usos Generales. Ministerio sin unidades dependientes.

3.6.1.1.1. Configuración de Presentaciones de Ministerio sin unidades dependientes. Primera página.

Formato: A4 (210 x 297), en horizontal.

A. Escudo y logotipo: Según la configuración del epígrafe 3.2.1, centrado. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo. Altura del logotipo: 3 cm.

B. Título de la presentación: Centrado. Enmarcado. La tipografía es Calibri, en negrita, en mayúsculas, con un tamaño mínimo de 22 puntos, en color Azul Oscuro (RGB: Rojo: 55 / Verde: 96 / Azul: 146).





3.6.1.1.2. Configuración de Presentaciones de Ministerio sin Unidades dependientes. Segunda, y siguientes, páginas.

Formato: A4 (210 x 297), en horizontal.

A. Escudo y logotipo: Encabezado, ángulo superior izquierdo. Según la configuración del epígrafe 3.2.4. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo. Altura del logotipo: 3 cm.

A



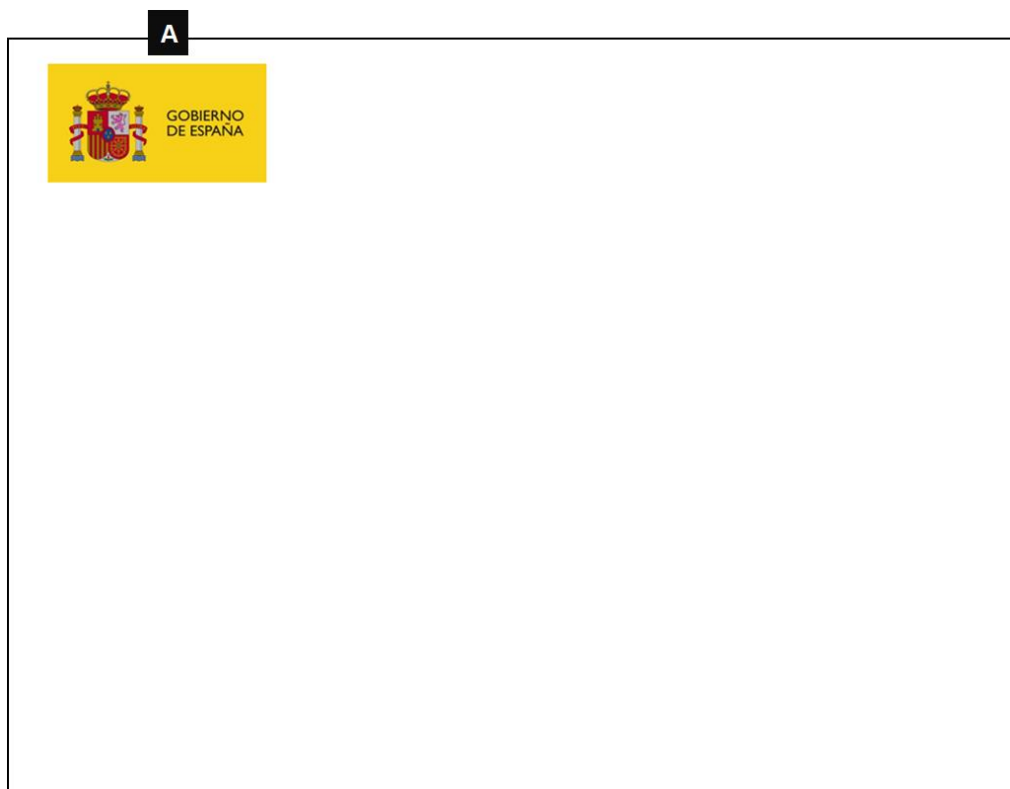


3.6.1.1.3. Configuración de Presentaciones de Gobierno de España. Segunda, y siguientes, páginas.

Con carácter excepcional, se utilizará la configuración de Gobierno de España en las presentaciones de campañas de publicidad, comunicación y difusión de acciones institucionales, así como en aquellas otras actuaciones administrativas de especial relevancia que se estimen oportunas (presentaciones en las que intervengan otros Estados y Organismos Internacionales, y presentaciones de la Administración Periférica).

Formato: A4 (210 x 297), en horizontal.

A. Escudo y logotipo: Encabezado, ángulo superior izquierdo. Según la configuración del epígrafe 3.2.4. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo. Altura del logotipo: 3 cm.





3.6.1.1.4. Configuración de Presentaciones de Ministerio sin unidades dependientes. Última página.

Formato: A4 (210 x 297), en horizontal.

A. Escudo y logotipo: Según la configuración del epígrafe 3.2.1, centrado. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo. Altura del logotipo: 3 cm.

B. (Campo no obligatorio) Denominación de la Unidad: Pie de página, ángulo inferior izquierdo.





3.6.1.2. Configuración de Presentaciones para Usos Generales. Ministerio con Unidades dependientes.

3.6.1.2.1. Configuración de Presentaciones de Ministerio con Unidades dependientes. Primera página.

Formato: A4 (210 x 297), en horizontal.

A. Escudo y logotipo: Según la configuración del epígrafe 3.2.2, centrado. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo. Altura del logotipo: 3 cm.

B. Identidad Órganos u Organismos Públicos: En el ejemplo adjunto el emisor es de nivel 3 y tiene que figurar, por lo tanto, el Organismo del que depende, nivel 2, dentro de la franja gris (12% de negro) La tipografía es Gill Sans con un tamaño 2/3 del tamaño de la tipografía de la denominación del Departamento Ministerial, en mayúsculas.

C. Título de la presentación: Centrado. Enmarcado. La tipografía es Calibri, en negrita, en mayúsculas, con un tamaño mínimo de 22 puntos, en color Azul Oscuro (RGB: Rojo: 55 / Verde: 96 / Azul: 146).





3.6.1.2.2. Configuración de Presentaciones de Ministerio con Unidades dependientes. Segunda, y siguientes, páginas.

Formato: A4 (210 x 297), en horizontal.

A. Escudo y logotipo: Encabezado, ángulo superior izquierdo. Según la configuración del epígrafe 3.2.4. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo. Altura del logotipo: 3 cm.

A



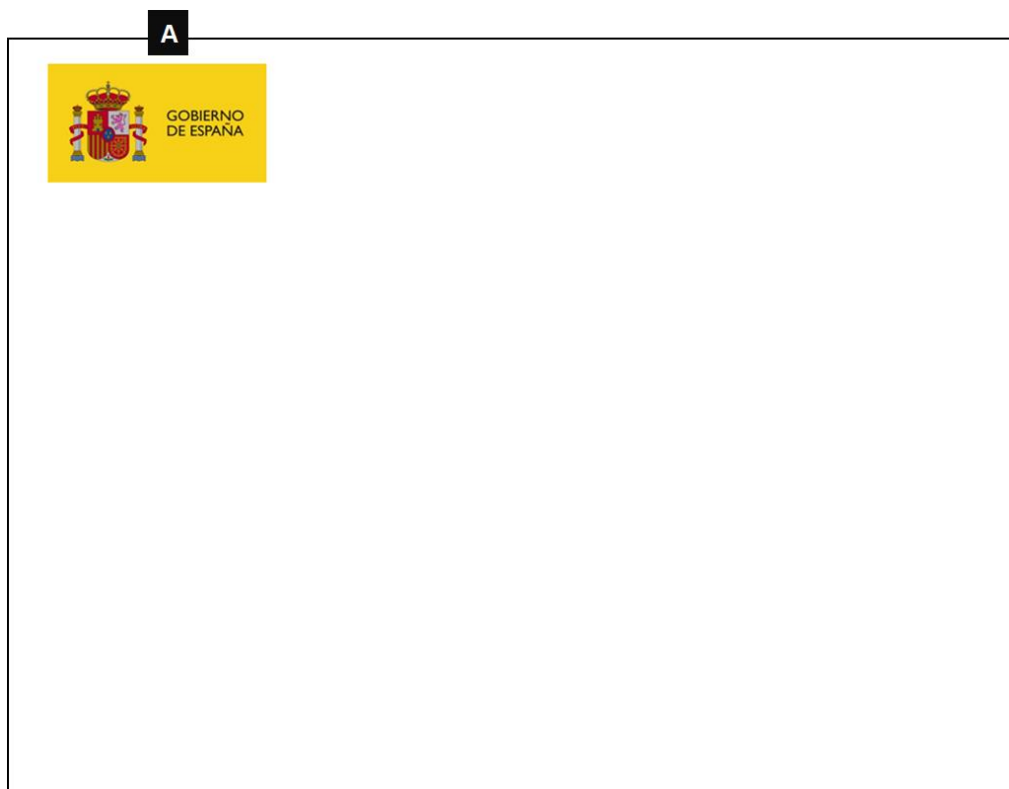


3.6.1.2.3. Configuración de Presentaciones de Gobierno de España. Segunda, y siguientes, páginas.

Con carácter excepcional, se utilizará la configuración de Gobierno de España en las presentaciones de campañas de publicidad, comunicación y difusión de acciones institucionales, así como en aquellas otras actuaciones administrativas de especial relevancia que se estimen oportunas (presentaciones en las que intervengan otros Estados y Organismos Internacionales, y presentaciones de la Administración Periférica).

Formato: A4 (210 x 297), en horizontal.

A. Escudo y logotipo: Encabezado, ángulo superior izquierdo. Según la configuración del epígrafe 3.2.4. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo. Altura del logotipo: 3 cm.





3.6.1.2.4. Configuración de Presentaciones de Ministerio con Unidades dependientes. Última página.

Formato: A4 (210 x 297), en horizontal.

A. Escudo y logotipo: Según la configuración del epígrafe 3.2.2, centrado. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo. Altura del logotipo: 3 cm.

B. Identidad Órganos u Organismos Públicos: En el ejemplo adjunto el emisor es de nivel 3 y tiene que figurar, por lo tanto, el Organismo del que depende, nivel 2, dentro de la franja gris (12% de negro) La tipografía es Gill Sans con un tamaño 2/3 del tamaño de la tipografía de la denominación del Departamento Ministerial, en mayúsculas.

C. (Campo no obligatorio) Denominación de la Unidad: Pie de página, ángulo inferior izquierdo.





3.6.1.3. Configuración de Presentaciones para Usos Generales. Ministerio con Organismo dependiente con Logotipo propio autorizado.

3.6.1.3.1. Configuración de Presentaciones de Ministerio con Organismo dependiente con Logotipo propio autorizado. Primera página.

Formato: A4 (210 x 297), en horizontal.

A. Escudo y logotipo: Según la configuración del epígrafe 3.2.2, centrado. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo. Altura del logotipo: 3 cm.

B. Identidad Órganos u Organismos Públicos: En el ejemplo adjunto es un Organismo dependiente que dispone de Logotipo propio autorizado.

C. Título de la presentación: Centrado. Enmarcado. La tipografía es Calibri, en negrita, en mayúsculas, con un tamaño mínimo de 22 puntos, en color Azul Oscuro (RGB: Rojo: 55 / Verde: 96 / Azul: 146).



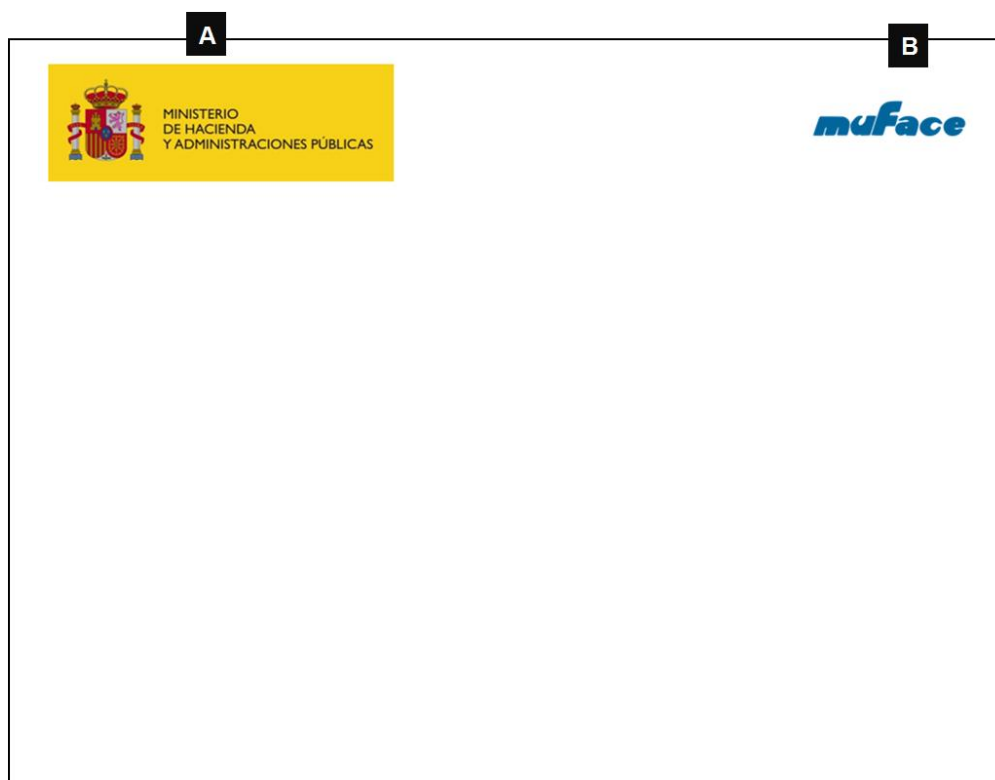


3.6.1.3.2. Configuración de Presentaciones de Ministerio con Organismo dependiente con Logotipo propio autorizado. Segunda, y siguientes, páginas.

Formato: A4 (210 x 297), en horizontal.

A. Escudo y logotipo: Encabezado, ángulo superior izquierdo. Según la configuración del epígrafe 3.2.4. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo. Altura del logotipo: 3 cm.

B. Identidad Órganos u Organismos Públicos: Encabezado, ángulo superior derecho. En el ejemplo adjunto es un Organismo dependiente que dispone de Logotipo propio autorizado.





3.6.1.3.3. Configuración de Presentaciones de Ministerio con Organismo dependiente con Logotipo propio autorizado. Última página.

Formato: A4 (210 x 297), en horizontal.

A. Escudo y logotipo: Según la configuración del epígrafe 3.2.2, centrado. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo. Altura del logotipo: 3 cm.

B. Identidad Órganos u Organismos Públicos: En el ejemplo adjunto es un Organismo dependiente que dispone de Logotipo propio autorizado.

C. (Campo no obligatorio) Denominación de la Unidad: Pie de página, ángulo inferior izquierdo.





3.6.1.4. Configuración de Presentaciones para Usos Generales. Ministerio con Proyecto o Programa.

3.6.1.4.1. Configuración de Presentaciones de Ministerio con Proyecto o Programa. Primera página.

Formato: A4 (210 x 297), en horizontal.

A. Escudo y logotipo: Según la configuración del epígrafe 3.2.1, centrado. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo. Altura del logotipo: 3 cm.

B. Identidad Proyecto o Programa: Separado del logotipo de nivel 1. En el ejemplo adjunto es un Proyecto que dispone de Logotipo propio autorizado.

En las Presentaciones que incorporan el Logotipo de un Proyecto o Programa, el logotipo principal se construye de acuerdo con la configuración del epígrafe 3.2.1, con el Ministerio sin unidades dependientes.

C. Título de la presentación: Centrado. Enmarcado. La tipografía es Calibri, en negrita, en mayúsculas, con un tamaño mínimo de 22 puntos, en color Azul Oscuro (RGB: Rojo: 55 / Verde: 96 / Azul: 146).





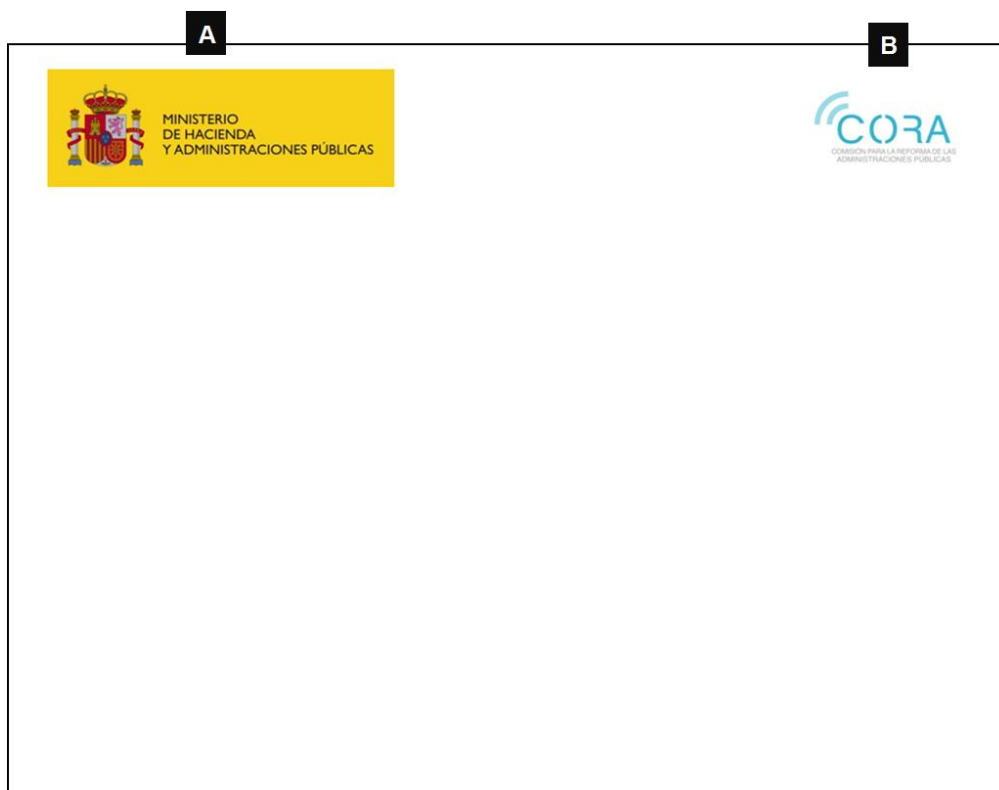
3.6.1.4.2. Configuración de Presentaciones de Ministerio con Proyecto o Programa. Segunda, y siguientes, páginas.

Formato: A4 (210 x 297), en horizontal.

A. Escudo y logotipo: Encabezado, ángulo superior izquierdo. Según la configuración del epígrafe 3.2.4. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo. Altura del logotipo: 3 cm.

B. Identidad Proyecto o Programa: Encabezado, ángulo superior derecho. En el ejemplo adjunto es un Proyecto que dispone de Logotipo propio autorizado.

En las Presentaciones que incorporan el Logotipo de un Proyecto o Programa, el logotipo principal se construye de acuerdo con la configuración del epígrafe 3.2.4, con el Ministerio sin unidades dependientes.





3.6.1.4.3. Configuración de Presentaciones de Gobierno de España con Proyecto o Programa. Segunda, y siguientes, páginas.

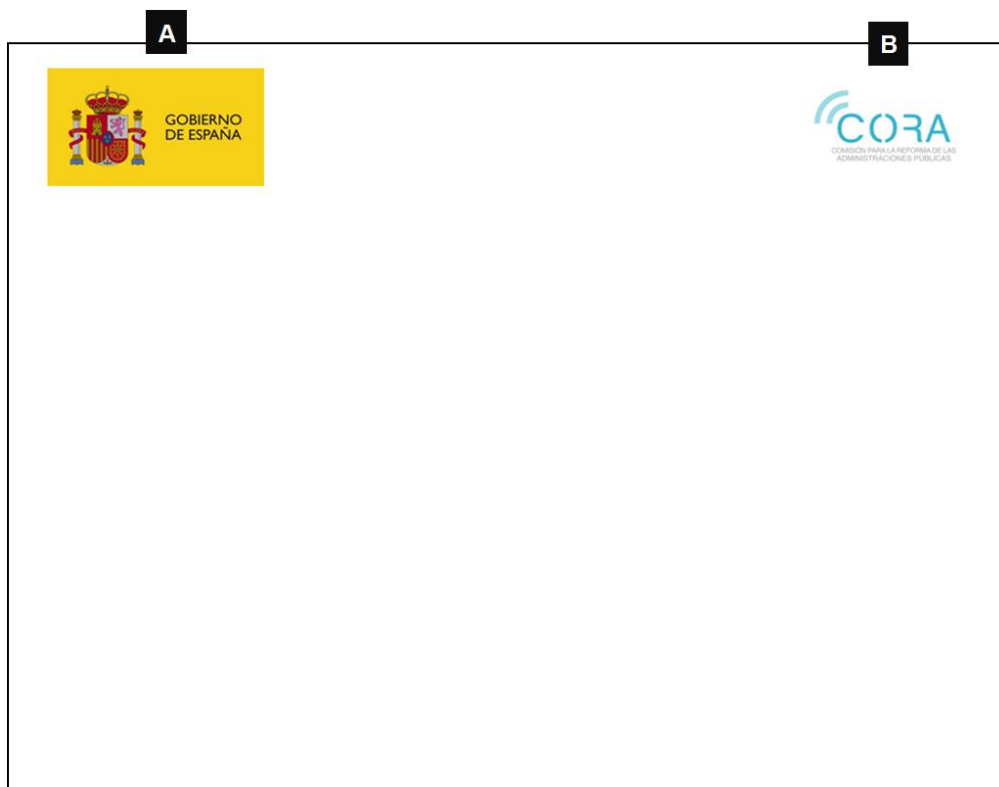
Con carácter excepcional, se utilizará la configuración de Gobierno de España en las presentaciones de campañas de publicidad, comunicación y difusión de acciones institucionales, así como en aquellas otras actuaciones administrativas de especial relevancia que se estimen oportunas (presentaciones en las que intervengan otros Estados y Organismos Internacionales, y presentaciones de la Administración Periférica).

Formato: A4 (210 x 297), en horizontal.

A. Escudo y logotipo: Encabezado, ángulo superior izquierdo. Según la configuración del epígrafe 3.2.4. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo. Altura del logotipo: 3 cm.

B. Identidad Proyecto o Programa: Encabezado, ángulo superior derecho. En el ejemplo adjunto es un Proyecto que dispone de Logotipo propio autorizado.

En las Presentaciones que incorporan el Logotipo de un Proyecto o Programa, el logotipo principal se construye de acuerdo con la configuración del epígrafe 3.2.4, con Gobierno de España sin unidades dependientes.





3.6.1.4.4. Configuración de Presentaciones de Ministerio con Proyecto o Programa. Última página.

Formato: A4 (210 x 297), en horizontal.

A. Escudo y logotipo: Según la configuración del epígrafe 3.2.1, centrado. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo. Altura del logotipo: 3 cm.

B. Identidad Proyecto o Programa: Separado del logotipo de nivel 1. En el ejemplo adjunto es un Proyecto que dispone de Logotipo propio autorizado.

En las Presentaciones que incorporan el Logotipo de un Proyecto o Programa, el logotipo principal se construye de acuerdo con la configuración del epígrafe 3.2.1, con el Ministerio sin unidades dependientes.

C. (Campo no obligatorio) Denominación de la Unidad: Pie de página, ángulo inferior izquierdo.



3.6.2. Configuración de Presentaciones para Proyección en Pantalla.

Las Presentaciones para Proyección en Pantalla se clasifican en:

- a) Presentaciones para proyectar en Ruedas de Prensa.
- b) Presentaciones para proyectar en Conferencias, Clases, participación en Mesas Redondas.
- c) Presentaciones públicas en reuniones de trabajo celebradas en salas amplias, tipo auditorio.
- d) Otros usos (Presentaciones en salas cuyo tamaño lo aconseje por disponer de una buena visión de la pantalla).

Las Presentaciones para Proyección en Pantalla tienen unas condiciones especiales de uso: se ven desde lejos y están complementadas por un discurso oral.

Por ello, se han desarrollado una serie de condiciones de obligado cumplimiento que facilitan el seguimiento del conjunto total del discurso y de la presentación. La Presentación para Proyección en Pantalla debe poder seguirse sin necesidad de perder el hilo del discurso y en menos de 45 segundos por diapositiva.

La Presentación para Proyección en Pantalla comienza y termina con una diapositiva con el Título, de tal forma que, si debe permanecer proyectada unos minutos finales, contextualice el discurso de forma general. La última diapositiva de la Presentación se puede utilizar para dar las gracias a la audiencia, si es protocolariamente necesario.

La Presentación para Usos Generales y la Presentación para Proyección en Pantalla pueden ser documentos distintos para ofrecer la información completa.



Obligatorio

Color de Fondo: El fondo es de color Verde azulado oscuro (RGB: Rojo: 17 / Verde: 89 / Azul: 100). Se trata de un azul adaptado a este uso. El azul del fondo se ha diseñado para que, sumado a los focos de la sala, ofrezca el contraste adecuado, la apariencia habitual, y permita una cómoda iluminación tanto en la sala como en sus resultados en pantalla de televisión. Este color de fondo no se debe variar, ni matizar.

Tipografía: Es obligatoria la utilización de la tipografía Calibri. Cuando exista imposibilidad técnica, que no permita la utilización de esta tipografía, se podrá usar la tipografía Arial o Verdana.

Color de la Tipografía: La tipografía es de color Amarillo claro (RGB: Rojo: 255 / Verde: 255 / Azul: 102). Se trata de un amarillo adaptado a este uso.

Tamaños de la fuente:

- Título del documento: tamaño de 60 puntos.
- Título de la diapositiva: tamaño de 18 puntos.
- Texto de la diapositiva: tamaño de 40 puntos.



Estos tamaños están optimizados para su visualización mediante proyectores y no se deben reducir.

En cada diapositiva caben cinco frases y un titular de resumen. Si fuese necesaria más información en la presentación, se deben añadir diapositivas, y no reducir los tamaños de la fuente.

Alternativamente, en la versión para imprimir, se podrán realizar presentaciones con una fuente de tamaño inferior, para introducir toda la información necesaria.

Color de los Gráficos: Las series en los gráficos (columnas, líneas, circular...) utilizarán los siguientes colores contrastados, definidos para que sean distinguibles en pantalla proyectada:

- **Serie 1:** Color Blanco (RGB: Rojo: 255 / Verde: 255 / Azul: 255).
- **Serie 2:** Color Azul turquesa (RGB: Rojo: 0 / Verde: 176 / Azul: 240).
- **Serie 3:** Color Amarillo (RGB: Rojo: 255 / Verde: 255 / Azul: 0).
- **Serie 4:** Color Fucsia (RGB: Rojo: 255 / Verde: 51 / Azul: 204).

Los gráficos no tienen por qué ser completos: pueden ser un resumen de los datos más importantes, de forma simple y en colores muy contrastados, para que sea fácil interpretarlos.

Por razones de claridad, el gráfico no debe tener más de 4 series de datos. Si el gráfico original tuviese más de 4 series, deben resumirse o agruparse las menos significativas, para resaltar las 3 series de datos más importantes.



3.6.2.1. Configuración de Presentaciones para Proyección en Pantalla. Primera página.

Formato: A4 (210 x 297), en horizontal.

A. Escudo y logotipo: Según la configuración del epígrafe 3.2.1. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo. Altura del logotipo: 3 cm.

B. Título de la presentación: Centrado. La tipografía es Calibri, en mayúscula, con un tamaño de 60 puntos, en color Amarillo claro (RGB: Rojo: 255 / Verde: 255 / Azul: 102).



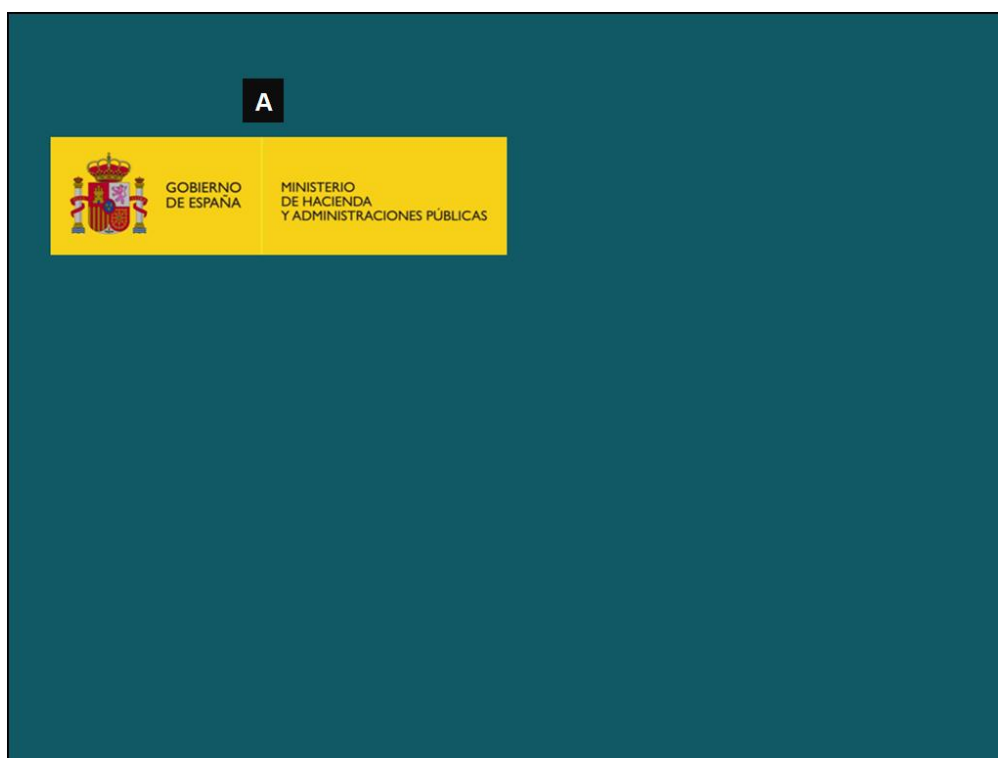


3.6.2.2. Configuración de Presentaciones para Proyección en Pantalla. Páginas de contenido.

3.6.2.2.1. Configuración de Presentaciones para Proyección en Pantalla. Páginas de contenido. Configuración general. Segunda, y siguientes, páginas.

Formato: A4 (210 x 297), en horizontal.

A. Escudo y logotipo: Según la configuración del epígrafe 3.2.1. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo. Altura del logotipo: 3 cm.



3.6.2.2. Configuración de Presentaciones para Proyección en Pantalla. Páginas de contenido. Resumen de temas.

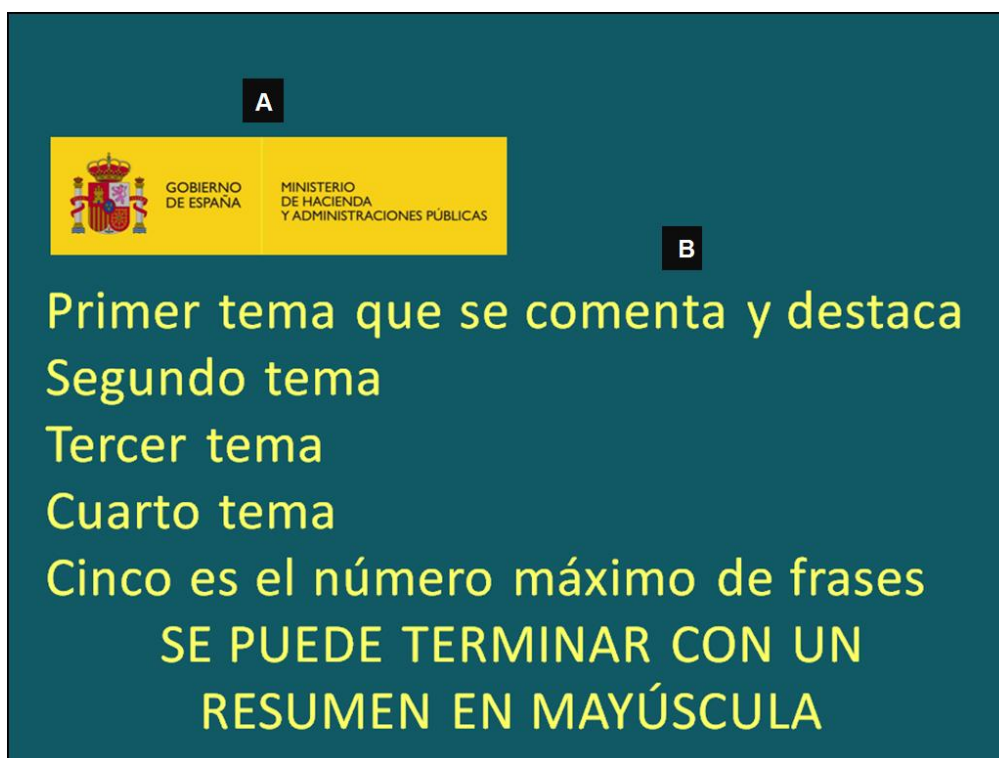
Formato: A4 (210 x 297), en horizontal.

A. Escudo y logotipo: Según la configuración del epígrafe 3.2.1. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo. Altura del logotipo: 3 cm.

B. Resumen de temas de la presentación: Texto alineado a la izquierda. La tipografía es Calibri, con un tamaño de 40 puntos, en color Amarillo claro (RGB: Rojo: 255 / Verde: 255 / Azul: 102).

El tamaño de la fuente está optimizado para su visualización en las salas de ruedas de prensa y no debe reducirse.

En cada diapositiva caben cinco frases y un titular de resumen. En caso de necesidad de ampliar la información, se deben añadir diapositivas, hasta un total máximo de 15, pero no bajar el tamaño de la fuente.





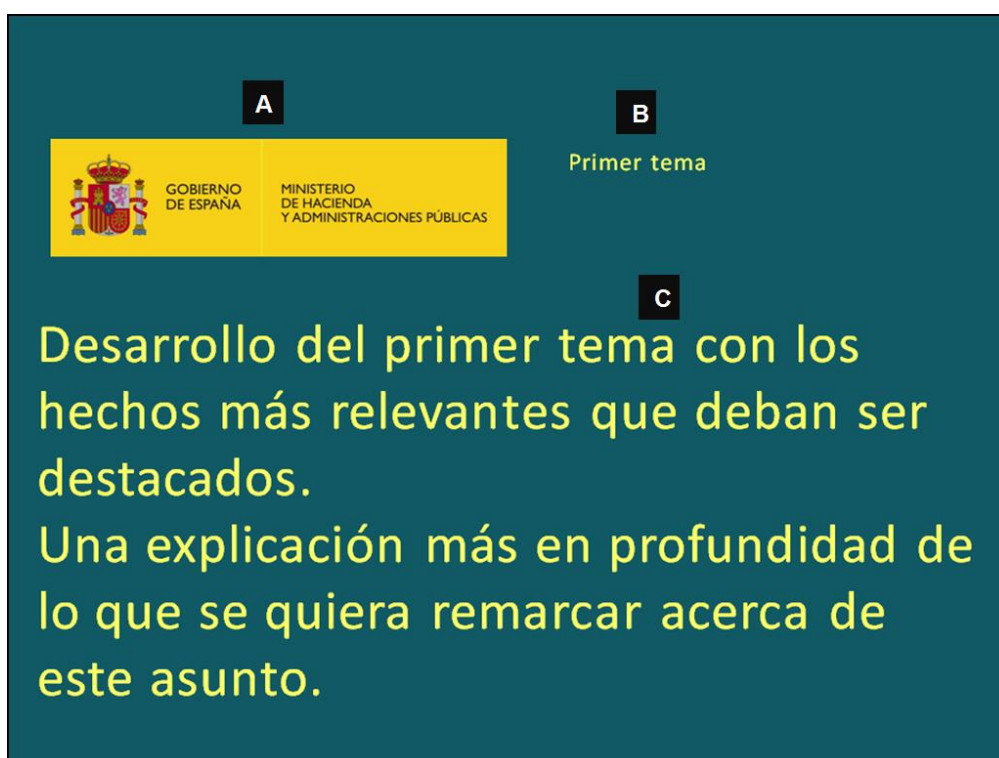
3.6.2.2.3. Configuración de Presentaciones para Proyección en Pantalla. Páginas de contenido. Desarrollo del primer tema.

Formato: A4 (210 x 297), en horizontal.

A. Escudo y logotipo: Según la configuración del epígrafe 3.2.1. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo. Altura del logotipo: 3 cm.

B. Título de la diapositiva: Texto a la derecha del logotipo. La tipografía es Calibri, con un tamaño de 18 puntos, en color Amarillo claro (RGB: Rojo: 255 / Verde: 255 / Azul: 102).

C. Resumen de temas de la presentación: Texto alineado a la izquierda. La tipografía es Calibri, con un tamaño de 40 puntos, en color Amarillo claro (RGB: Rojo: 255 / Verde: 255 / Azul: 102).



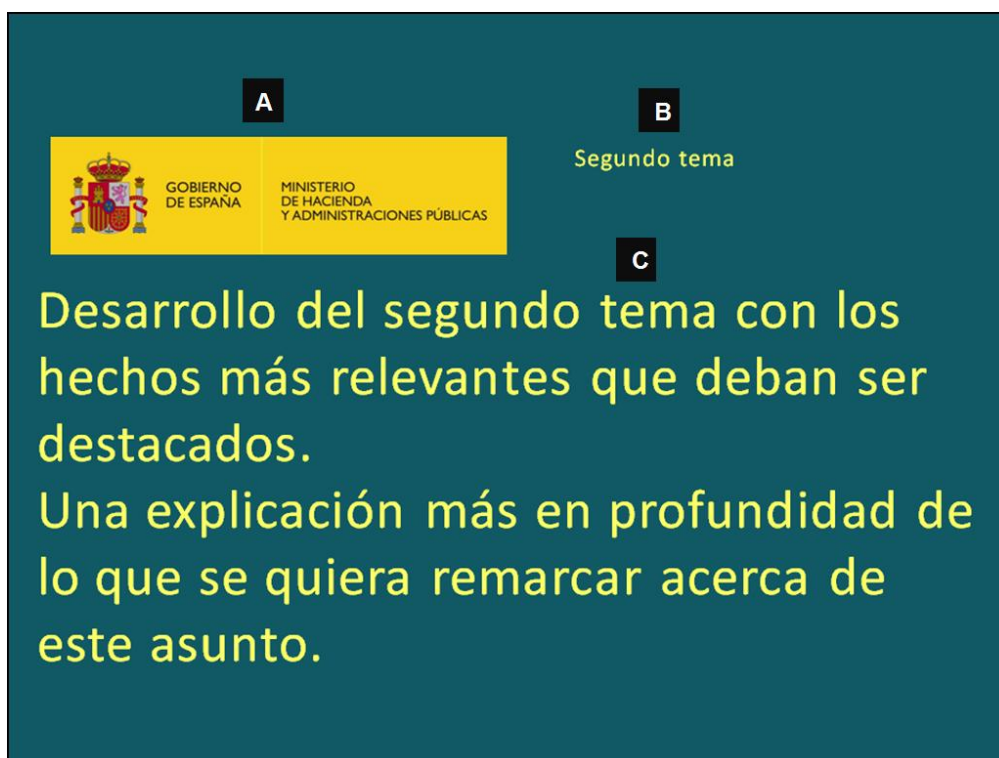
3.6.2.2.4. Configuración de Presentaciones para Proyección en Pantalla. Páginas de contenido. Desarrollo del segundo tema.

Formato: A4 (210 x 297), en horizontal.

A. Escudo y logotipo: Según la configuración del epígrafe 3.2.1. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo. Altura del logotipo: 3 cm.

B. Título de la diapositiva: Texto a la derecha del logotipo. La tipografía es Calibri, con un tamaño de 18 puntos, en color Amarillo claro (RGB: Rojo: 255 / Verde: 255 / Azul: 102).

C. Resumen de temas de la presentación: Texto alineado a la izquierda. La tipografía es Calibri, con un tamaño de 40 puntos, en color Amarillo claro (RGB: Rojo: 255 / Verde: 255 / Azul: 102).



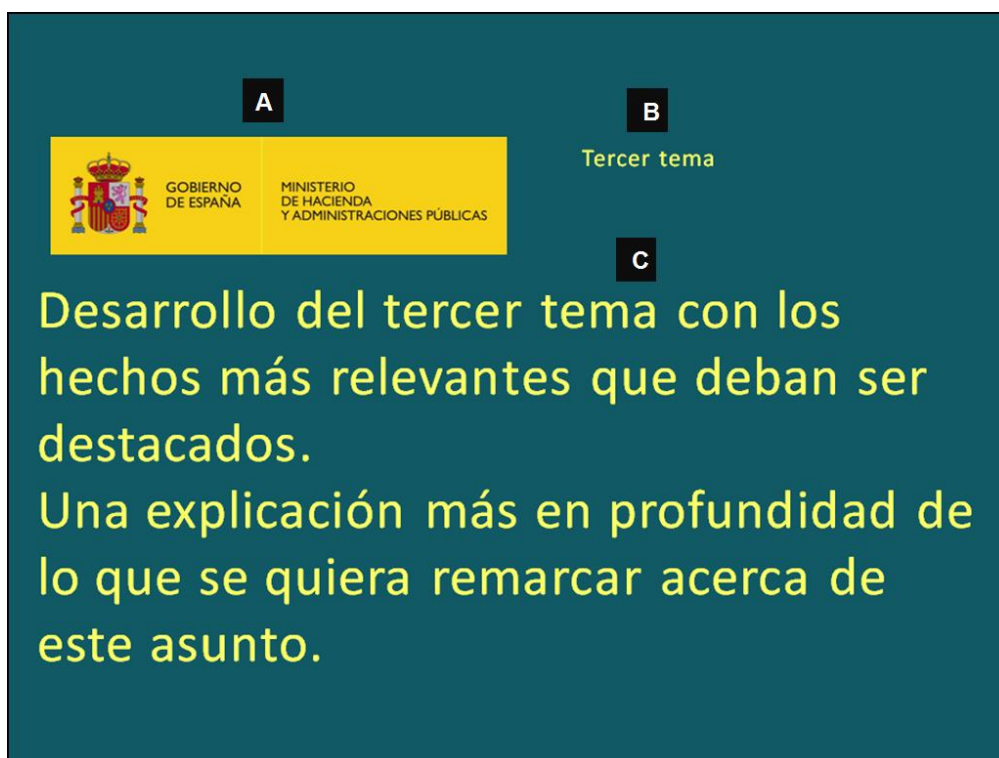
3.6.2.2.5. Configuración de Presentaciones para Proyección en Pantalla. Páginas de contenido. Desarrollo del tercer tema.

Formato: A4 (210 x 297), en horizontal.

A. Escudo y logotipo: Según la configuración del epígrafe 3.2.1. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo. Altura del logotipo: 3 cm.

B. Título de la diapositiva: Texto a la derecha del logotipo. La tipografía es Calibri, con un tamaño de 18 puntos, en color Amarillo claro (RGB: Rojo: 255 / Verde: 255 / Azul: 102).

C. Resumen de temas de la presentación: Texto alineado a la izquierda. La tipografía es Calibri, con un tamaño de 40 puntos, en color Amarillo claro (RGB: Rojo: 255 / Verde: 255 / Azul: 102).





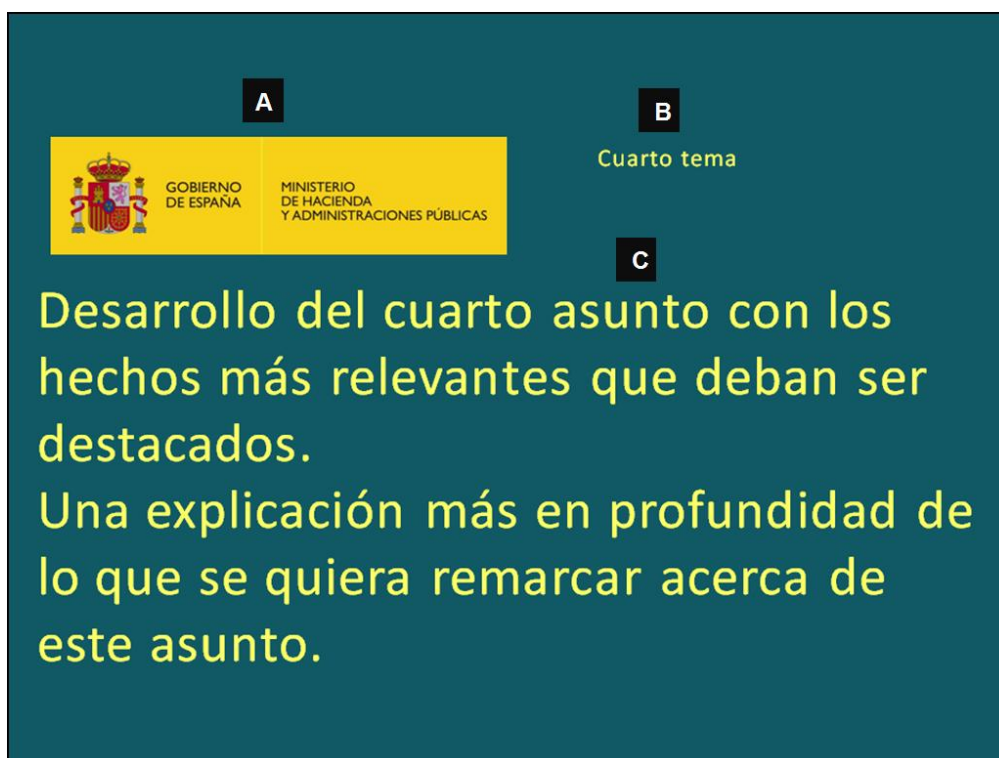
3.6.2.2.6. Configuración de Presentaciones para Proyección en Pantalla. Páginas de contenido. Desarrollo del cuarto tema.

Formato: A4 (210 x 297), en horizontal.

A. Escudo y logotipo: Según la configuración del epígrafe 3.2.1. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo. Altura del logotipo: 3 cm.

B. Título de la diapositiva: Texto a la derecha del logotipo. La tipografía es Calibri, con un tamaño de 18 puntos, en color Amarillo claro (RGB: Rojo: 255 / Verde: 255 / Azul: 102).

C. Resumen de temas de la presentación: Texto alineado a la izquierda. La tipografía es Calibri, con un tamaño de 40 puntos, en color Amarillo claro (RGB: Rojo: 255 / Verde: 255 / Azul: 102).



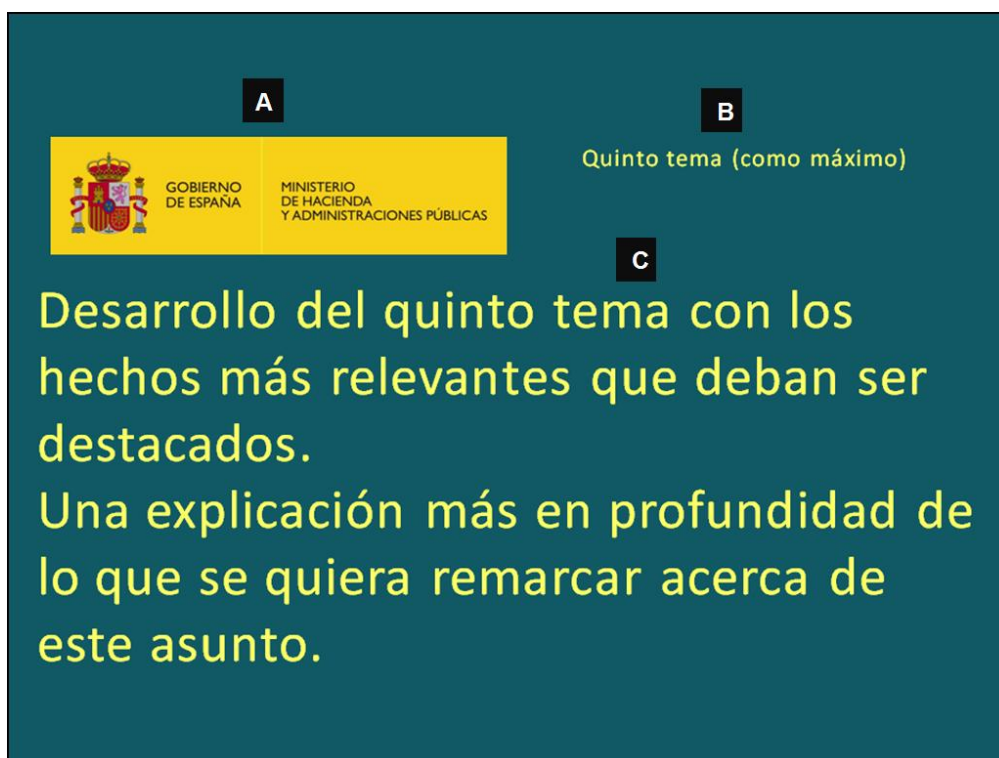
3.6.2.2.7. Configuración de Presentaciones para Proyección en Pantalla. Páginas de contenido. Desarrollo del quinto tema.

Formato: A4 (210 x 297), en horizontal.

A. Escudo y logotipo: Según la configuración del epígrafe 3.2.1. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo. Altura del logotipo: 3 cm.

B. Título de la diapositiva: Texto a la derecha del logotipo. La tipografía es Calibri, con un tamaño de 18 puntos, en color Amarillo claro (RGB: Rojo: 255 / Verde: 255 / Azul: 102).

C. Resumen de temas de la presentación: Texto alineado a la izquierda. La tipografía es Calibri, con un tamaño de 40 puntos, en color Amarillo claro (RGB: Rojo: 255 / Verde: 255 / Azul: 102).



3.6.2.3. Configuración de Presentaciones para Proyección en Pantalla. Gráficos.

3.6.2.3.1. Configuración de Presentaciones para Proyección en Pantalla. Gráficos. Gráfico de líneas.

Formato: A4 (210 x 297), en horizontal.

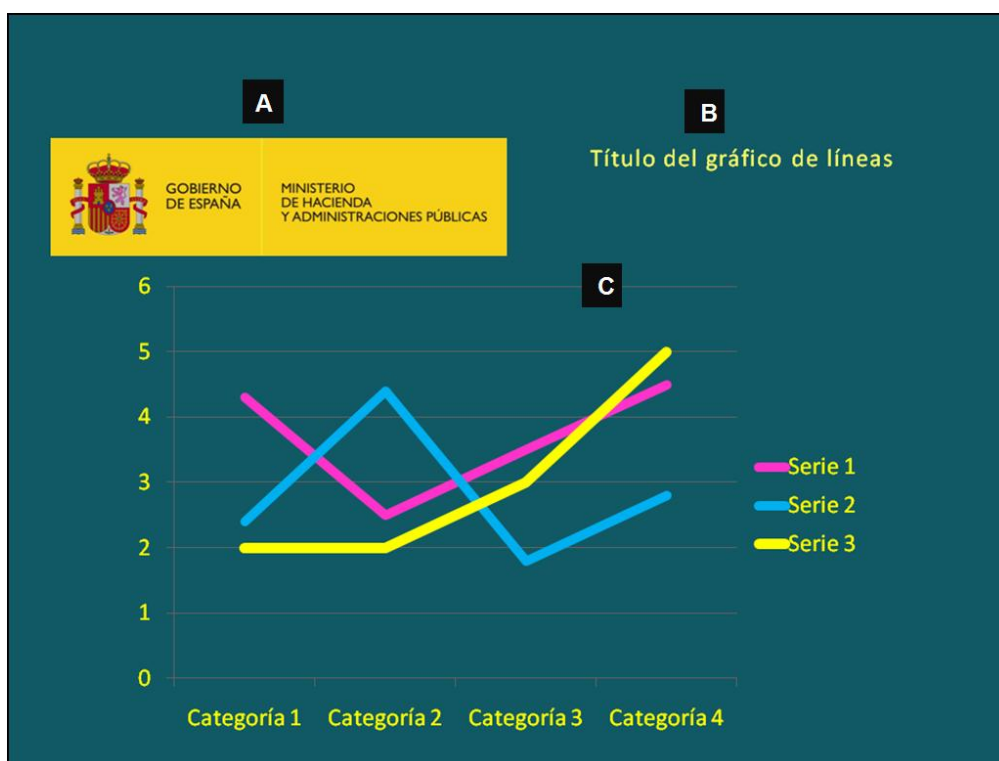
A. Escudo y logotipo: Según la configuración del epígrafe 3.2.1. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo. Altura del logotipo: 3 cm.

B. Título de la diapositiva: Texto a la derecha del logotipo. La tipografía es Calibri, con un tamaño de 18 puntos, en color Amarillo claro (RGB: Rojo: 255 / Verde: 255 / Azul: 102).

C. Gráfico de líneas: Color de las series de los Gráficos:

- **Serie 1:** Color Blanco (RGB: Rojo: 255 / Verde: 255 / Azul: 255).
- **Serie 2:** Color Azul turquesa (RGB: Rojo: 0 / Verde: 176 / Azul: 240).
- **Serie 3:** Color Amarillo (RGB: Rojo: 255 / Verde: 255 / Azul: 0).
- **Serie 4:** Color Fucsia (RGB: Rojo: 255 / Verde: 51 / Azul: 204).

Por razones de claridad en el gráfico, no debe tener más de 4 series. En caso de que el gráfico original tuviese más, deben resumirse o agruparse las menos importantes, para resaltar las 3 más importantes.



3.6.2.3.2. Configuración de Presentaciones para Proyección en Pantalla. Gráficos. Gráfico circular.

Formato: A4 (210 x 297), en horizontal.

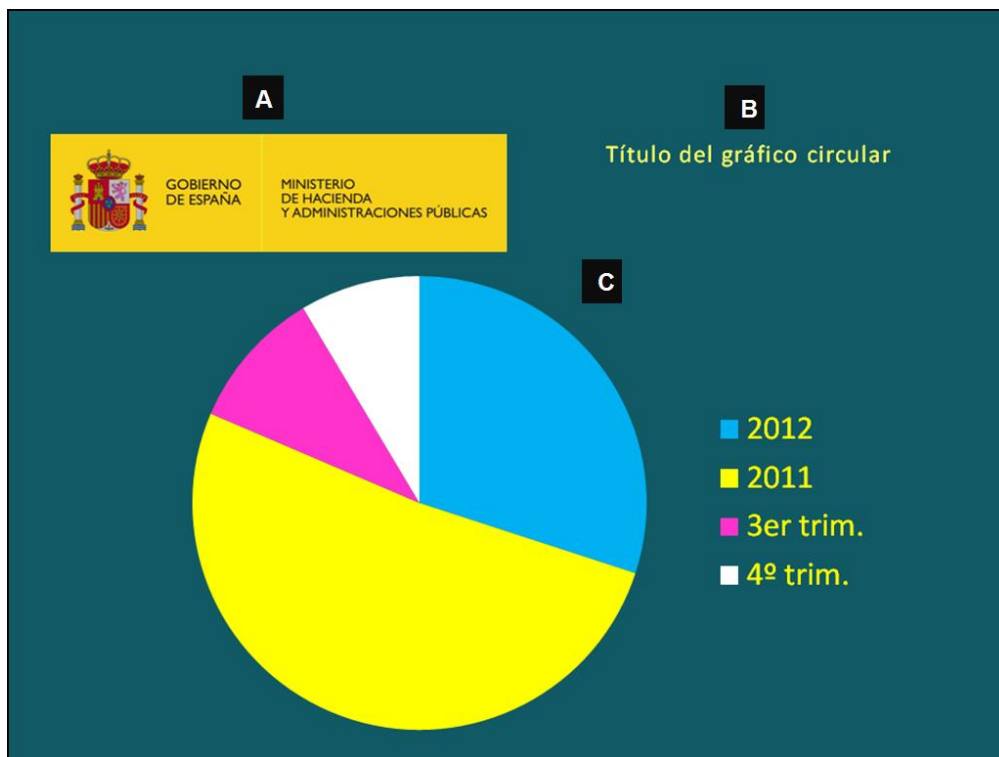
A. Escudo y logotipo: Según la configuración del epígrafe 3.2.1. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo. Altura del logotipo: 3 cm.

B. Título de la diapositiva: Texto a la derecha del logotipo. La tipografía es Calibri, con un tamaño de 18 puntos, en color Amarillo claro (RGB: Rojo: 255 / Verde: 255 / Azul: 102).

C. Gráfico circular: Color de las series de los Gráficos:

- **Serie 1:** Color Blanco (RGB: Rojo: 255 / Verde: 255 / Azul: 255).
- **Serie 2:** Color Azul turquesa (RGB: Rojo: 0 / Verde: 176 / Azul: 240).
- **Serie 3:** Color Amarillo (RGB: Rojo: 255 / Verde: 255 / Azul: 0).
- **Serie 4:** Color Fucsia (RGB: Rojo: 255 / Verde: 51 / Azul: 204).

Por razones de claridad en el gráfico, no debe tener más de 4 series. En caso de que el gráfico original tuviese más, deben resumirse o agruparse las menos importantes, para resaltar las 3 más importantes.



3.6.2.3.3. Configuración de Presentaciones para Proyección en Pantalla. Gráficos. Gráfico de columna.

Formato: A4 (210 x 297), en horizontal.

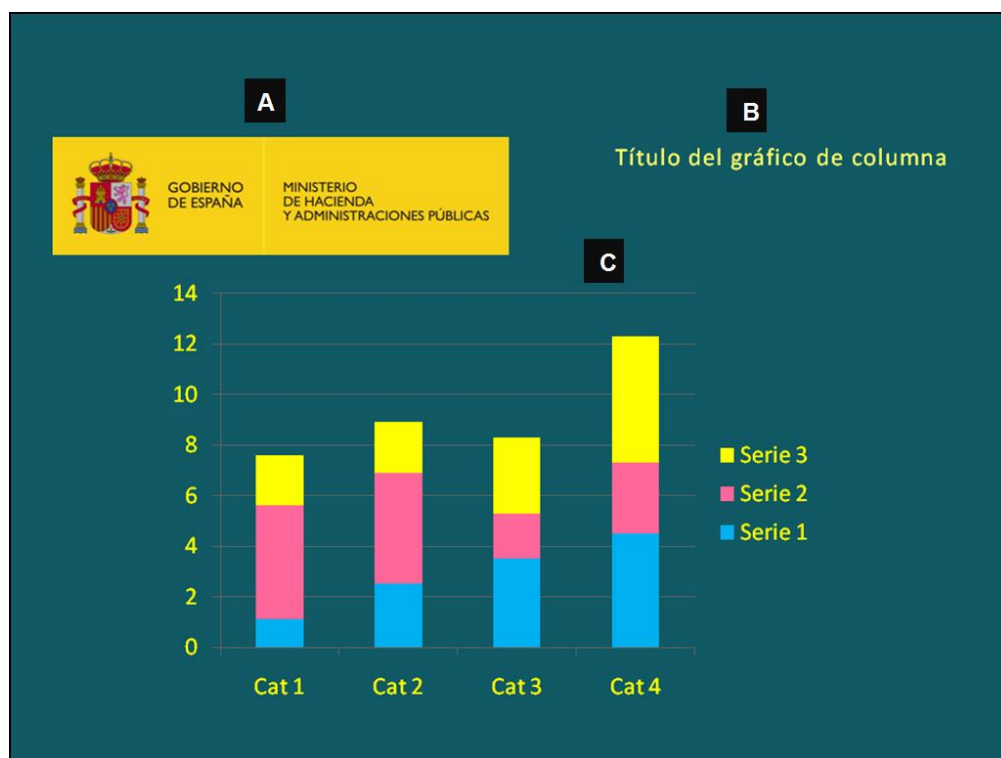
A. Escudo y logotipo: Según la configuración del epígrafe 3.2.1. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo. Altura del logotipo: 3 cm.

B. Título de la diapositiva: Texto a la derecha del logotipo. La tipografía es Calibri, con un tamaño de 18 puntos, en color Amarillo claro (RGB: Rojo: 255 / Verde: 255 / Azul: 102).

C. Gráfico de columna: Color de las series de los Gráficos:

- **Serie 1:** Color Blanco (RGB: Rojo: 255 / Verde: 255 / Azul: 255).
- **Serie 2:** Color Azul turquesa (RGB: Rojo: 0 / Verde: 176 / Azul: 240).
- **Serie 3:** Color Amarillo (RGB: Rojo: 255 / Verde: 255 / Azul: 0).
- **Serie 4:** Color Fucsia (RGB: Rojo: 255 / Verde: 51 / Azul: 204).

Por razones de claridad en el gráfico, no debe tener más de 4 series. En caso de que el gráfico original tuviese más, deben resumirse o agruparse las menos importantes, para resaltar las 3 más importantes.





3.6.2.4. Configuración de Presentaciones para Proyección en Pantalla. Tabla/cuadro.

Formato: A4 (210 x 297), en horizontal.

A. Escudo y logotipo: Según la configuración del epígrafe 3.2.1. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo. Altura del logotipo: 3 cm.

B. Título de la diapositiva: Texto a la derecha del logotipo. La tipografía es Calibri, con un tamaño de 18 puntos, en color Amarillo claro (RGB: Rojo: 255 / Verde: 255 / Azul: 102).

C. Tabla/cuadro: Color de la tabla/cuadro:

- **Primera línea:** Color Azul turquesa (RGB: Rojo: 0 / Verde: 118 / Azul: 163).
- **Segunda, y siguientes, líneas:** Color Azul turquesa claro (RGB: Rojo: 3 / Verde: 178 / Azul: 201).

La tipografía es Calibri, con un tamaño de 28 puntos, en color Amarillo claro (RGB: Rojo: 255 / Verde: 255 / Azul: 102).

Por razones de claridad en la tabla, no debe tener más de 4 series. En caso de que la tabla original tuviese más, deben resumirse o agruparse las menos importantes, para resaltar las 3 más importantes.

The diagram illustrates the layout of a slide. At the top left is a yellow header (A) containing the Spanish coat of arms and the text 'GOBIERNO DE ESPAÑA' and 'MINISTERIO DE HACIENDA Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS'. To the right of the header is the title (B) 'Título de la tabla/cuadro'. Below these is a table (C) with a dark teal background and yellow text. The table has 5 rows and 4 columns. The first row is highlighted in a darker teal. The letters A, B, and C are placed in small black boxes above their respective elements.

TDHFGF	HGHGJH	GFHGFHG	FDGFGFD
KJGHLKJLH JÑLKJHÑ	GJGHFJGH	TGRHGFHG	FDGFGFD
HGFHGF	FDGFD	FDGFDGFD	GDFHGFHG
FDGFDGF	HGFHGFHG	GHGFHGF	HGFHGF
HGFDFGFD	GFGFDGF	HGFHGFHG	FHGFHGFH G



3.6.2.5. Configuración de Presentaciones para Proyección en Pantalla. Última página.

La Presentación para Proyección en Pantalla comienza y termina con una diapositiva con el Título, de tal forma que, si debe permanecer proyectada unos minutos finales, contextualice el discurso de forma general. Esta última diapositiva se puede utilizar para dar las gracias a la audiencia, si esto es protocolariamente necesario.

Formato: A4 (210 x 297), en horizontal.

A. Escudo y logotipo: Según la configuración del epígrafe 3.2.1. El Escudo se realizará en color. Con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo. Altura del logotipo: 3 cm.

B. Título de la presentación: Centrado. La tipografía es Calibri, en mayúscula, con un tamaño de 60 puntos, en color Amarillo claro (RGB: Rojo: 255 / Verde: 255 / Azul: 102).





3.7. Configuración de firma en el Correo Electrónico

La diversidad de programas gestores de correo electrónico utilizados en las unidades y organismos dependientes de la Administración General del Estado supone un obstáculo para una configuración homogénea, y normalizada, de la firma de correo electrónico, debido a la variedad, y limitaciones, de los programas de correo electrónico.

Independientemente de la aplicación de correo electrónico que se use, tanto si se trata del formato estándar como de una aplicación de webmail, en ordenador, fijo o móvil, se debe incluir una firma en el correo electrónico.

Tras la despedida formal, debemos firmar el mensaje para que el receptor tenga los datos necesarios para identificar al emisor del mensaje y poder contactar con él por el canal disponible.



Obligatorio

La firma del correo electrónico estará formada por unos elementos fijos, y obligatorios, unos elementos opcionales y, con carácter excepcional, el logotipo del Departamento Ministerial.

Componentes Fijos:

Nombre y Apellidos

Cargo, Puesto

Subdirección General, Dirección General, Departamento

Ministerio, Organismo, Entidad, Institución

Componentes Opcionales:

Dirección

Teléfono

Fax

Correo electrónico

Dirección web (www.URLoficial.gob.es)

@cuentaTwitter

Facebook/CuentaOficial

Otras redes sociales/Cuenta Oficial



Logotipo Opcional:

Con carácter excepcional, la firma de correo electrónico puede incluir el logotipo del Departamento Ministerial.

El logotipo de la firma de correo electrónico se configura de acuerdo con el apartado 3.2.4 de esta Guía: se construye por medio de la composición del Escudo de España, en color, con la denominación del Departamento Ministerial, usando la tipografía Gill Sans, con forma envolvente de color amarillo (Pantone 116) como fondo.

En caso de incluir logotipo en la firma del correo electrónico, el único logotipo que debe aparecer es el del Departamento Ministerial de adscripción, o dependencia, no incluyendo nunca los logotipos propios autorizados o de las redes sociales en los disponga de cuenta oficial.

En la configuración de la firma de correo electrónico no es recomendable incluir logotipos por las siguientes razones:

- Supone un coste económico porque ocupa memoria y por lo tanto genera un coste de envío y de almacenamiento.
- Los logotipos pueden originar problemas de compatibilidad entre los distintos formatos de correo electrónico.
- Los logotipos pueden no ser accesibles en determinadas aplicaciones de webmail.

Este tipo de firmas de correo electrónico no tienen nada que ver con las firmas electrónicas reconocidas recogidas en la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

La firma en el correo electrónico no posee la validez legal de la firma digital de la Ley 59/2003. Es una cortesía hacia el receptor que mejora la calidad, ya que permite identificar a la persona que envía el correo electrónico y contactar con ella a través de otros canales: fax, teléfono, página web o sede física.

En las relaciones con ciudadanos es necesario, si queremos garantizar la calidad de la comunicación, firmar los mensajes con la firma de correo electrónico incluido el nombre y apellidos de la persona que envía el correo electrónico. Ello permitirá personalizar la relación mejorando la prestación del servicio.

En el caso de que por diversas razones no quiera revelar su identidad, puede emplear un alias que le identifique unívocamente en todas sus relaciones. De esta forma podrá garantizar la calidad en la relación con los ciudadanos y preservar su identidad.

3.8. Configuración de Newsletter

El Newsletter, o boletín electrónico de noticias, es una publicación que se distribuye por correo electrónico de forma periódica, y regularmente, a los suscriptores del servicio.



Obligatorio

Para evitar problemas de compatibilidad y accesibilidad, y limitar el coste económico, los Newsletter deben elaborarse como texto plano, texto sin formato.

Cuando los Newsletter se configuren en formato html, que permite la inserción de imágenes y enlaces de páginas web, es recomendable evitar, o reducir, el uso de logotipos, imágenes y fondos de página, para limitar inconvenientes de compatibilidad y accesibilidad.

En el diseño y configuración de Newsletters no es recomendable incluir logotipos, imágenes, fondos y colores de páginas por las siguientes razones:

- Supone un coste económico porque ocupa memoria y por lo tanto genera un coste de envío y de almacenamiento.
- Los logotipos, imágenes, fondos y colores de páginas pueden originar problemas de compatibilidad entre los distintos formatos de correo electrónico.
- Los logotipos, imágenes, fondos y colores de páginas pueden no ser accesibles en determinadas aplicaciones de webmail.



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE HACIENDA Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

MULTILINGÜISMO



Guía de Comunicación Digital para la Administración General del Estado



REQUISITOS ANTES DE TENER EL SITIO WEB	3
4. MULTILINGÜISMO	3
4.1. SITIO WEB MULTILINGÜE	3
4.2. LENGUAS COOFICIALES	4
4.2.1. NIVELES DE TRADUCCIÓN	6
4.3. LENGUAS EXTRANJERAS	9
4.4. USO DE VARIOS IDIOMAS EN LA MISMA PÁGINA	12
4.5. VERIFICACIÓN DE INFLUENCIAS CULTURALES	13
4.6. MULTILINGÜISMO Y ACCESIBILIDAD	13
4.7. OTROS ASPECTOS TÉCNICOS	15
4.7.1. DECLARACIÓN DE LA CODIFICACIÓN DEL CONTENIDO	15
4.7.2. EMPLEO DE CARACTERES EN LUGAR DE "ESCAPES"	15
4.7.3. DECLARACIÓN DE IDIOMA Y CAMBIOS DE IDIOMA	16
4.7.4. NAVEGACIÓN	18
4.7.5. CODIFICACIÓN DE FORMULARIOS	19
4.7.6. TEXTO DE DERECHA A IZQUIERDA	19
4.7.7. FACILITAR LA TRADUCCIÓN.	20
4.7.8. OTRAS RECOMENDACIONES PARA LOS SITIOS MULTILINGÜES.	21
4.8. ANEXO RECURSOS	23
4.9. ANEXO NORMATIVA	25
4.9.1. LEGISLACIÓN ESPECÍFICA	25
4.9.2. ENLACES DE INTERÉS LENGUAS COOFICIALES	30



REQUISITOS ANTES DE TENER EL SITIO WEB

4. MULTILINGÜISMO

Este tercer fascículo de la Guía de Comunicación Digital de la Administración General del Estado¹ recoge los aspectos a tener en cuenta a la hora de dotar a nuestro sitio web de facilidades multilingües.

4.1. Sitio web multilingüe

Un sitio web multilingüe es aquel que ofrece su contenido en más de un idioma.

Crear un sitio web multilingüe tiene sentido si los usuarios del sitio web hablan lenguas diferentes.

Conviene preparar la estructura del sitio web a nivel técnico, para que luego pueda ser traducido y localizado fácilmente, sin tener que ser rediseñado completamente al incluir un nuevo idioma. Los sitios web multilingües se pueden presentar de distintas formas:

- Ofreciendo la selección del idioma y presentando el contenido en un solo idioma a la vez.
- Mezclando varios idiomas en la misma página, ya sea porque el público es multilingüe o porque resulte necesario incrustar textos en distintos idiomas.

R Recomendado

- ❑ Los buscadores intentan determinar el idioma de cada página, por lo cual para facilitar el reconocimiento del idioma, es aconsejable utilizar un solo idioma por página y para todos los elementos de la página: encabezados, menús o cuerpo, palabras clave, atributos o metadatos.

¹ Los fascículos de la Guía de Comunicación digital de la AGE son: Aspectos Generales, Imagen Institucional, Multilingüismo, Accesibilidad, Seguridad, Aspectos de Comunicación, Tecnología Web 2.0 y Mejora y Mantenimiento.



Además de los aspectos lingüísticos de cada idioma, es necesario tener en cuenta que pueden existir diferencias regionales y culturales en la forma de mostrar los contenidos (como, por ejemplo, la representación de fechas y horas).

4.2. Lenguas Cooficiales

Los responsables de contenidos y responsables técnicos de portales de cualquier organismo de la Administración General del Estado deben tener en cuenta que España es un país multilingüe y que deben velar para que el idioma no constituya una barrera al acceso a los contenidos de las webs públicas.

Se entienden por lenguas cooficiales las recogidas como tales, en los Estatutos de Autonomía afectados de las respectivas Comunidades Autónomas, y que tienen ese carácter en todo el territorio de las mismas.

La Administración General del Estado debe encargarse de la traducción de los contenidos de sus páginas web para facilitar y acercar los servicios prestados por la Administración a los ciudadanos y empresas en aquellas Comunidades Autónomas en las que exista lengua cooficial.

Como criterio general, todos los contenidos de los portales serán accesibles, además de en castellano, lengua española oficial del Estado, en las siguientes lenguas idiomas cooficiales de las respectivas Comunidades Autónomas de España: catalán, euskera, gallego y valenciano.

Para facilitar la traducción a las lenguas cooficiales y al inglés, se está preparando una Plataforma de traducción automática común de la AGE: PLATA que estará disponible con gran calidad al catalán, gallego y con necesidad de revisión asistida en el caso del euskera y el inglés.



Obligatorio

Uso de las lenguas cooficiales:

1. Se garantizará el uso de las lenguas oficiales del Estado en las relaciones por medios electrónicos de los ciudadanos con las Administraciones Públicas, en los términos previstos en la Ley 30/1992, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común y en la normativa que en cada caso resulte de aplicación.

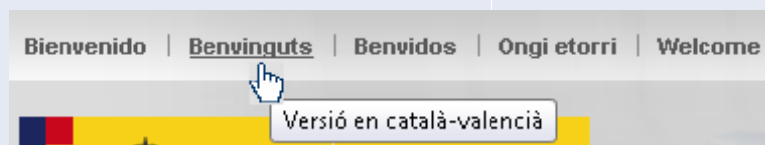


2. A estos efectos, las sedes electrónicas cuyo titular tenga competencia sobre territorios con régimen de cooficialidad lingüística posibilitarán el acceso a sus contenidos y servicios en las lenguas correspondientes.
3. Los sistemas y aplicaciones utilizados en la gestión electrónica de los procedimientos se adaptarán a lo dispuesto en cuanto al uso de lenguas cooficiales en el artículo 36 de la ley 30/1992, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y el Procedimiento Administrativo Común.
4. Cada Administración Pública afectada determinará el calendario para el cumplimiento progresivo de lo previsto en la presente disposición, debiendo garantizar su cumplimiento total antes del 31 de diciembre de 2009. *Ley 11/2007, de 22 de junio, de acceso electrónico de los ciudadanos a los Servicios Públicos. Disposición adicional sexta. Uso de Lenguas Oficiales.*

- ❑ Las sedes electrónicas cuyo titular tenga competencia sobre territorios con régimen de cooficialidad lingüística posibilitarán el acceso a sus contenidos y servicios en las lenguas correspondientes. (Art. 6.5, R. D. 1671/2009, de 6 de noviembre, por el que se desarrolla parcialmente la Ley 11/2007, de 22 de junio, de acceso electrónico de los ciudadanos a los servicios públicos). Plazo: antes del 19 de marzo de 2010

R Recomendado Lenguas cooficiales

- ❑ Traducir los contenidos de los sitios web a todas las lenguas cooficiales de España y guardar las reglas de las mismas en la medida que sea posible de acuerdo al nivel de uso, a las especificidades de los servicios prestados y a los recursos de los que se disponga.
- ❑ En todos los casos en la página principal se indicará la activación de los idiomas en los que esté disponible la página.
- ❑ Se podrá mostrar el saludo en las diferentes lenguas cooficiales en la zona de selección de las lenguas cooficiales de la página principal, utilizando la fórmula de 'Bienvenidos' en las distintas lenguas. En caso de utilizar esta fórmula, siempre se consignará en la etiqueta del *tooltip* (descripción emergente) el nombre de la lengua o lenguas a las que da acceso cada saludo.



- ❑ Se podrá usar la denominación de la lengua en los enlaces de selección del idioma.



Castellano | Català | Euskara | Galego | Valencià | English

- ❑ No resulta apropiado el uso de iconos con las banderas para la selección de la lengua porque a toda una comunidad lingüística no le representa una única bandera
- ❑ Se publicarán en las lenguas cooficiales las páginas del sitio con información y servicios de carácter general y de comunicación.
- ❑ Se optará por traducir inicialmente los documentos estáticos, de información más general, en los que se prevea escasa necesidad de modificación o actualización.
- ❑ Por lo general no deberán traducirse textos legales codificados o articulados lo que no impide enlazar o adjuntar textos que hayan sido publicados oficialmente en los boletines correspondientes.
- ❑ Las páginas o documentos intermedios recogerán explícitamente y en el idioma correspondiente, si "el documento final sólo está disponible en castellano o en otra lengua cooficial".
- ❑ Los documentos finales se deben clasificar, priorizando su traducción bajo la orientación del interés del ciudadano, el número de accesos y descargas del documento, así como por el principio de eficacia para lo que se tendrá en cuenta el período de vigencia del documento.
- ❑ Todos los menús de navegación deben estar versionados en las lenguas cooficiales, realizándose todos los esfuerzos razonables para asegurarse de que las versiones se publiquen y actualicen simultáneamente.

4.2.1. Niveles de traducción

La diversidad de contenidos y de gestores de servicios actuales en las páginas web de la Administración General del Estado provoca que las tareas de traducción de páginas web supongan un elevado esfuerzo tanto humano como económico. Es por ello que se recomienda una ejecución en fases. Se consideran tres niveles de traducción:

Nivel I, página de inicio y menús de navegación.



Obligatorio

- ❑ La página de inicio debería traducirse en su totalidad, lo que incluye:
 - Texto de los menús de navegación y enlaces.



- Textos de ayuda de cada menú de navegación y enlace.
- Información estática.
- Aviso legal y mapa del web.

R Recomendado

- Dentro de los menús de navegación, accesibles desde la página de inicio se propone traducir:

- Texto de los enlaces a información específica y otros sitios del portal.
- Textos de ayuda de cada menú de navegación y enlace.
- Contenido del menú de ayuda en su totalidad.
- Contenido del menú de búsqueda (si existe) y enlaces asociados (“Buscar”, “Ir”, “Avanzada”, etc.) así como el texto de los enlaces dentro del menú de resultados.
- Textos de las imágenes y banners
- Texto alternativos de las imágenes
- Etiqueta "*title*" de la página (título de la página).

Nivel II: Información estática.

En este nivel requiere mención especial la traducción de contenidos estáticos referentes a Normativa. Según el Real Decreto 489/1997, de 14 de abril, sobre publicación de las leyes en las lenguas cooficiales de las Comunidades Autónomas, podrán traducirse a las lenguas cooficiales de las Comunidades Autónomas las normas con rango de ley, es decir, las Leyes, los Reales Decretos-Leyes y los Reales Decretos legislativos. Asimismo, dicho Real Decreto indica que se podrán suscribir convenios de colaboración entre la Administración General del Estado y las Comunidades Autónomas afectadas con el fin de cooperar en la traducción, edición y distribución de las publicaciones.

R Recomendado

- En la medida de lo posible evitar la traducción a las lenguas cooficiales de Normativa y primar una política de enlaces a contenidos traducidos ya existentes con validez legal como por ejemplo los del Boletín Oficial del Estado.



Otro aspecto importante es el de los formularios normalizados publicados en páginas web de la Administración General del Estado. Según el artículo 5 del capítulo III del Real Decreto 1465/1999, de 17 de septiembre, por el que se establecen criterios de imagen institucional, los formularios e impresos normalizados que se pongan a disposición de los ciudadanos de una Comunidad Autónoma con lengua cooficial deberán ser bilingües en castellano y en la lengua cooficial.

Se plantean dos posibilidades:

- Único modelo, contenidos y epígrafes expresados en las dos lenguas.
- Dos modelos, uno correspondiente a cada lengua.



Obligatorio

- ❑ La traducción de formularios y modelos normalizados que correspondan a procedimientos administrativos.



Recomendado

- ❑ En la traducción de los formularios e impresos que no correspondan a procedimientos administrativos, se priorizará su traducción por el grado de uso o por las dificultades e inconvenientes de su traducción.
- ❑ En la traducción de otros contenidos estáticos se seguirán criterios de priorización en función de indicadores, tales como:
 - Se traducirán en último lugar las páginas que tengan fecha de caducidad más próxima.
 - Se traducirán en primer lugar las páginas con menor frecuencia de actualización.
 - Número total de visitas por página web.
 - Número total de visitas por página respecto al total de visitas.



Se propone generar un gráfico donde se utilicen estos indicadores para mostrar las páginas web más utilizadas o con mayor porcentaje de visitas con respecto al número de visitas totales.

Nivel III: Información dinámica.

Si entendemos “información dinámica” como la que se genera automáticamente en el momento que alguien solicita su visualización y que puede cambiar dependiendo de quién lo solicite o en qué momento lo haga, o bien la obtenida a partir de consultas online o actualización del contenido de bases de datos, con la información que solicita un usuario a través de un formulario de web.

La traducción de este tipo de información dependerá de la capacidad tecnológica de la plataforma que sustente las bases de datos: una traducción puede implicar la ampliación o sustitución de la plataforma subyacente.

R Recomendado

- La viabilidad de traducción de la información dinámica vendrá determinada por la capacidad de adaptación de la plataforma tecnológica de soporte de la base de datos.

4.3. Lenguas Extranjeras

En general, para lenguas extranjeras se suelen elaborar versiones singulares del sitio en las que se seleccionan los contenidos y navegación de interés para los usuarios del Sitio Web en esa lengua. No parece recomendable la opción de internacionalización basada en la duplicación de la web para cada una de las versiones.

Puede darse el caso de sitios web únicamente en lengua extranjera, que suele ser el inglés. En este caso no se tendrán en cuenta las recomendaciones de esta Guía, pues no se considerará un sitio web multilingüe. Ejemplo: <http://www.thespanisheconomy.com>

La utilización de idiomas distintos al castellano en las páginas web de la Administración General del Estado debe contemplarse desde dos puntos de vista:



- Servicios prestados a extranjeros residentes en España.

El público objetivo de las páginas web dirigidas a los ciudadanos en general incluye, por defecto, al colectivo de extranjeros residentes en España.

Es posible que determinadas páginas presten información y servicios especialmente dedicados a estos colectivos, por lo que deberá valorarse la conveniencia de traducir los contenidos a los idiomas de origen en función de criterios tales como:

- Volumen de accesos a la página.
- Idiomas de origen más frecuentes.

Como ejemplo orientativo de páginas susceptibles de este estudio pueden citarse las referentes a permisos de residencia, permisos de trabajo, etc.

- Servicios prestados a extranjeros no residentes en España.

Los contenidos y servicios dirigidos a extranjeros no residentes en España pueden diferir de los dedicados al resto de posibles usuarios. Según esto, las directrices a seguir para acometer la traducción de páginas web a otros idiomas consistirían en:

- Identificación de servicios y contenidos con posible interés para extranjeros no residentes en España.
- Identificación de los idiomas extranjeros a los que se traducirá (mínimo inglés).

Tras la identificación de páginas con interés para este colectivo deberán tomarse las siguientes decisiones:

- Conveniencia de mantener o modificar el diseño de las páginas.

A modo de ejemplo se puede citar el portal del ciudadano (www.060.es), cuyo diseño y contenidos en la versión en inglés y francés son distintos de la versión en castellano y otras lenguas cooficiales.

- En el caso de mantener el diseño podrán seguirse las directrices de traducción a lenguas cooficiales españolas para la traducción a idiomas extranjeros.

En el punto referente a la traducción de Normativa, existen traductores jurados a idiomas extranjeros por lo que el equipo responsable podría valorar la conveniencia de traducirla.



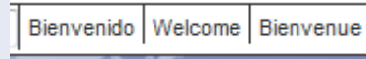
- En el caso de modificación del diseño se recomienda que se traduzca la totalidad de las páginas web a los idiomas extranjeros identificados preferentemente en inglés.

R Recomendado lenguas extranjeras.

- ❑ Se preparará una versión singular del Sitio Web en los idiomas que se decida traducir en función del tipo de usuarios esperados para cada página y de las necesidades concretas del Departamento u Organismo.
- ❑ Se analizarán los contenidos y navegación susceptibles de traducción en función de su naturaleza y su interés para ciudadanos de otras nacionalidades (ciertos trámites, contenidos relacionados con el turismo, la presentación institucional de la administración, etc.). En el caso de un sitio con un contenido especializado, es útil proporcionar un glosario de términos.
- ❑ La versión del Sitio Web incluirá información y servicios de carácter general y de comunicación. Los responsables de contenidos valorarán, en función de los recursos disponibles, la traducción de documentos de interés para extranjeros.
- ❑ Cuando se disponga de un número significativo de documentos traducidos a algún idioma extranjero y resulte conveniente, se procurará agrupar todos los documentos mediante un sistema de navegación ex profeso para los documentos traducidos que permita su rápida localización evitando la diseminación de los documentos traducidos. En su caso, cuando el número de documentos sea lo suficientemente significativo, se recomienda la construcción de una Web específica en el idioma.
- ❑ Las traducciones de los contenidos del tipo de documentos de carácter legal si proceden, deberán estar realizadas por traductores jurados.
- ❑ Se preparará una versión en lengua inglesa o en otro idioma recomendable según el tipo de usuarios mayoritario esperado para las páginas. Dependiendo de los objetivos del emisor de la web, puede ser útil traducir la parte del contenido que pueda interesar a una audiencia extranjera (trámites para ciudadanos de otras nacionalidades, contenidos relacionados con el turismo, la presentación institucional de la administración, etc.). En el caso de un sitio con un contenido especializado, es útil proporcionar un glosario.



- ❑ Si el sitio tiene versiones en otros idiomas, es aconsejable colocar la zona dedicada a la selección de idioma en la página de inicio. En este caso, es mejor dar el nombre o abreviatura de la lengua a utilizar que un icono con la bandera correspondiente al país o territorio del idioma. Las banderas representan países y no idiomas. Numerosos países comparten el mismo idioma, y numerosos países tienen más de un idioma oficial.



- ❑ Se debe prever en las adquisiciones que se realicen, las utilidades y facilidades que incorporen los gestores de contenidos, bases de datos y aplicaciones a los procesos de internacionalización de las Web públicas, valorando cómo abordar proyectos de internacionalización desde ópticas racionalizadoras pero que permitan escalar y abordar versiones multilingües.
- ❑ Si la opción de internacionalización se basa en la duplicación de la web deberá existir una gestión que permita que la equivalencia de versiones en las diferentes lenguas
- ❑ Los documentos finales se deben clasificar, priorizando su traducción bajo la orientación del interés del ciudadano, el número de accesos y descargas del documento, así como por el principio de eficacia para lo que se tendrá en cuenta el período de vigencia del documento.

4.4. Uso de varios idiomas en la misma página

Cuando en una página los contenidos en distintos idiomas aparecen mezclados, su legibilidad y comprensión puede resultar afectada. Por ello, se aconseja proporcionar una traducción completa de la página sin mezclar bloques de contenido en diferentes idiomas, comenzando por los contenidos principales y los trámites y procedimientos más importantes. No es conveniente realizar traducciones parciales de los contenidos, por lo que una solución adecuada sería indicar al principio de dichos contenidos la no disponibilidad de la versión correspondiente al idioma elegido.

R Recomendado

- ❑ Proporcionar una traducción completa de la página sin mezclar bloques de contenido en diferentes idiomas.



- ❑ Cuando no se dispone de una traducción de los contenidos mostrados, se indicará al comienzo del contenido que no está disponible la versión de idioma seleccionada

4.5. Verificación de influencias culturales

Para que un contenido se adapte a cualquier usuario, no sólo el texto debe reflejar su contexto socio-cultural, sino que también se deben tener en cuenta además las características específicas de cada cultura a nivel de simbolismo, comportamiento, conceptos, etc.

También en el caso de la inclusión de textos en gráficos se debe tener en cuenta el multilingüismo, para el texto quepa en el espacio definido y no se produzcan problemas en la maquetación.

R Recomendado

- ❑ Se tienen en cuenta las características específicas de cada cultura en lo que respecta al simbolismo, comportamiento, conceptos, formatos, etc.
- ❑ Cuando se incorpora texto en gráficos, existe espacio suficiente cuando se traduce contenido, ya que en algunos idiomas puede que el texto traducido se extienda.

4.6. Multilingüismo y accesibilidad

Si los desarrolladores de contenido especifican los cambios en el idioma de un documento a través de un marcador o en el encabezado HTTP, los sintetizadores de voz y los dispositivos braille pueden cambiar automáticamente al nuevo lenguaje, haciendo el documento más accesible a usuarios multilingües.

Además de apoyar a las ayudas técnicas, la identificación del idioma usado permite a los motores de búsqueda localizar las palabras claves e identificar los documentos en el idioma deseado. Los marcadores de idioma mejoran también la legibilidad de la Web para todo el mundo, incluso para aquellos con discapacidades de aprendizaje, cognitivas o sordera.

Los navegadores pueden mostrar el texto y demás contenido de una forma más precisa si se conoce el idioma en el que está escrito el texto, en concreto, en el caso de los lectores de pantallas, la identificación correcta del idioma del texto permite utilizar las reglas de pronunciación adecuadas para cada idioma.



R Recomendado

- ❑ Para garantizar la accesibilidad, se deberán indicar los cambios en el idioma e identificar el idioma de la página y el sentido de la lectura.
- ❑ Identificar claramente los cambios en el idioma del texto del documento y en cualquier texto equivalente (Por ejemplo, leyendas). En HTML, utilizar el atributo "*lang*". En XML, utilizar "*xml:lang*".
- ❑ Identificar el idioma principal de un documento. En HTML, colocar el atributo "*lang*" en el elemento HTML. En XML, utilizar "*xml:lang*". Los operadores de servidores podrían configurar sus servidores para aprovechar los mecanismos de transferencia del contenido del protocolo HTTP de forma que los clientes puedan recibir automáticamente los documentos en el idioma seleccionado.
- ❑ No usar iconos de banderas para indicar los idiomas. Las banderas representan países y no idiomas. Numerosos países comparten el mismo idioma, y numerosos países tienen más de un idioma oficial.
- ❑ Utilizar los atributos en vez de HTTP o los elementos meta para declarar el idioma por defecto para el procesamiento del texto. Los agentes de usuario rara vez utilizan la información del encabezado *HTTP Content-Language* o de la etiqueta `<meta>`.
- ❑ No declarar el idioma por defecto de un documento en el elemento *body*, utilizar el elemento `html`. La etiqueta `<body>` sólo se refiere a una parte del documento. Por ejemplo, la etiqueta `<title>` está en el `<head>` y no tendría definido un idioma si se declara en el `<body>`.
- ❑ Utilizar una declaración *Content-Language* en la cabecera HTTP o una etiqueta meta para declarar los metadatos sobre el o los idiomas del público de un documento.
- ❑ En los enlaces a páginas en otro idioma, o a páginas o sitios de países o regiones particulares etiquetar el nombre del idioma de destino en el idioma nativo (p.ej. el texto de un enlace a una página en inglés debería ser "English").



4.7. Otros aspectos Técnicos

4.7.1. Declaración de la codificación del contenido

La **codificación de caracteres** utilizada en una página web determina la forma en que se convierten los bytes en caracteres dentro del texto. Por ello es muy importante que dicha codificación esté definida correctamente ya que, en caso contrario, podría darse el caso de que los usuarios no pudieran ni siquiera leer los contenidos. Es recomendable pues servir las páginas en un conjunto de caracteres que represente el estándar de **codificación Unicode** (por ejemplo **UTF-8**), utilizable por casi todos los sistemas de escritura e idiomas existentes.

Para etiquetar adecuadamente el conjunto de caracteres empleado en las páginas web, se utiliza el elemento META dentro del elemento HEAD, definiendo el parámetro *charset* en la cabecera *Content-Type* de HTTP.

R Recomendado

- ❑ La codificación de datos utilizada está definida, sirviendo las páginas en un conjunto de caracteres que represente el estándar de codificación Unicode (por ejemplo UTF-8).

4.7.2. Empleo de caracteres en lugar de "escapes"

Los **escapes** son formas de representar cualquier carácter Unicode en el marcado de una página web utilizando únicamente caracteres ASCII (por ejemplo, la letra 'a' con tilde se podría escapar mediante `"á"` o `"á"`). El uso de los mismos puede dificultar en algunos casos la lectura del código y por tanto su mantenimiento, por lo que se recomienda su uso únicamente cuando no exista otra posibilidad.

R Recomendado

- ❑ Se utiliza una codificación que permite representar los caracteres en su forma habitual, en lugar de utilizar escapes como referencias de entidades de caracteres o referencias de caracteres numéricos.

4.7.3. Declaración de idioma y cambios de idioma

En el desarrollo de sitios web multilingües se debe identificar el idioma de los contenidos de las páginas, bien mediante el atributo *lang*, el atributo *xml:lang* ambos.

A continuación se muestran las distintas variantes de gramática y el uso de dicho atributo:

- ❑ Documentos con gramática HTML 4.01:
`<html lang="es">`
- ❑ Documentos con gramática XHTML 1.1:
`<html xml:lang="es" xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">`
- ❑ Documentos con gramática XHTML 1.0 servido como XML:
`<html xml:lang="es" xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">`
- ❑ Documentos con gramática XHTML 1.0 servido como text/html:
`<html xml:lang="es" lang="es" xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">`

En el caso de que se usen varios idiomas en la misma página, esto deberá indicarse. El marcado de estos cambios de idioma se realizará de la siguiente forma:

- ❑ Gramática HTML: atributo *lang*.
- ❑ Gramática XHTML 1.0 servido como text/html: atributos *lang* y *xml:lang*.
- ❑ Gramática XHTML 1.0 servido como xml: atributo *xml:lang*.

Los atributos de cambio de idioma se aplicarán sobre el elemento HTML que contiene el texto en el idioma que cambia (si el cambio de idioma se encuentra en un fragmento de texto dentro de un párrafo, se marcará a través del elemento *SPAN*):

```
<ul>
<li>Bienvenido</li>
<li>
<a href="/cambiodioma/ca/" hreflang="ca" xml:lang="ca"
lang="ca" title="Canviar a Català">Benvingut</a>
</li>
</ul>
```



```
<a href="/cambioidioma/gl/" hreflang="gl" xml:lang="gl"
lang="gl" title="Cambiar a Galego">Benvido</a>
</li>
<li>
<a href="/cambioidioma/eu/" hreflang="eu" xml:lang="eu"
lang="eu" title="-raaldata Euskera">OngiEtorri</a>
</li>
<li>
<a href="/cambioidioma/en/" hreflang="en" xml:lang="en"
lang="en" title="Changeto English">Welcome</a>
</li>
<li>
<a href="/cambioidioma/fr/" hreflang="fr" xml:lang="fr"
lang="fr" title="ChangerFrançais">Bienvenue</a>
</li>
</ul>
```

En el caso de incluir enlaces a otras páginas, utilizaremos el atributo *hreflang* y como se describe a continuación:

```
<a href="http://www.multilingüismo.com/en" hreflang="en">Conceptos
sobre multilingüismo en inglés</a>
```

Para garantizar el cumplimiento de los estándares, también se ha de conocer la forma de aplicar los valores o códigos de declaración de idiomas, para lo cual se deben seguir las especificaciones del W3C, con base en las actuales normas BCP 47, en las que se incluyen las normas ISO de idioma y los códigos de país. Para los idiomas más utilizados en España, los códigos de idioma son los siguientes:

- ❑ Español: es, es-es
- ❑ Catalán: ca, ca-es
- ❑ Euskera: eu, eu-es
- ❑ Gallego: gl, lg-es
- ❑ Valenciano: ca-valencia, ca, ca-es,
- ❑ Inglés: en, en-gb, en-us
- ❑ Francés: fr, fr-fr



R Recomendado

- ❑ Se identifica el idioma empleado en los contenidos del Sitio Web.
- ❑ Si se utilizan varios idiomas en una misma página, cualquier cambio de idioma está indicado.
- ❑ Cuando se incluyen enlaces a otras páginas, se indica a través del atributo *hreflang* el idioma en el que esa página se va a mostrar.

4.7.4. Navegación

Es necesario que, en el caso de los sitios web multilingües, exista un mecanismo visible en todas y cada una de las páginas que permita al usuario ver la versión de idioma elegida en cualquier momento.

También se recomienda que, en el caso de que existan enlaces a páginas en otros idiomas, dichos idiomas incluyan el nombre del idioma de destino (p.ej. utilizar el literal “English” en lugar de “versión en inglés”), incluyendo si es posible en la URL el código de idioma.

R Recomendado

- ❑ En caso de disponer de versiones de una página o Sitio Web en otros idiomas, o para otro país o región, se proporciona un mecanismo que permita al usuario ver la versión que desee, disponible en todas las páginas en las que existan distintas versiones.
- ❑ Cuando se incluyan enlaces a páginas escritas en otros idiomas, o a páginas o sitios de países o regiones particulares, se usa el nombre del idioma de destino en el idioma nativo (p.ej. el texto de un enlace a una página en inglés debería ser “English”).
- ❑ En las URL de enlaces a páginas en otros idiomas se incluye el código de idioma, ya sea como una ruta (por ejemplo, www.multilingüismo.es/ca/), o como un parámetro de la URL (por ejemplo, “*lang=ca*”) para permitir al usuario disponer de un enlace directo a la página en el idioma deseado.

4.7.5. Codificación de formularios

Es aconsejable que la página tenga definida una codificación que admita todos los caracteres necesarios para escribir datos en los formularios en el idioma y sistema de escritura que sea necesario.

Del mismo modo, las bases de datos y los sistemas de escritura que reciben dichos datos deben ser capaces de admitir los caracteres para todos los idiomas utilizados (para conseguir tal objetivo se puede utilizar la codificación Unicode).

R Recomendado

- ❑ Cuando se incluya un formulario en una página web, y especialmente en el caso en que los usuarios ingresen información en varios idiomas, es aconsejable que la página tenga definida una codificación que admita todos los caracteres necesarios para ingresar datos en el idioma y sistema de escritura que necesiten.
- ❑ Los formularios que recojan información de usuarios de distintos países estarán implementados de forma que se respete el formato local de nombres, direcciones, horas, fechas, etc., utilizado por dichos usuarios

4.7.6. Texto de derecha a izquierda

El orden de lectura del texto no es el mismo en todos los idiomas, ya que, por ejemplo, idiomas como el árabe, hebreo, persa, etc. son leídos de derecha a izquierda. Es necesario pues tener en cuenta este aspecto en el desarrollo de un sitio web multilingüe.

R Recomendado

- ❑ Se utilizan algoritmos apropiados para ordenar el contenido de las páginas web escritas en idiomas que se lean de derecha a izquierda (p.ej. El algoritmo bidireccional de Unicode incluyendo el atributo dir con valor rtl en el elemento HTML).



4.7.7. Facilitar la traducción.

Si en los contenidos hemos utilizado un lenguaje claro y conciso, será mucho más fácil su traducción, resultándole además a los usuarios mucho más cómoda y sencilla su lectura, aun cuando no estén redactados en su lengua.

R Recomendado

- ❑ Se cuidará la extensión de las palabras, no utilizando palabras excesivamente largas, lo que repercute de forma positiva en la lectura.
- ❑ Se usarán frases sencillas, gramaticalmente correctas y que no presenten errores ortográficos.
- ❑ Se evitará que el usuario tenga que leer un elevado número de bloques de texto, dividiendo la información larga en documentos múltiples en la medida de lo posible.
- ❑ Se expresará una idea o concepto principal por párrafo.
- ❑ Se utilizarán expresiones exactas, es decir, que realmente digan lo que se pretende decir.
- ❑ Se hará uso de términos de uso común, evitando el empleo de argot y jergas.
- ❑ Se utilizarán textos claros y concisos en enlaces, de forma que tengan sentido cuando sean leídos fuera de contexto o como parte de una secuencia de enlaces.
- ❑ Se incluirán encabezados con textos que permitan al usuario identificar de forma rápida y sencilla la información contenida en los documentos.
- ❑ Se complementará la información textual con imágenes y gráficas que faciliten su comprensión.
- ❑ Se evitará fijar las posiciones de elementos variables en el texto (*p.ej. "Página 11 de 13"*) ya que la sintaxis de otros idiomas puede requerir que se inviertan los números para que el texto tenga sentido.



4.7.8. Otras Recomendaciones para los sitios multilingües.

R Recomendado: Adecuación regional o cultural en formatos

- Es necesario tener en cuenta los diferentes formatos de las fechas en las diferentes lenguas.
- Es necesario tener en cuenta los diferentes formatos de las horas en las diferentes lenguas.
- Es necesario tener en cuenta los diferentes formatos de los números en las diferentes lenguas.
- Es necesario tener en cuenta las diferentes unidades de medida empleadas en los diferentes idiomas.
- En la sección de Contacto, se debe tener en cuenta a los usuarios de otras lenguas.

R Recomendado: Condicionadas por las diferencias culturales

- Hay que tener en cuenta la adecuación de los iconos a las diferentes culturas, ya que ciertos símbolos, ideas o conceptos pueden ser entendidos de forma diferente (por ejemplo la cruz roja en una página traducida al árabe y consultada por un ciudadano de un país musulmán o islámico).
- Hay que tener en cuenta en cuenta los diferentes simbolismos de los colores en las diferentes culturas.
- Hay que tener en cuenta la adecuación de las imágenes a las diferentes culturas.
- Hay que tener en cuenta la direccionalidad de las diferentes lenguas en el diseño.

R Recomendado: Sobre la función de Búsqueda

- El sistema debe buscar el término de búsqueda en todas las versiones lingüísticas.
- Es recomendable que existan opciones avanzadas de búsqueda relativas al idioma.
- Las páginas de resultados se deben mostrar en la misma lengua que la página desde donde se realiza la búsqueda.



R Recomendado: Posicionamiento

- Es necesario traducir correctamente la etiqueta *title* (*head*).
- Es necesario traducir correctamente las palabras clave (*head*).
- Es necesario traducir correctamente la etiqueta *description* (*head*).
- Es necesario traducir correctamente las etiquetas *alt* de las imágenes.
- Es necesario traducir correctamente las etiquetas *title* de los enlaces.
- Es necesario traducir correctamente el atributo "*longdesc*" para la descripción de imágenes.



4.8. ANEXO RECURSOS

Se presenta a continuación un resumen de recursos de multilingüismo, con su entidad de publicación y tipología.

Nombre del Recurso	URL	Entidad de Publicación	Tipo
Introducción a direcciones Web plurilingües	http://www.w3.org/International/articles/iri-and-iri-Overview.es.php	W3C i18n	Artículo
Codificación de formularios plurilingües	http://www.w3.org/International/questions/qa-forms-utf-8	W3C i18n	Artículo
Sitios Web monolingües versus plurilingües	http://www.w3.org/International/questions/qa-mono-multilingual	W3C i18n	Artículo
Sitios Web internacionales y plurilingües	http://www.w3.org/International/questions/qa-international-multilingual.es.php?changelang=es	W3C i18n	Artículo
Consejos rápidos sobre internacionalización para la Web	http://www.w3.org/International/quicktips/	W3C i18n	Artículo
Los idiomas en la Web	http://www.w3.org/International/getting-started/language	W3C i18n	Artículo
Diferencias entre localización e internacionalización	http://www.w3.org/International/questions/qa-i18n	W3C i18n	Artículo
Creación de páginas HTML en árabe, hebreo y otros sistemas de escritura de derecha a izquierda	http://www.w3.org/International/tutorials/bidi-xhtml/	W3C i18n	Artículo
El multilingüismo, elemento clave de la herencia cultural europea	http://www.europarl.europa.eu/news/public/story_page/037-82709-267-09-39-906-20100917STO82708-2010-24-09-2010/default_es.htm	Parlamento Europeo	Artículo
El multilingüismo en el Parlamento Europeo	http://www.europarl.europa.eu/parliament/public/staticDisplay.do?language=ES&id=155	Parlamento Europeo	Artículo
Directorio de buenas prácticas en gestión del multilingüismo	http://www10.gencat.cat/pres_casa_llengues/AppJava/frontend/llengues_bp_cerca.jsp?llengua=16&idioma=6	Linguamón	Buenas prácticas
El multilingüismo en las Webs de empresa	http://www.gencat.cat/websmultiling/es/emp_00.htm	Generalitat de Catalunya	Artículo
Ventajas de la Web multilingüe	http://www.automatictrans.es/index.php/2010/10/ventajas-de-la-web-multilingue/	AutomaticTrans	Artículo
Gestión de sitios Web multilingües	http://googlewebmasteres.blogspot.com/2010/03/gestion-de-sitios-web-multilingues.html	Blog oficial de Google para Webmasters	Artículo



Nombre del Recurso	URL	Entidad de Publicación	Tipo
Cómo gestionar las búsquedas de palabras clave en un entorno multilingüe	http://www.openvalley.es/blog/internacional-seo/busqueda-multilingue-palabras-clave/	Openvalley – Diseño Web y Marketing, local e internacional	Artículo
¿Qué estrategia de contenido para su Sitio Web multilingüe?	http://www.openvalley.es/blog/internacional-seo/estrategia-de-contenido-web-multilingue/	Openvalley – Diseño Web y Marketing, local e internacional	Artículo
La localización y la internacionalización en un Sitio Web multilingüe	http://www.openvalley.es/blog/web-multilingue/localizacion-internacionalizacion-web-multilingue/	Openvalley – Diseño Web y Marketing, local e internacional	Artículo



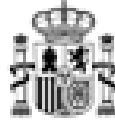
4.9. ANEXO NORMATIVA

4.9.1. Legislación específica

- El artículo 3 de la Constitución Española dispone que el castellano es la lengua española oficial del Estado, y que todos los españoles tienen el deber de conocerla y el derecho de usarla. No obstante, también establece que el resto de lenguas españolas serán oficiales asimismo en las respectivas Comunidades Autónomas.
- Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común (http://www.boe.es/aeboe/consultas/bases_datos/doc.php?id=BOE-A-1992-26318). En su artículo 36 permite que los interesados elijan la lengua oficial en la que se tramitarán los procedimientos administrativos ante los órganos de la Administración General del Estado radicados en la correspondiente Comunidad Autónoma.
- Ley 11/2007, de 22 de junio, de Acceso Electrónico de los Ciudadanos a los Servicios Públicos : (http://www.boe.es/aeboe/consultas/bases_datos/doc.php?id=BOE-A-2007-12352). Disposición adicional sexta, sobre el uso de lenguas oficiales.
 - 1. Se garantizará el uso de las lenguas oficiales del Estado en las relaciones por medios electrónicos de los ciudadanos con las Administraciones Públicas, en los términos previstos en la Ley 30/1992, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común y en la normativa que en cada caso resulte de aplicación.
 - 2. A estos efectos, las sedes electrónicas cuyo titular tenga competencia sobre territorios con régimen de cooficialidad lingüística posibilitarán el acceso a sus contenidos y servicios en las lenguas correspondientes.
 - 3. Los sistemas y aplicaciones utilizados en la gestión electrónica de los procedimientos se adaptarán a lo dispuesto en cuanto al uso de lenguas cooficiales en el artículo 36 de la ley 30/1992, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y el Procedimiento Administrativo Común.
 - 4. Cada Administración Pública afectada determinará el calendario para el cumplimiento progresivo de lo previsto en la presente disposición, debiendo garantizar su cumplimiento total en los plazos establecidos en la disposición final tercera.



- Real Decreto 1671/2009, de 6 de noviembre, por el que se desarrolla parcialmente la Ley 11/2007, de 22 de junio, de Acceso Electrónico de los Ciudadanos a los Servicios Públicos: (<http://www.boe.es/boe/dias/2009/11/18>). En su artículo 6 se indica que “las sedes electrónicas cuyo titular tenga competencia sobre territorios con régimen de cooficialidad lingüística posibilitarán el acceso a sus contenidos y servicios en las lenguas correspondientes.”
- Real Decreto 905/2007, de 6 de julio, por el que se crean el Consejo de las Lenguas Oficiales en la Administración General del Estado y la Oficina para las Lenguas Oficiales:
(http://www.boe.es/aeboe/consultas/bases_datos/doc.php?id=BOE-A-2007-13911).
- Real decreto 489/1997, de 14 de abril, sobre publicación de las leyes en las lenguas cooficiales de las comunidades autónomas:
(http://www.boe.es/aeboe/consultas/bases_datos/doc.php?coleccion=iberlex&id=1997/08204)



MINISTERIO
DE POLÍTICA
TERRITORIAL

MINISTERIO DE POLÍTICA
TERRITORIAL
DE COOPERACIÓN
AUTÓNOMICA

CONSEJO DE LAS LENGUAS
OFICIALES EN LA ADMINISTRACIÓN
GENERAL DEL ESTADO

**ENRIQUE OJEDA VILA, VICEPRESIDENTE DEL CONSEJO DE LAS
LENGUAS OFICIALES EN LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO,
Y DIRECTOR GENERAL DE COOPERACIÓN AUTÓNOMICA**

CERTIFICA

Que en la reunión celebrada el día 6 de Julio de 2010 por el Consejo de las Lenguas Oficiales en la Administración General del Estado, con asistencia de representantes de los Departamentos Ministeriales, y como consecuencia del diagnóstico efectuado por dicho Órgano sobre el cumplimiento de las obligaciones normativas en cuanto a uso de las lenguas oficiales por los Departamentos Ministeriales de la Administración General del Estado y de los organismos públicos adscritos o dependientes de ellos, fueron adoptados, por ámbitos de actuación, los siguientes acuerdos:

Capacitación del personal y determinación de puestos que la requieren

- Completar la modificación de las Relaciones de Puestos de Trabajo para determinar aquellos puestos de trabajo que requieren para su provisión el requisito del conocimiento de la lengua cooficial y/o aquéllos para los que valore como mérito dicho conocimiento.

- Atender la formación intensiva previa del personal que ocupa puestos para los que previsiblemente se vaya a exigir como requisito el conocimiento de la lengua cooficial en las modificaciones de las Relaciones de Puestos de Trabajo.



- Desarrollar proyectos específicos de formación en lenguas cooficiales, por parte de aquellos Departamentos Ministeriales y organismos públicos adscritos o dependientes de los mismos que dispongan de dotaciones relevantes de personal en sus servicios ubicados en Comunidades Autónomas con lengua cooficial, directamente o mediante convenios de colaboración con el INAP u otros centros de formación estatales o autonómicos.

- Fomentar en los Departamentos Ministeriales, organismos públicos, adscritos o dependientes de los mismos, así como en las Delegaciones del Gobierno, la formación *on line* en lenguas cooficiales a través de la "Plataforma de formación a distancia (e-learning)" implantada por el Instituto Nacional de Administración Pública (INAP).

Impresos y modelos normalizados. Carteles, rótulos y señalizaciones

- Requerir a las unidades administrativas que aún no hayan culminado en su totalidad el proceso de traducción de impresos, modelos o formularios a las lenguas cooficiales, o de instalación de carteles, rótulos y señalizaciones en dichas lenguas, para que procedan a su traducción o adecuada sustitución.

- Asegurar la inmediata traducción a las lenguas cooficiales de los nuevos impresos, modelos y formularios normalizados creados por la Administración General del Estado, y su ofrecimiento a los ciudadanos, tanto en soporte papel como en formato electrónico a través de las correspondientes páginas webs estatales.

Páginas web y administración electrónica

- Completar la plena accesibilidad en lenguas cooficiales de las páginas web de los Departamentos Ministeriales y organismos públicos adscritos o dependientes de los mismos.

- Completar la oferta de contenidos y servicios de las sedes electrónicas de los Departamentos Ministeriales y organismos públicos adscritos o dependientes de los mismos para garantizar a los ciudadanos el



uso de las lenguas oficiales en sus relaciones por medios electrónicos con la Administración General del Estado, de acuerdo con la Ley 11/2007.

Campañas Institucionales

- Asegurar el empleo de las lenguas cooficiales en las campañas institucionales de publicidad y comunicación promovidas por la Administración General del Estado y entidades del sector público estatal, de acuerdo con la Ley 29/2005.

Fomento del uso de las lenguas cooficiales en la Administración General del Estado

- Promover y apoyar la difusión y el conocimiento de ejemplos identificados de buenas prácticas en el tratamiento del uso de las lenguas cooficiales por parte de los Departamentos Ministeriales y organismos adscritos o dependientes de los mismos.

Colaboración con las Comunidades Autónomas

- Institucionalizar las relaciones de colaboración y con los órganos responsables de política lingüística de las Comunidades Autónomas con lengua cooficial, con la finalidad, entre otros aspectos, de intercambiar información sobre el estado de situación de las lenguas cooficiales en cada Comunidad Autónoma, abordar conjuntamente la realización de estudios para el desarrollo de la cooficialidad lingüística entre las administraciones públicas, y establecer causas para el intercambio de información en materia de quejas, reclamaciones y sugerencias en este ámbito. Dentro de esta institucionalización de relaciones se incluye también el tratamiento del pleno cumplimiento de los acuerdos suscritos entre el Reino de España y diversas Instituciones de la Unión Europea relativos al empleo en las mismas de las lenguas cooficiales.

- Organizar unas "jornadas de trabajo" de la Administración General del Estado con las Comunidades Autónomas y técnicos o expertos en la materia, para analizar los avances, y plantear posibles mejoras en el ámbito del uso de las lenguas cooficiales.



Diagnóstico anual

- Continuar recabando de los Departamentos Ministeriales la información y datos previos para que la Oficina para las Lenguas Oficiales en la Administración General del Estado elabore un Informe anual de diagnóstico sobre el estado de situación y avances en cuanto al grado de cumplimiento del uso de las lenguas cooficiales en la Administración General del Estado y sus organismos. La información que proporcionen los Ministerios correspondiente a 2010 prestará particular atención al examen de las quejas.

En Madrid, a 14 de Julio de 2010

4.9.2. Enlaces de interés Lenguas cooficiales

- Consejo y Oficina de Lenguas:
(http://www.seap.minhap.gob.es/es/areas/politica_autonomica/Oficina_Lenguas_Oficiales.html).
- http://www.seap.minhap.gob.es/es/areas/politica_autonomica/Oficina_Lenguas_Oficiales/Normativa.html
- Tercer Informe sobre el cumplimiento en España de la Carta Europea de lenguas regionales y/o minoritarias, del Consejo de Europa (2006-2009):
(http://www.seap.minhap.gob.es/dms/es/areas/politica_autonomica/Oficina_Lenguas_Oficiales/Documentacion/parrafo/05/text_es_files/Tercer_informe.pdf)



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE HACIENDA
Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

ACCESIBILIDAD



Guía de Comunicación Digital para la Administración General del Estado



Guía de Comunicación Digital para la
Administración General del Estado

ACCESIBILIDAD



REQUISITOS ANTES DE TENER EL SITIO WEB	3
5. ACCESIBILIDAD	3
5.1. NORMATIVA SOBRE ACCESIBILIDAD	6
5.2. NORMA UNE 139803:2012	7
5.2.1. PRINCIPIO 1: PERCEPTIBLE	9
5.2.2. PRINCIPIO 2: OPERABLE	11
5.2.3. PRINCIPIO 3: COMPENSIBLE	12
5.2.4. PRINCIPIO 4: ROBUSTO	13
5.3. REFERENCIAS SOBRE DISEÑO Y DESARROLLO ACCESIBLE	14
5.4. RECURSOS ESPECÍFICOS SOBRE ACCESIBILIDAD	16
5.4.1. GUÍAS DE ACCESIBILIDAD EN CMS (SISTEMA DE GESTIÓN DE CONTENIDOS)	16
5.4.2. GUÍA DE ACCESIBILIDAD EN DOCUMENTOS PDF	17
5.4.3. GUÍA DE WAI ARIA	18
5.4.4. GUÍA DE ESTÁNDARES WEB	18
5.4.5. GUÍAS PRÁCTICAS DE COMPROBACIÓN DE LA ACCESIBILIDAD WEB	19
5.4.6. GUÍA DE ACCESIBILIDAD EN LOS CONTENIDOS PARA DISPOSITIVOS MÓVILES	20
5.4.7. GUÍA DE ACCESIBILIDAD Y SEGURIDAD EN TRÁMITES ONLINE	20
5.4.8. GUÍA DE ACCESIBILIDAD EN LA PUBLICIDAD INTERACTIVA	21
5.4.9. GUÍA DE RECOMENDACIONES DE ACCESIBILIDAD Y CALIDAD WEB	21
5.4.10. GUÍA DE ACCESIBILIDAD EN FLASH	21
5.4.11. GUÍA DE SUBTITULADO Y SINCRONIZACIÓN DE VÍDEOS CON SMIL	22
5.4.12. DOCUMENTACIÓN GENERADA POR EL CESYA	22



REQUISITOS ANTES DE TENER EL SITIO WEB

5. ACCESIBILIDAD

Este cuarto fascículo de la Guía de Comunicación Digital de la Administración General del Estado¹ recoge los aspectos a tener en cuenta a la hora de garantizar la accesibilidad de los sitios web. No obstante se recomienda ver el primer fascículo de la Guía: Aspectos Generales en la que para cada uno de los diferentes puntos que trata se mencionan recomendaciones de accesibilidad y su Anexo II: Declaración de Accesibilidad...

Se dice que una página o Sitio Web es accesible cuando está diseñado y construido para que sus contenidos y servicios estén disponibles para cualquier persona, con independencia de sus capacidades visuales, auditivas, cognitivas o motrices e independientemente de la tecnología que utilizan. Esto incluye:

- Sitios y aplicaciones Web
- Navegadores Web y reproductores de medios
- Herramientas de creación de la Web y tecnologías Web en desarrollo

El presente fascículo trata la accesibilidad de los sitios web de la Administración General de Estado y en las sedes electrónicas.

El concepto de accesibilidad está ampliamente recogido en nuestra legislación. A continuación a modo de introducción se recogen las referencias legales a la Accesibilidad.

- En su exposición de motivos la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico prevé hacer efectiva la accesibilidad de las personas con discapacidad a la información proporcionada por medios electrónicos, y muy especialmente a la información suministrada por las Administraciones Públicas, compromiso al que se refiere la resolución del Consejo de la Unión Europea de 25 de marzo de 2002, sobre accesibilidad de los sitios web públicos y de su contenido

Disposición adicional quinta. Accesibilidad para las personas con discapacidad y de edad avanzada a la información proporcionada por medios electrónicos. Uno. Las Administraciones Públicas adoptarán las medidas necesarias para que la información disponible en sus respectivas páginas de Internet pueda ser accesible a personas con discapacidad y de edad avanzada, de acuerdo con los criterios de accesibilidad al contenido generalmente reconocidos, antes del 31 de diciembre de 2005.

¹ Los fascículos de la Guía de Comunicación digital de la AGE son: Aspectos Generales, Imagen Institucional, Multilingüismo, Accesibilidad, Seguridad, Aspectos de Comunicación, Tecnología Web 2.0 y Mejora y Mantenimiento.



- El Artículo 2, Principios de la Ley 51/2003 de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad:

“c) Accesibilidad universal: la condición que deben cumplir los entornos, procesos, bienes, productos y servicios, así como los objetos o instrumentos, herramientas y dispositivos, para ser comprensibles, utilizables y practicables por todas las personas en condiciones de seguridad y comodidad y de la forma más autónoma y natural posible.”

- El acceso a los servicios públicos ha de estar al alcance de todos. Hacer esto posible dentro del canal electrónico requiere medidas específicas, previstas en la Ley 11/2007 de Acceso electrónico de los ciudadanos a los servicios públicos. *Art. 4 c, Principio de accesibilidad a la información y a los servicios; Art. 6 c, Derecho a la igualdad en los accesos electrónicos a los servicios de las AAPP; Art. 10.3 y 10.5 accesibilidad de las Sedes electrónicas y Disposición Final séptima, obligación de desarrollo reglamentario del art. 4 c.*

Art. 4c) Principio de accesibilidad a la información y a los servicios por medios electrónicos en los términos establecidos por la normativa vigente en esta materia, a través de sistemas que permitan obtenerlos de manera segura y comprensible, garantizando especialmente la accesibilidad universal y el diseño para todos de los soportes, canales y entornos con objeto de que todas las personas puedan ejercer sus derechos en igualdad de condiciones, incorporando las características necesarias para garantizar la accesibilidad de aquellos colectivos que lo requieran. Plazo: 24 de junio de 2007.

- Ley 27/2007, Lenguas de signos españolas: *El Artículo 14, 4. Las páginas y portales públicos se adaptarán a los estándares establecidos para la accesibilidad de las personas sordas, con discapacidad auditiva o sordo ciegas. Plazo: 25 de octubre de 2009.*
- Ley 49/2007, de 26 de diciembre, por la que se establece el régimen de infracciones y sanciones en materia de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.
- Ley 56/2007, de Medidas de Impulso de la Sociedad de la información *recoge en el Art 4.18 la accesibilidad páginas web públicas a nivel medio de los criterios de accesibilidad reconocidos (se interpreta Accesibilidad a prioridad 2 de la Norma UNE). «A partir del 31 de diciembre de 2008, las páginas de Internet de las Administraciones Públicas satisfarán, como mínimo, el nivel medio de los criterios de accesibilidad al contenido generalmente reconocidos. Excepcionalmente, esta obligación no será aplicable cuando una funcionalidad o servicio no disponga de una solución tecnológica que permita su accesibilidad.»*

Ley 26/2011, de 1 de agosto, de adaptación normativa a la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad. Artículo 16. Modificación de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico. Se adiciona un apartado nuevo en la disposición adicional quinta de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, con la siguiente redacción: «Disposición adicional quinta. Accesibilidad para las personas con discapacidad y de edad avanzada a la información proporcionada por medios electrónicos: Las páginas de Internet que sirvan de soporte o canal a las redes sociales en línea, desarrolladas por entidades cuyo volumen anual de operaciones, calculado conforme a lo establecido en la normativa del Impuesto sobre el Valor Añadido, exceda de 6.101.121,04 euros, deberán satisfacer, a partir del 31 de diciembre de 2012, como mínimo, el nivel medio de los criterios de accesibilidad al contenido generalmente reconocidos. Excepcionalmente, esta obligación no será aplicable cuando una funcionalidad o servicio no disponga de una solución tecnológica que permita su accesibilidad.»



- ❑ Real Decreto 366/2007, por el que se establece las condiciones de accesibilidad y no discriminación de las personas con discapacidad en sus relaciones con la AGE. *Art 12.3 : Además, los documentos e impresos deberán estar en todo caso disponibles en las correspondientes páginas web y en formato electrónico accesible. Plazo: 25 de marzo de 2008.*
- ❑ Real Decreto 1494/2007, Condiciones básicas para el acceso de las personas con discapacidad a las tecnologías, productos y servicios relacionados con la sociedad de la información.
 - *Art 5.1: Las páginas de Internet públicas deberán como mínimo cumplir con la prioridad 1 y 2 de la norma UNE 139803:2004 (esta norma se acaba de actualizar UNE 139803:2012).*
 - *Art. 5.3 Las páginas de Internet de las administraciones públicas deberán contener de forma clara la información sobre el grado de accesibilidad al contenido de las mismas que hayan aplicado, así como la fecha en que se hizo la revisión del nivel de accesibilidad expresado.*
 - *Art. 5.5. Las páginas de internet de las administraciones públicas deberán ofrecer al usuario un sistema de contacto para que puedan transmitir las dificultades de acceso al contenido de las páginas de Internet, o formular cualquier queja, consulta o sugerencia de mejora. Los órganos competentes realizarán periódicamente estudios de carácter público sobre las consultas, sugerencias y quejas formuladas.*
 - *Disposición transitoria única. 2. Las páginas de internet de las administraciones públicas o con financiación pública deberán adaptarse a lo dispuesto en el artículo 5 de dicho reglamento, en los siguientes plazos:*
 - a) *Las páginas nuevas deberán ajustarse a la prioridad 1 de la Norma UNE 139803:2004 a partir del 22 de noviembre de 2007.*
 - b) *Las páginas existentes deberán adaptarse a la prioridad 1 de la Norma UNE 139803:2004 a partir del 22 de mayo de 2008.*
 - c) *Todas las páginas, actualmente existentes o de nueva creación, deberán cumplir la prioridad 2 de la Norma UNE 139803:2004 a partir del 31 de diciembre de 2008.*
- ❑ Real Decreto 1276/2011 de 16 de septiembre, de adaptación normativa a la Convención Internacional sobre los derechos de las personas con discapacidad. *Se adecua lo dispuesto en el Reglamento sobre las condiciones básicas para la accesibilidad de las personas con discapacidad a las tecnologías, productos y servicios relacionados con la sociedad de la información y medios de comunicación social, aprobado por el Real Decreto 1494/2007, de 12 de noviembre, a lo establecido en la Ley 56/2007, de 28 de diciembre, de Medidas de Impulso de la Sociedad de la Información, en materia de accesibilidad a Internet.*



5.1. Normativa sobre accesibilidad

La accesibilidad es una problemática tratada y considerada ampliamente tanto en ámbitos nacionales como internacionales, por lo que existen distintas normativas que permiten especificar las características que han de cumplir los contenidos disponibles mediante tecnologías Web en Internet, Intranets y otro tipo de redes informáticas, para que puedan ser utilizados por la mayor parte de las personas, incluyendo personas con discapacidad y personas de edad avanzada, de forma autónoma o mediante las ayudas técnicas pertinentes. Entre las normativas de accesibilidad destacan:

- La norma UNE 139803:2012².

Es una norma española que establece los requisitos de accesibilidad para los contenidos web y se basa en las Pautas de Accesibilidad para el contenido web (WCAG 2.0 de 2008) de la Iniciativa para la Accesibilidad Web (WAI) del Consorcio de la Web (W3C). Esta norma actualiza la [UNE 139803:2004](#). Por ser de reciente aparición (julio 2012), a lo largo del presente fascículo pueden aparecer referencias a legislación o recursos relativos a la UNE 139803:2004, que a medida que la nueva versión de 2012 se vaya implantando, se irán actualizando.

- Las Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.0.

<http://www.w3.org/TR/WCAG20/>

Son una evolución de las WCAG 1.0, recomendación internacional sobre cómo hacer accesibles los contenidos de la Web a las personas con discapacidad, aprobadas en diciembre de 2008. Tienen en cuenta los nuevos factores tecnológicos y la experiencia derivada del uso de las WCAG 1.0 y su uso comienza a extenderse cada vez más en los portales web.

- La Metodología Unificada de Evaluación Web (UWEM 1.0).

<http://www.technosite.es/SRV/metodologia/index.html>

Describe una metodología para la evaluación del cumplimiento de la recomendación WCAG 1.0., cuyo fin es asegurar que las herramientas y técnicas de evaluación desarrolladas para la vigilancia a gran escala o para la evaluación en local, sean compatibles y coherentes entre sí y con WAI.

- La Norma CWA 1554:2006.

<ftp://ftp.cenorm.be/PUBLIC/CWAs/e-Europe/WAC/CWA15554-00-2006-Jun.pdf>

Es una norma europea avalada por el Comité Europeo de Normalización, CEN, (<http://www.cen.eu/cenorm/homepage.htm>), que constituye la base de la certificación europea en Accesibilidad Web.

² La Secretaría de Estado de Administraciones Públicas, como parte de su iniciativa del [Observatorio de Accesibilidad Web](#), ha suscrito un acuerdo con [AENOR](#) para la distribución gratuita de la norma UNE 139803:2012 Requisitos de Accesibilidad para contenidos en la web a través del Portal de Administración Electrónica: <http://administracionelectronica.gob.es/PAe/accesibilidad/normativa>

**R Recomendado**

- ❑ Es conveniente realizar una Declaración de Accesibilidad del Sitio web (ver Anexo II del fascículo de Aspectos Generales de esta Guía de Comunicación Digital para la Administración General del Estado).

5.2. Norma UNE 139803:2012

Esta norma establece las características de los contenidos de los sitios web para que puedan ser utilizados por la mayor parte de las personas incluyendo personas con discapacidad. Incluye la mayoría de tipos de discapacidad: visual, auditiva, físicas, del habla, cognitivas, del lenguaje, de aprendizaje y neurológicas y también las necesidades de las personas de edad avanzada.

La norma se aplica a los contenidos web, a los que se accede habitualmente a través de navegadores web, independientemente de las herramientas o gestores utilizados para generar dichos contenidos.

La norma no se aplica al software de acceso a los contenidos ni a las herramientas para su generación. En estos casos se aplicaría la Norma UNE 139802:2009 de requisitos de accesibilidad del software.

Los criterios de accesibilidad aplicables a las páginas de Internet son los que se recogen, a nivel internacional, en la Iniciativa de Accesibilidad a la Web (Web Accessibility Initiative) del Consorcio Mundial de la Web (World Wide Web Consortium), que los ha determinado en forma de pautas comúnmente aceptadas en todas las esferas de Internet, como las especificaciones de referencia cuando se trata de hacer que las páginas de Internet sean accesibles a las personas con discapacidad. En función de dichas pautas, la Iniciativa de Accesibilidad a la Web ha determinado tres niveles de accesibilidad: básico, medio y alto, que se conocen como **niveles A, AA o doble A y AAA o triple A**. Dichas pautas fueron incorporadas en España a través de la [Norma UNE 139803:2004](#), que establece tres niveles de prioridades para cada una de las siete categorías de Requisitos de accesibilidad de contenidos web:

- Principios generales
- Presentación
- Estructura
- Contenido
- Navegación
- Scripts, Objetos de Programación y Multimedia
- Situaciones excepcionales

En el caso de los sitios web de las Administración General del Estado, existe una legislación específica respecto de la norma UNE 139803:2004.



Obligatorio

- El Real Decreto 1494/2007 especifica el grado de accesibilidad aplicable a las páginas de Internet de las Administraciones Públicas, estableciendo como nivel mínimo obligatorio el cumplimiento de las prioridades 1 y 2 de la Norma UNE139803:2004. (Este RD deberá ser revisado)

En julio de 2012 se publica una nueva versión de la UNE 139803:2004, la Norma UNE 139803:2012 que establece 3 niveles de requisitos conforme a los niveles de accesibilidad (A, AA o AAA) que se cumplan. La principal diferencia con su predecesora es que Norma UNE 139803:2004 está basada en los criterios que dicta la WCAG 1.0 mientras que la Norma UNE 139803:2012 lo hace en los de WCAG 2.0 por lo que las prioridades que clasificaban los requisitos de la primera ahora pasan a agruparse por niveles:

UNE 139803:2004	UNE 139803:2012
Prioridad 1	Nivel A
Prioridad 1 Prioridad 2	Nivel AA
Prioridad 1 Prioridad 2 Prioridad 3	Nivel AAA

Para cumplir los requisitos de cada nivel, la Norma dicta que deben cumplirse todos los criterios de conformidad del nivel correspondiente conforme a las **Pautas de Accesibilidad al Contenido Web 2.0., WCAG 2.0.** (<http://www.w3.org/TR/WCAG20/>).

Una referencia que puede resultar de gran utilidad para los desarrolladores es: "HACIA LAS PAUTAS WCAG 2.0. GUÍA DE TRANSICIÓN PARA EVALUADORES Y DESARROLLADORES.

http://www.inteco.es/Accesibilidad/difusion/Manuales_y_Guias/guia_wcag2

Es decir, que conforme a la ley, los portales web de la AGE deben ser accesibles a nivel doble A, aunque el W3C exime a los autores de las páginas web que no cumplen con los requisitos debido a que parte del contenido está fuera de su control, siempre que opten por la Declaración de Conformidad Parcial (<http://www.w3.org/TR/2008/REC-WCAG20-20081211/#conformance-partial>).

Se trata de un paso necesario para adaptarse a los cambios tecnológicos que se han ido produciendo en los últimos años, al tiempo que su redacción les permite estar preparadas para tecnologías futuras. Se agrupan en 4 principios:

- Perceptible.
- Operable.
- Comprensible.
- Robusto.

A continuación, se exponen las obligaciones a la hora de desarrollar un sitio Web de la AGE **para que sea accesible a nivel A y nivel AA**, agrupadas por estos principios:

5.2.1. Principio 1: Perceptible

Este primer principio se resume en que “la información y los componentes de la interfaz de usuario deben ser presentados a los usuarios de modo que ellos puedan **percibirlos**”, lo que significa que es necesario proporcionar alternativas textuales para aquellos contenidos que no son texto y así permitir que dichos contenidos puedan convertirse en el formato que necesite el usuario (texto, voz, braille, etc.).

De una manera similar, hemos de asegurarnos de que el contenido pueda representarse de diferentes formas, sin que por ello se pierda ni información ni estructura y facilitar a los usuarios tanto ver como oír el contenido mediante la disociación del primer plano y el fondo.

Asimismo, debemos proporcionar alternativas para los medios “tempo dependientes” (contenido multimedia con desarrollo temporal).

Obligatorio

- Todo contenido no textual que se presenta al usuario tiene una alternativa textual que cumple el mismo propósito, excepto en las situaciones enumeradas a continuación, en las que basta con proporcionar una descripción de la funcionalidad del contenido:
 - Controles,
 - Entrada de datos,
 - Contenido multimedia tempo dependiente,
 - Pruebas,
 - CAPTCHAS,
 - Contenidos dirigidos a crear experiencias sensoriales.



- ❑ Si el contenido no textual no aporta información, se utiliza únicamente para definir el formato visual o no se presenta a los usuarios, entonces se implementa de forma que pueda ser ignorado por las ayudas técnicas.
- ❑ La información, estructura y relaciones comunicadas a través de la presentación pueden ser determinadas por software o están disponibles como texto.
- ❑ Se puede determinar por software la secuencia correcta de lectura cuando la secuencia en que se presenta el contenido afecta a su significado.
- ❑ Las instrucciones proporcionadas para entender y operar el contenido no dependerán exclusivamente de las características sensoriales de los componentes (forma, tamaño, ubicación visual, orientación o sonido). Del mismo modo, el color no se usará como único medio visual para transmitir la información, indicar una acción, solicitar una respuesta o distinguir un elemento visual.
- ❑ El audio de una página web no sonará automáticamente más de 3 segundos, salvo que se proporcione un mecanismo para pausar o detener el audio, o un mecanismo para controlar el volumen del sonido independiente del nivel de volumen global del sistema.
- ❑ La presentación visual de texto e imágenes de texto tiene una relación de contraste de, al menos, 4.5:1, excepto en el caso de textos grandes (relación 3:1), logotipos o en el caso de que los textos o imágenes forman parte del interfaz gráfico.
- ❑ Para contenido de audio o video grabado, se debe proporcionar una alternativa que presente información equivalente. Se debe hacer igualmente en los multimedia sincronizados.
- ❑ Se proporcionarán subtítulos para el contenido de audio grabado dentro de contenido multimedia sincronizado, excepto cuando la presentación es un contenido multimedia alternativo al texto y está claramente identificado como tal.
- ❑ Se proporcionarán subtítulos para todo el contenido de audio en directo de los multimedia sincronizados.
- ❑ Se proporcionará una audio descripción para todo el contenido de vídeo grabado dentro de contenido multimedia sincronizado.

5.2.2. Principio 2: Operable

Se puede enunciar el segundo principio como “Los componentes de la interfaz de usuario y la navegación deben ser **operables**”, es decir, que nos debemos preocupar porque todas las funcionalidades puedan ser manejadas con el teclado, el usuario tenga tiempo para leer y usar el contenido, que éste no esté diseñado de manera que pueda generar espasmos, convulsiones o cualquier otro ataque al sistema nervioso del usuario.

Además, el usuario tiene que contar con medios que le ayuden a navegar, encontrar contenido y saber dónde está en todo momento.

Los requisitos de obligado cumplimiento para este principio se resumen en:



Obligatorio

- ❑ Toda la funcionalidad del contenido debe ser operable a través de una interfaz de teclado sin que se requiera una determinada velocidad para cada pulsación individual de las teclas, excepto cuando la función interna requiere de una entrada que depende del trayecto de los movimientos del usuario y no sólo de los puntos inicial y final.
- ❑ Todo componente sobre el que se pueda colocar el foco mediante teclado debe ser susceptible de perder dicho foco mediante el teclado también, informando al usuario del método para hacerlo si no basta con las teclas de tabulación o dirección. Asimismo, si se puede navegar secuencialmente por una página web y la secuencia de navegación afecta su significado o su operación, los componentes que pueden recibir el foco lo hacen en un orden que preserva su significado y operabilidad.
- ❑ Cualquier interfaz de usuario operable por teclado tiene una forma de operar en la cual el indicador del foco del teclado resulta visible.
- ❑ Sólo impondremos límite de tiempo en los siguientes casos:
 - **Apagar:** el usuario puede detener el límite de tiempo antes de alcanzar el límite de tiempo,
 - **Ajustar:** el usuario puede ajustar el límite de tiempo antes de alcanzar dicho límite en un rango amplio que es, al menos, diez veces mayor al tiempo fijado originalmente;
 - **Extender:** se advierte al usuario antes de que el tiempo expire y se le conceden al menos 20 segundos para extender el límite temporal con una acción simple (por ejemplo, "presione la barra de espacio") y el usuario puede extender ese límite de tiempo al menos diez veces,



- **Excepción de tiempo real:** el límite de tiempo es un requisito que forma parte de un evento en tiempo real (por ejemplo, una subasta) y no resulta posible ofrecer una alternativa al límite de tiempo o el límite de tiempo es mayor a 20 horas,
 - **Excepción por ser esencial:** el límite de tiempo es esencial y, si se extendiera, invalidaría la actividad,
- Para toda información que se mueve, parpadea o se desplaza, o que comienza automáticamente, dura más de cinco segundos y se presenta en paralelo con otro contenido, debemos incluir un mecanismo para que el usuario pueda poner dicha información en pausa, detenerla u ocultarla, a menos que el movimiento, parpadeo o desplazamiento sea parte esencial de una actividad.
 - En el caso de contenidos cuya información se actualiza o inicia automáticamente y se presenta en paralelo con otra información debemos proporcionar un método para que el usuario la pueda poner en pausa, detener u ocultar, o controlar la frecuencia de actualización a menos que la actualización automática sea parte esencial de una actividad.
 - Nuestras páginas web nunca proporcionará secuencias de imágenes que cambien más de tres veces por segundo o cuyas transiciones involucren “rojo saturado”.
 - Los títulos, encabezados y etiquetas deben describir explícitamente el tema concreto.
 - Debemos incluir más de un camino para acceder a una página concreta dentro de nuestro sitio web y el texto de los enlaces debe ser auto explicativo del sitio enlazado (o serlo junto al contexto).
 - Debemos proporcionar un proceso para evitar los bloques de contenido que se repiten en varias de nuestras páginas.

5.2.3. Principio 3: Comprensible

El tercero de los cuatro principios en los que la WCAG 2.0 clasifica las pautas de accesibilidad puede expresarse como “La información y el manejo de la interfaz de usuario deben ser **comprensibles**”.

Para conseguirlo, nos concentraremos en que los contenidos textuales sean tanto legibles como comprensibles, que las páginas no aparezcan o desaparezcan de una manera imprevisible y que los usuarios cuenten con ayuda en sus interacciones para que se eviten o corrijan errores.

 **Obligatorio**

- ❑ Cuando desarrollemos un sitio web, debemos indicar el idioma para que pueda ser detectado automáticamente, tanto el predeterminado como el de cada contenido (excepto los nombres propios, términos técnicos, palabras en un idioma indeterminado y palabras o frases que se hayan convertido en parte natural del texto que las rodea).
- ❑ Debemos asegurar que cuando cualquier componente recibe el foco no se inicia ningún cambio en el contexto, de la misma manera que cuando un componente cambia de estado, salvo que avisemos al usuario de dicho comportamiento.
- ❑ Todos los mecanismos de navegación que pongamos a disposición del usuario deben mantener el mismo orden relativo cada vez que se repitan.
- ❑ Debemos identificar de manera coherente todos los componentes que presentemos con una misma funcionalidad en nuestro sitio web.
- ❑ Siempre que presentemos campos para que el usuario introduzca datos, debemos proporcionar etiquetas (o instrucciones) aclaratorias.
- ❑ Debemos proporcionar mecanismos para que cuando se detecte un error en la entrada de datos por parte del usuario se identifique dicho error y sea descrito al propio usuario, proporcionando sugerencias al mismo cuando sea posible y no se comprometa la seguridad.
- ❑ En el caso de funcionalidades que impliquen compromisos legales o transacciones financieras para el usuario cuando éste manipula sus datos, debemos asegurar que el envío de información es reversible, que ha sido revisada y además se proporciona al usuario la oportunidad de revisar, confirmar o corregir posibles errores.

5.2.4. Principio 4: Robusto

El último de los principios que debemos tener en cuenta para desarrollar nuestro sitio de manera accesible está relacionado con la robustez y reza que “El contenido debe ser suficientemente **robusto** como para ser interpretado de forma fiable por una amplia variedad de aplicaciones de usuario, incluyendo las ayudas técnicas”.

Esto se resume en buscar maximizar la compatibilidad con las aplicaciones del usuario, ya sean actuales o futuras, y las ayudas técnicas.

**Obligatorio**

- ❑ Cuando trabajemos con contenidos implementados bajo lenguajes de marcas, debemos incluir etiquetas de apertura y cierre completas, anidar los elementos conforme a sus especificaciones y asegurarnos de que no contienen atributos ni IDs duplicados.
- ❑ Para todos los componentes de la interfaz de usuario debemos asegurar que el nombre y la función pueden ser determinados por software; los estados, propiedades y valores que pueden ser asignados por el usuario también pueden ser especificados por software; y los cambios en estos elementos se encuentran disponibles para su consulta por las aplicaciones de usuario, incluyendo las ayudas técnicas.

5.3. Referencias sobre diseño y desarrollo accesible

Las dos principales referencias en la red sobre accesibilidad disponibles en el ámbito de la Administración Pública son:

- El Portal de Administración electrónica: <http://administracionelectronica.gob.es>
<http://administracionelectronica.gob.es/?nfpb=true&pageLabel=P802824061272300647790&langPae=es>
- El trabajo realizado por el Consejo Superior de Administración Electrónica en colaboración con el Centro de Referencia en Accesibilidad y Estándares Web, dependiente de INTECO.
<http://www.inteco.es/Accesibilidad/>

El Portal de Administración electrónica PAe incluye una sección completa dedicada a documentación específica sobre accesibilidad, ofreciendo un amplio conjunto de recomendaciones sobre diseño y desarrollo accesible:

- ❑ **Preguntas frecuentes:** documentación específica sobre diseño y desarrollo accesible de diferentes contenidos web; se incluyen recomendaciones, técnicas y ejemplos de código sobre los siguientes aspectos:
 - Imágenes y multimedia: inserción de contenido no textual en una página web de manera accesible.
<http://administracionelectronica.gob.es/?nfpb=true&pageLabel=P1600396911296737264187&langPae=es>
 - Objetos Programados: inclusión de scripts y objetos programados sin perjudicar la accesibilidad.



<http://administracionelectronica.gob.es/? nfpb=true& pageLabel=P1600496911296737525457&langPae=es>

- Tablas: construcción adecuada de tablas de datos.

<http://administracionelectronica.gob.es/? nfpb=true& pageLabel=P1600596911296737556100&langPae=es>

- Formularios: construcción y diseño de formularios accesibles.

<http://administracionelectronica.gob.es/? nfpb=true& pageLabel=P1600696911296737584238&langPae=es>

- Estándares: aplicación de los estándares a una página o contenido web.

<http://administracionelectronica.gob.es/? nfpb=true& pageLabel=P1600796911296737617676&langPae=es>

- Estructura y presentación: separación de contenido y presentación como eje central.

<http://administracionelectronica.gob.es/? nfpb=true& pageLabel=P1600896911296737650688&langPae=es>

- Navegación, lenguaje y comprensión: coherencia en la navegación y utilización de un lenguaje apropiado.

<http://administracionelectronica.gob.es/? nfpb=true& pageLabel=P1600996911296737682958&langPae=es>

- **Formación en accesibilidad:** relación de las principales acciones formativas que se están llevando a cabo en materia de Accesibilidad y Estándares Web a nivel nacional en la actualidad.

- Seminarios.

- Cursos breves.

- Másteres, postgrados y especializaciones.

http://administracionelectronica.gob.es/? nfpb=true& pageLabel=P400276031292351259649&langPae=es&detalleLista=PAE_12956081582504974

5.4. Recursos específicos sobre Accesibilidad

Además de la documentación descrita en el apartado anterior, tanto a través del Portal de Administración Electrónica como de INTECO se puede disponer de recursos adicionales sobre aspectos técnicos más específicos. Se advierte que las referencias de esta sección se elaboraron considerando las indicaciones y terminologías de la norma UNE 139803:2004, no obstante se referencian aquí por considerarlas de interés y utilidad.

5.4.1. Guías de Accesibilidad en CMS (Sistema de Gestión de Contenidos)

Los sistemas de gestión de contenidos juegan un papel muy importante en el mantenimiento de la accesibilidad de un Sitio Web a lo largo del tiempo.

En la mayoría de los casos, la generación de contenido web en un portal es realizada por personas sin conocimientos técnicos en tecnologías web ni accesibilidad. Por ello, es fundamental que las herramientas que utilizan para esa generación de contenido les faciliten todo lo posible la tarea de crearlos accesibles.

En la medida de lo posible, es importante paliar esta carencia consiguiendo que los elaboradores de contenido tengan unos conocimientos mínimos de accesibilidad, y de cómo deben usar la herramienta para crear contenidos accesibles.

Dentro de este apartado encontramos las siguientes guías:

❑ **Guía de accesibilidad para sedes electrónicas.**

http://administracionelectronica.gob.es/recursos/pae_000005883.pdf

Guía para los técnicos responsables del desarrollo e implantación de sedes electrónicas. Se focaliza en los aspectos específicos de accesibilidad en las sedes (identidad y firma electrónica y formularios) para ayudar en la tarea de incluir mecanismos de tramitación electrónica, de tal forma que estos sean accesibles.

Ejemplo de formulario accesible en formato XHTML+CSS:

http://administracionelectronica.gob.es/recursos/pae_000005884.rar

❑ **Guía de accesibilidad para Contenidos Multimedia.**

http://administracionelectronica.gob.es/recursos/pae_020000881.pdf

Guía para técnicos y para responsables de contenidos en la que se recogen los requisitos de accesibilidad que deben cumplir los contenidos multimedia. La guía especifica tanto los requisitos técnicos para la inclusión del contenido multimedia en la web como los requisitos específicos que debe cumplir el propio contenido durante su generación y preparación (subtítulos, lengua de signos, etc.).

❑ **Gestión de la Accesibilidad en los gestores de contenidos.**



http://administracionelectronica.gob.es/recursos/pae_000005534.pdf

Guía para los responsables técnicos de sitios web en la que se recogen las cuestiones que se deben tener en cuenta y que se deben cuidar e implementar en las implantaciones de portales mediante gestores de contenidos.

❑ **Cuestiones básicas de accesibilidad para los editores finales de contenidos.**

http://administracionelectronica.gob.es/recursos/pae_000005533.pdf

Guía que recoge las cuestiones de accesibilidad que deben atender los editores finales de contenidos, en su mayoría no técnicos, en la edición y generación diaria de contenidos. La guía se distribuye con licencia *Creative Commons*, lo que permite que los responsables de cada sitio puedan modificar su contenido adaptándolo a las particularidades de edición en cada uno de sus entornos.

5.4.2. Guía de Accesibilidad en Documentos PDF

La accesibilidad de los contenidos disponibles en Internet implica también a los documentos PDF, por lo tanto, es necesario asegurar que este tipo de documentos, que son visualizados desde una interfaz diferente al navegador web, sigan siendo accesibles.

Los ficheros PDF no se deben utilizar como excusa para no generar contenidos mediante (X)HTML+CSS. En general no se debe abusar de los documentos PDF para proporcionar información, utilizándolos únicamente en determinados casos como por ejemplo folletos, documentos legales o documentos de naturaleza extensa para los que sea conveniente proporcionar una versión descargable e imprimible.

Para generar documentos PDF accesibles puede seguir las indicaciones recogidas en las siguientes guías:

❑ **Guía Breve sobre PDF accesibles.**

Consideraciones generales para generar un documento PDF accesible.

<http://www.inteco.es/file/53K3CS39zGAjFMGrFyYwxQ>

❑ **Accesibilidad en documentos PDF con Adobe Acrobat 9.0.**

http://administracionelectronica.gob.es/recursos/pae_000005536.pdf

Ejemplo práctico en formato Word.

http://administracionelectronica.gob.es/recursos/pae_000005537.doc

Ejemplo práctico en formato Writer.

http://administracionelectronica.gob.es/recursos/pae_000005538.odt

Ejemplo práctico en formato PDF.



http://administracionelectronica.gob.es/recursos/pae_000005539.pdf

□ **Accesibilidad en documentos PDF con Adobe Acrobat 6.0 y 8.0.**

http://www.inteco.es/Accesibilidad/Formacion_6/Manuales_y_Guias/guia_accesibilidad_en_pdf

- Guía Accesibilidad en Documentos PDF 6.0

<http://www.inteco.es/file/tlmwu6CL4jRApbHgFsyFSw>

- Guía Accesibilidad en Documentos PDF 8.0

<http://www.inteco.es/file/tlmwu6CL4jTLTuglYxDKfA>

Existen diversos cursos de formación sobre accesibilidad de PDFs disponibles, algunos de ellos gratuitos y otros incluso pueden realizarse en línea.

5.4.3. Guía de WAI ARIA

En la actualidad se desarrollan aplicaciones web utilizando tecnologías como AJAX para conseguir un funcionamiento más dinámico de las mismas y mucho más parecido a las aplicaciones de escritorio.

La guía pretende ser una introducción en el uso de la propuesta del W3C (World Wide Web Consortium): WAI ARIA (Web Accessibility Initiative Accessible Rich Internet Applications).

Se proponen una serie de soluciones para conseguir que las aplicaciones web enriquecidas sean más accesibles.

http://www.inteco.es/Accesibilidad/difusion/Manuales_y_Guias/WAI_ARIA

5.4.4. Guía de Estándares Web

La consecución de la universalidad se establece como uno de los principales objetivos de la Web actual, resultando fundamental para ello garantizar el cumplimiento de los Estándares Web definidos por los organismos oficiales.

Un Sitio Web basado en estándares, entre otras cosas, facilitará su acceso por parte de cualquier usuario y a través de un amplio número de dispositivos, tendrá un mejor rendimiento al contar con un código más limpio, posibilitará un mantenimiento más sencillo y mejorará la búsqueda de sus contenidos gracias a un mayor aporte semántico.



El objeto de la presente guía es el de ofrecer a los desarrolladores una visión general de los **principales Estándares existentes en el entorno Web**, analizando las características y el funcionamiento de cada uno de ellos, las ventajas que se derivan de su aplicación, su evolución histórica y su tendencia.

http://www.inteco.es/file/Kilat7eU_6hCnkU_DZrdhA

5.4.5. Guías Prácticas de Comprobación de la Accesibilidad Web

El objetivo de las Guías Prácticas de Comprobación de la Accesibilidad Web es identificar los requisitos de accesibilidad y proporcionar un método de evaluación mixto (manual y automático) para comprobar su validez.

Los diferentes capítulos recopilan bajo un marco común, las comprobaciones a realizar para cada tipo de contenido específico así como todas las validaciones genéricas que afecten al contenido Web.

http://www.inteco.es/Accesibilidad/difusion/Manuales_y_Guias/guias_comprobacion

Los diferentes capítulos conforman una única guía que recopila, bajo un marco común, las comprobaciones a realizar para cada tipo de contenido específico así como todas las validaciones genéricas que afecten al contenido Web:

- ❑ Introducción a la Accesibilidad Web.
<http://www.inteco.es/file/bpoTr1nHdohApbHgFsyFSw>
- ❑ Herramientas de Evaluación de la Accesibilidad.
<http://www.inteco.es/file/bpoTr1nHdoguB2ZrJ-XI7g>
- ❑ Comprobación de la Accesibilidad: imágenes.
http://www.inteco.es/file/6J_w3sJYAhtRjmJl-mD6A
- ❑ Comprobación de la Accesibilidad: multimedia.
<http://www.inteco.es/file/bpoTr1nHdogjFMGrFyYwxQ>
- ❑ Comprobación de la Accesibilidad: scripts y objetos programados.
<http://www.inteco.es/file/bpoTr1nHdoiir3W1jWBZCw>
- ❑ Comprobación de la Accesibilidad: tablas de datos.
http://www.inteco.es/file/I0G3M5bYqBPUVBFiYfg_Ag
- ❑ Comprobación de la Accesibilidad: formularios.
<http://www.inteco.es/file/A8N3mxskAizLSDCfeJCKbA>
- ❑ Comprobación de la Accesibilidad: navegación y orientación.
<http://www.inteco.es/file/Qn8CQYOczmZG7-0ggHlozQ>



- Comprobación de la Accesibilidad: legibilidad y meta-información.

<http://www.inteco.es/file/l7V1ykSQ00TMlXpjOX2pMw>

5.4.6. Guía de Accesibilidad en los contenidos para dispositivos móviles

Las personas con discapacidad suponen un grupo importante de consumidores de contenido y, sin embargo, en muchas ocasiones experimentan dificultades significativas al utilizar servicios de telecomunicaciones.

Para ello es necesario tener en cuenta la accesibilidad al entorno electrónico, siendo ésta el conjunto de elementos que hacen que la información que se contiene en el mismo pueda ser accedido por todas las personas en igualdad de condiciones, y ello independientemente de la tecnología que utilicen (ordenador, PDA, teléfono y otros) y de la discapacidad del usuario (física, psíquica, sensorial y otras).

La guía tiene como objetivos:

- Identificar las características de los dispositivos móviles.
- Mostrar las diversas características de los usuarios con discapacidad.
- Indicar las normas técnicas aplicables a la accesibilidad en el entorno móvil.
- Describir las diferentes directrices para el desarrollo de contenidos para dispositivos móviles.

http://www.inteco.es/Accesibilidad/difusion/Manuales_y_Guias/guia_moviles

http://www.inteco.es/file/P1fDfgoM_jhApbHgFsyFSw

5.4.7. Guía de Accesibilidad y Seguridad en Trámites online

El objetivo de esta guía es la de ayudar a los desarrolladores a la hora de incluir mecanismos de tramitación seguros en los sitios Web que desarrollan, de tal forma que ésta sea accesible según los requisitos que dicta la norma UNE 139803:2004, permitiendo así el acceso a ellos a todos los usuarios independientemente de sus propias limitaciones o las derivadas de su entorno.

http://www.inteco.es/Accesibilidad/difusion/Manuales_y_Guias/guia_accesibilidad_tramites

<http://www.inteco.es/file/2U8BQytkL2rAyyRDEuknZg>



5.4.8. Guía de Accesibilidad en la Publicidad Interactiva

Cada día aumenta la presencia de publicidad online y proliferan nuevas tecnologías que permiten crear elementos publicitarios cada vez más interactivos y vistosos. La accesibilidad en este tipo de contenidos no se tiene en cuenta en muchos casos, impidiendo a un número elevado de usuarios acceder o recibir correctamente la información presentada.

En esta Guía se trata la importancia de generar contenidos accesibles y hacer accesible así los mensajes publicitarios al mayor número de personas.

Se describen, también, las diferentes vías de publicidad interactiva y las ventajas e inconvenientes derivadas de la creación de contenidos interactivos accesibles.

http://www.inteco.es/Accesibilidad/difusion/Manuales_y_Guias/publicidad_accesible

http://www.inteco.es/file/z3qADv3M90BxCP8CLUmW_g

5.4.9. Guía de Recomendaciones de Accesibilidad y Calidad Web

Hoy en día existen barreras significativas en la Web para un amplio número de ciudadanos, entre ellos las personas con discapacidad y personas mayores.

La accesibilidad Web persigue la eliminación de dichas barreras.

http://www.inteco.es/Accesibilidad/difusion/Manuales_y_Guias/guia_accesibilidad_pyme

<http://www.inteco.es/file/frX9YtRIR3I7bnjy14-vEQ>

5.4.10. Guía de Accesibilidad en Flash

Adobe Flash es una tecnología basada en gráficos vectorizados cuyo principal enfoque es el tratamiento de animaciones e implementación de entornos multimedia.

Actualmente tiene soporte sobre diferentes aplicaciones y plataformas pero su mayor campo de acción es el de la Web.

A través de este documento, se proporciona información acerca de cómo proporcionar un nivel de Accesibilidad adecuado para cualquier objeto Web basado en esta tecnología.

http://www.inteco.es/Accesibilidad/difusion/Manuales_y_Guias/guia_accesibilidad_flash

<http://www.inteco.es/file/53K3CS39zGAT7icjbxYNVQ>

5.4.11. Guía de Subtitulado y Sincronización de Vídeos con SMIL

Es un manual de iniciación en el que se indica la sintaxis para subtitular de forma sincronizada un elemento de vídeo a través de *SMIL*.

Los elementos multimedia pueden suponer una de las barreras de accesibilidad más significativas con las que nos podemos encontrar si no tomamos las medidas adecuadas, sobre todo debido a la proliferación de este tipo de contenido en la Web actual. *SMIL* (*Synchronized Multimedia Integration Language*) representa la posibilidad de sacar el máximo partido a este tipo de elementos, aumentando así las posibilidades de interacción y facilitando que incorporen las características de Accesibilidad deseadas.

- Guía breve de subtitulado y sincronización de vídeos con SMIL.

<http://www.inteco.es/file/qOWO8Vc0iiNR5qPwDB9hgg>

Ejemplo de SMIL con vídeo en formato RM (Real Media).

<http://www.inteco.es/file/qOWO8Vc0iiMCN-GUWrwDAQ>

El subtitulado del vídeo se realiza siguiendo el estándar del *W3C* (*World Wide Web Consortium*) sin ningún documento externo. El vídeo sigue el formato *RM*.

Ejemplo de SMIL con vídeo en formato AVI (*Audio Video Interleave*).

<http://www.inteco.es/file/qOWO8Vc0iiMDBbf1m2KiQ>

El subtitulado del vídeo se realiza siguiendo el estándar del *W3C* sin ningún documento externo. El vídeo sigue el formato *AVI*. [*Ambulant es el único reproductor entre los probados que cumple todas las funcionalidades del ejemplo.*]

Ejemplo de SMIL con documentos *RT* (*RealText*) y vídeo en formato *RM*.

<http://www.inteco.es/file/qOWO8Vc0iiMrWmEwNq53IQ>

El subtitulado del vídeo se realiza empleando documentos externos con formato *RT*. El vídeo sigue el formato *RM*. [*RealPlayer es el único reproductor que asegura compatibilidad con archivos RealText*].

http://www.inteco.es/Accesibilidad/difusion/Manuales_y_Guias/guia_smil

<http://www.inteco.es/file/qOWO8Vc0iiNR5qPwDB9hgg>

5.4.12. Documentación generada por el CESyA

Puede resultar de interés la documentación generada por el Centro Español de Subtitulado y Auto descripción. El CESyA es un centro dependiente del Real Patronato sobre Discapacidad - Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, cuyo proyecto multidisciplinar es favorecer la accesibilidad en el entorno de los medios audiovisuales, a través de los servicios de subtitulado y audio descripción.

Se recomienda consultar el apartado de Recursos de



<http://www.cesya.es/es/actualidad/documentacion>

Y también: <http://www.cesya.es/recursos/accesibilidadweb>



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE HACIENDA Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

SEGURIDAD



Guía de Comunicación Digital para la Administración General del Estado



REQUISITOS ANTES DE TENER EL SITIO WEB	3
5. SEGURIDAD	3
5.1 INYECCIÓN DE CÓDIGO	5
5.2. SECUENCIA DE COMANDOS EN SITIOS CRUZADOS (CROSS SITE SCRIPTING XSS)	7
5.3. PÉRDIDA DE AUTENTICACIÓN Y GESTIÓN DE SESIONES	8
5.4. REFERENCIA DIRECTA INSEGURA A OBJETOS	9
5.5. FALSIFICACIÓN DE PETICIONES EN SITIOS CRUZADOS (CROSS-SITE REQUEST FORGERY CSRF)	10
5.6. DEFECTUOSA CONFIGURACIÓN DE SEGURIDAD	11
5.7. ALMACENAMIENTO CRIPTOGRÁFICO INSEGURO	12
5.8. FALLA DE RESTRICCIÓN DE ACCESO A URL	12
5.9. PROTECCIÓN INSUFICIENTE EN LA CAPA DE TRANSPORTE	13
5.10. REDIRECCIONES Y REENVÍOS NO VALIDADOS	13
5.11. ELIMINACIÓN Y LIMPIEZA DE LOS METADATOS DE UN DOCUMENTO	14
5.12. CANAL DE COMUNICACIÓN PARA LA GESTIÓN DE INCIDENTES	14



REQUISITOS ANTES DE TENER EL SITIO WEB

6. SEGURIDAD

Este quinto fascículo de la Guía de Comunicación Digital de la Administración General del Estado¹ recoge los aspectos a tener en cuenta a la hora de dotar a nuestro sitio web de medidas de seguridad adecuadas.

La necesidad de control de la seguridad en los sitios web nace de la evolución de los contenidos de los mismos, cada día se ofrecen más servicios web y posibilidades de realizar muchos trámites a través de internet.

Las medidas de seguridad de un Sitio Web deben tomarse tanto a nivel físico, almacenamiento del sitio ("*hosting*") y del servidor como a nivel lógico durante el desarrollo del sitio.

Por lo que respecta a la seguridad física, se seguirán las especificaciones propias para sitios web que se recojan en los planes de seguridad generales de los sistemas de información.

En cuanto a la seguridad lógica, al desarrollar el sitio hay que identificar y analizar los requisitos de seguridad asociados a los sitios web con el objetivo de reducir las posibles amenazas de seguridad asociadas a ellos durante su diseño antes de su paso a producción. Será por tanto necesario tener herramientas de análisis de tráfico, herramientas de escáner de puertos, herramientas de detección de intrusiones, procedimientos de actuación definidos en caso de denegación de servicio, etc. Todas estas herramientas estarán actualizadas a las últimas versiones para que solventen las últimas vulnerabilidades descubiertas para dotar a los sitios web de la Administración de las medidas de seguridad adecuadas para que los ciudadanos los utilicen con confianza.

El grado de vulnerabilidad que puede presentar un Sitio Web depende directamente de las funcionalidades que el mismo ofrezca. Si el sitio está creado usando simplemente HTML (y en nuestras carpetas sólo tenemos archivos *.htm*, *.html*, *.css*, *.jpg* y *.gif*) entonces el peligro será mínimo. Por el contrario, si el Sitio Web está creado usando un sistema de *Server Side Scripting* (como lo son *PHP*, *ASP*, *JSP*, etc.) entonces existe la posibilidad de que aparezcan potenciales fallos de seguridad, sobre todo si en uno o más lugares del sitio hay formularios que permitan al usuario enviarnos datos (un formulario de contacto o un formulario de suscripción a un boletín).

¹ Los fascículos de la Guía de Comunicación digital de la AGE son: Aspectos Generales, Imagen Institucional, Multilingüismo, Accesibilidad, Seguridad, Aspectos de Comunicación, Tecnología Web 2.0 y Mejora y Mantenimiento.



Por último, si además de usar un lenguaje como *PHP* o *ASP* nuestro sitio usa bases de datos (como *MySQL*, *Oracle*, *SQL-Server*, etc.), entonces las posibilidades de ataques se multiplican, de igual manera que si utilizamos scripts y programas estándar dentro del sitio (como ser scripts de administración de contenidos, foros, galerías de fotos, programas de intercambios de enlaces, etc.).

En todo caso deberán siempre observarse las directrices y políticas de seguridad generales que existan en el Departamento y en general lo previsto en:

- la Ley 11/2007 de acceso electrónico de los ciudadanos a los servicios públicos
- el Real Decreto 1671/2009, de 6 de noviembre, por el que se desarrolla parcialmente la Ley 11/2007, de 22 de junio, de acceso electrónico de los ciudadanos a los servicios públicos.
- y en especial el Real Decreto 3/2010, de 8 de enero, (http://www.boe.es/aeboe/consultas/bases_datos/act.php?id=BOE-A-2010-1330) por el que se regula el Esquema Nacional de Seguridad en el ámbito de la Administración Electrónica.
- Título VIII del RD 1720/2007 “Medidas de seguridad en el tratamiento de datos de carácter personal”.

La forma más eficaz de garantizar la seguridad de nuestros sitios web es la prevención, en este sentido, debemos dedicar todos los recursos a nuestro alcance para implantar medidas y acciones encaminadas a la prevención de vulnerabilidades y como consecuencia a evitar posibles ataques. Se deberán seguir las políticas generales de seguridad de la organización, mantener actualizado el software y herramientas de seguridad (antivirus, anti espías...), auditar permanentemente nuestras instalaciones, Respetar las normas establecidas en la organización en cuanto a permisos y contraseñas, realizar las copias de seguridad pertinentes, utilizar código seguro en la programación basándose en la metodología OWASP, realizar las transferencias de datos cifrados y utilizar archivos de configuración distribuida.

Por supuesto las medidas preventivas deben aplicarse desde las fases iniciales al diseñar y desarrollar nuestros entornos y aplicaciones web. Para ello recomendamos que para saber más sobre requisitos y verificaciones de seguridad durante el diseño y desarrollo de los entornos y aplicaciones web y sobre auditorías y análisis de vulnerabilidades posteriormente tras su puesta en producción se consulte el marco exhaustivo que sobre este ámbito se presenta en la [Guía CCN-STIC 812 - Seguridad en Entornos y Aplicaciones Web](#) del Centro Criptológico Nacional, que además ofrece una lista de comprobación para evaluar entornos y aplicaciones web de terceros antes de su adquisición.



No obstante las medidas preventivas, podría ocurrir que se produzca un ataque en nuestro entorno o aplicación web para lo cual en primer lugar deberemos identificar el tipo de ataque que hemos sufrido y a continuación aplicar medidas y realizar actuaciones para corregir los efectos producidos por el ataque.

Para ampliar información sobre aspectos de detección de ataques, actuación para minimizar los posibles daños una vez sufrido, podemos consultar la Guía CCN-STIC 403 – Guía de Gestión de Incidentes publicada por el Centro Criptológico Nacional en el portal del [CCN-CERT](#).

Las recomendaciones contenidas en esta Guía van dirigidas al equipo encargado del desarrollo del sitio y deberán ir acompañadas por las medidas de seguridad de los responsables del "hosting" en el afán común de mantener el sitio con los niveles de seguridad necesarios.

Los objetivos que generalmente se persiguen con los ataques más frecuentes pueden agruparse en:

- ❑ Obtener información confidencial tanto del servidor como de la red a la que pueda dar acceso.
- ❑ Comprometer los equipos de los usuarios que visitan el sitio web atacado, creando una *botnet* o red de ordenadores infectados.
- ❑ Obtener direcciones de correo para el envío de *spam*.
- ❑ Abusar del ancho de banda contratado por los usuarios.
- ❑ Alojarse páginas de *phishing* suplantando a otras entidades.
- ❑ Uso de la capacidad de procesamiento de los sistemas comprometidos.
- ❑ Uso del espacio web para alojar diversos contenidos con fines fraudulentos o maliciosos.
- ❑ Dañar la imagen del Organismo mediante acciones de *hacktivismo*

A continuación se aportan recomendaciones para evitar estos ataques o resolver sus consecuencias si, desgraciadamente, ya se han producido.

6.1. Inyección de código

Los fallos de inyección de código, tales como *SQL*, *OS*, y *LDAP*, ocurren cuando datos no confiables son enviados al intérprete del servidor como parte de un comando o consulta.

Los datos hostiles del atacante pueden engañar al intérprete al ejecutar comandos no intencionados o acceder a datos no autorizados.



R Recomendado

- ❑ Para evitar este tipo de ataques prima la regla máxima sobre seguridad: Nunca confiar en los datos recibidos por el usuario.
- ❑ La modificación de parámetros de entrada por URL puede mostrar errores pero no descriptivos acerca de datos técnicos, es decir, se debe notificar al usuario de los errores producidos pero mediante mensajes personalizados. En ningún caso un mensaje de error del software o de la base de datos sobre la que se apoya el portal debe trascender hasta la interfaz del usuario.
- ❑ Los parámetros de entrada por URL serán correctamente filtrados y al modificarlos con texto en formato SQL no permitirá alterar la funcionalidad original.
- ❑ La modificación de parámetros de formularios puede mostrar errores pero no descriptivos acerca de datos técnicos, es decir, se debe notificar al usuario de los errores producidos pero mediante mensajes personalizados. En ningún caso un mensaje de error del software o de la base de datos sobre la que se apoya el portal debe trascender hasta la interfaz del usuario.
- ❑ Los parámetros de entrada en formularios serán correctamente filtrados y al modificarlos con texto en formato SQL no permitirá alterar la funcionalidad original.
- ❑ Cualquier parámetro recibido, ya sea por método GET o POST (u otro si se usan más comandos HTTP) debe ser filtrado para, o bien eliminar caracteres especiales o rechazar completamente su contenido si se detecta un contenido potencialmente peligroso.
- ❑ A menos que el contenido lo requiera explícitamente, se deberán filtrar todos los caracteres especiales que puedan ser tratados de forma diferente en lenguajes JavaScript, SQL o cualquiera que se esté utilizando para el funcionamiento del portal.
- ❑ Si los datos recibidos pueden ser devueltos al usuario en formato HTML se deberán filtrar los caracteres "<" y ">" o si es posible eliminar completamente o filtrar todas las etiquetas HTML que contenga el texto a excepción de las de formato de mensaje.
- ❑ Se recomienda igualmente aplicar las características propias del motor de los lenguajes aplicados al portal, activando el escape de caracteres. Para ello, se deben utilizar las citadas funciones.
- ❑ Si los datos recibidos pueden ser almacenados, aunque sea de forma temporal en una base de datos se deberán filtrar los caracteres de comillas simples y dobles y posiblemente alguno más en función del gestor de base de datos utilizado. Es recomendable utilizar la documentación del gestor de base de datos que siempre suelen acompañar una información al respecto del juego de caracteres soportado.

- ❑ Se recomienda el uso de cortafuegos de aplicaciones web (WAF).

6.2. Secuencia de Comandos en sitios Cruzados (Cross Site Scripting XSS)

Las vulnerabilidades XSS ocurren cada vez que una aplicación toma datos no confiables y los envía al navegador web sin una validación y codificación apropiada.

XSS permite a los atacantes ejecutar secuencia de comandos en el navegador de la víctima los cuales pueden secuestrar las sesiones de usuario, destruir sitios web, o dirigir al usuario hacia un sitio malicioso.

R Recomendado

- ❑ Los parámetros de entrada por URL serán correctamente filtrados y al insertar texto en formato script (como JavaScript) no se mostrará de vuelta en la página.
- ❑ Los parámetros de entrada en formularios serán correctamente filtrados y al insertar texto en formato script (como JavaScript) no se muestra de vuelta en la página.
- ❑ Al igual que con los fallos de tipo inyección, los problemas derivados de XSS se pueden evitar con un correcto filtrado de todos los datos de entrada procedentes de los usuarios.
- ❑ Para evitar potenciales problemas con el JavaScript (u otros lenguajes de script), se deberán filtrar los caracteres "<" y ">" o si es posible eliminar completamente o filtrar todas las etiquetas HTML que contenga el texto a excepción de las de formato de mensaje. También es posible mostrar los caracteres problemáticos con una codificación equivalente en entidades mediante su correspondiente código como &#xxxx; o & en lugar de &.
- ❑ Se recomienda el uso de cortafuegos de aplicaciones web (WAF), que además sea capaz de generar una respuesta activa frente a posibles ataques. Dicha respuesta, debe incluir en todo caso la posibilidad de excluir las direcciones IP's correspondientes a la conexión originaria del ataque.

6.3. Pérdida de autenticación y Gestión de Sesiones

Las funciones de la aplicación relacionadas a autenticación y gestión de sesiones son frecuentemente implementadas de manera incorrecta, permitiendo a los atacantes comprometer contraseñas, llaves, "token" de sesiones, o explotar otras fallas de implementación para asumir la identidad de otros usuarios.

R	Recomendado		
	<ul style="list-style-type: none">❑ No habrá referencias a identificadores de sesión en la URL.❑ En caso de que un usuario pueda iniciar sesión, por defecto su validez debe ser como máximo hasta el cierre del navegador (o la duración que haya especificado el usuario).❑ En caso de que un usuario pueda iniciar sesión, el usuario tiene la opción de cerrarla en cualquier momento.❑ En caso de que un usuario pueda iniciar sesión, debe realizarse siempre mediante conexiones seguras y cifradas (protocolo HTTPS).❑ En caso de que un usuario pueda iniciar sesión, dos sesiones independientes deben tener identificadores distintos y no relacionados entre sí.❑ Las sesiones deben ser tratadas con el máximo cuidado posible. El secuestro de sesiones mediante el filtrado de las comunicaciones es un ataque bastante común de consecuencias muy graves ya que permite la suplantación completa de un usuario con los mismos roles de seguridad y permisos de acceso que tuviese el usuario legítimo.❑ Su creación, a través de la autenticación de credenciales procedentes del usuario debe realizarse siempre utilizando un canal seguro para evitar la interceptación de las comunicaciones, como por ejemplo HTTPS y el uso de certificados de confianza.❑ A partir de ese momento, toda la identificación del usuario frente al portal debe reducirse a la mínima expresión, siendo recomendable un único identificador aleatorio alfanumérico almacenado en una cookie de forma que sea transparente para el usuario.❑ Dicha cookie debe cumplir que:		
	<ul style="list-style-type: none">○ Sea lo suficientemente larga y aleatoria para que sea imposible averiguar el algoritmo de creación y secuestrar sesiones. Normalmente su generación está delegada según la tecnología que se esté usando (<i>PHP, Java, ASP...</i>) pero se suele poder reforzar la modificación de la semilla para la generación de números pseudoaleatorios.		

- Su caducidad debe ser a nivel de sesión a menos que se habilite una opción para especificarla. En ese último caso los valores recomendados no deberían superar las 3 horas de inactividad del usuario excepto en casos justificados.
- La finalización de la sesión debe destruir cualquier cookie que se haya generado en el inicio de la misma, independientemente de la caducidad que se haya marcado.
- Debe estar marcada mediante los atributos “secure” y “httpOnly” para que los navegadores modernos lo interpreten correctamente y añada opciones de seguridad extra para que las cookies sensibles tengan el mínimo riesgo.

6.4. Referencia Directa Insegura a Objetos

Una referencia directa a objetos ocurre cuando un desarrollador expone una referencia a un objeto de implementación interno del servidor, tal como un fichero, directorio, o base de datos.

Sin un chequeo de control de acceso u otra protección, los atacantes pueden manipular estas referencias para acceder a datos no autorizados.

R	Recomendado		
	<ul style="list-style-type: none">❑ Si hay valores personales de usuario por URL, su cambio no debe permitir visualizar datos de otros usuarios.❑ Si hay valores personales de usuario por "cookies", su cambio no debe permitir visualizar datos de otros usuarios.❑ A la hora de realizar el diseño de un portal es recomendable aplicar siempre la directriz de denegación por defecto. El acceso a cualquier recurso estará prohibido a menos que se autorice explícitamente a un usuario que pueda visualizarlo. De este modo se oculta mucha información a un posible atacante y es más robusto frente a errores humanos que pudiesen desvelar datos sensibles.❑ También es recomendable minimizar el tránsito de datos entre el usuario y el servidor para evitar puntos de entrada a posibles fallos, evitando enviar más datos de los necesarios en las peticiones (ya sean GET o POST) o almacenar datos adicionales en las cookies relacionadas con el dominio del portal.		

6.5. Falsificación de Peticiones en sitios Cruzados (Cross-site Request Forgery *CSRF*).

Un ataque *CSRF* obliga al navegador de una víctima autenticada a enviar una petición *HTTP* falsificada, incluyendo la sesión del usuario y cualquier otra información de autenticación incluida automáticamente a una aplicación web vulnerable.

Esto permite al atacante forzar en el navegador de la víctima a generar pedidos que la aplicación vulnerable piensa que son peticiones legítimas provenientes de la víctima.

R Recomendado

- ❑ No se crearán peticiones por URL que realicen una acción funcional completa.
- ❑ No se crearán peticiones por formulario que realicen una acción funcional completa.
- ❑ Esta clase de ataques de invocación de peticiones fraudulentas es muy común y sencillo de explotar y por desgracia rara vez los portales se encuentran protegidos contra él.
- ❑ Es necesario poder distinguir entre una petición legítima del usuario y una fraudulenta de un atacante realizada en nombre del usuario. La medida de prevención más simple, aunque no muy efectiva, es la comprobación del origen de la petición a través de las cabeceras *HTTP* que envían los navegadores. Lamentablemente dicho origen también es fácilmente suplantable.
- ❑ La solución ideal consiste en crear "tokens" de petición de modo que cualquier acción, ya sea en enlace o en solicitud contra el portal, incluya un "token" generado dinámicamente y que el portal al recibirla sea capaz de comprobar su validez y autenticidad.
- ❑ Existen múltiples maneras de implementar una solución como ésta, pero la más sencilla es mantener en un sistema de almacenamiento como una base de datos, una caché de "tokens" generados aleatoriamente en tiempo de ejecución asociados a cada petición que se muestre al usuario, de forma que pueda comprobarlo fácilmente una vez recibidos. Evidentemente los token serían de un único uso y desechables.
- ❑ El escenario ideal sería que no se pudiera invocar ninguna acción desde un entorno ajeno al portal, pero las de consulta no serían peligrosas a menos que estén en combinación con otro fallo de seguridad de inyección o *XSS*.

6.6. Defectuosa Configuración de Seguridad

Una buena seguridad requiere tener definida e implementada una configuración segura para la aplicación, marcos de trabajo, servidor de aplicación, servidor web, base de datos y plataforma.

Todas estas configuraciones deben ser definidas, implementadas y mantenidas, ya que por defecto son consideradas como no seguras. Esto incluye mantener todo el software actualizado incluidas las librerías de código utilizadas por la aplicación.

Para el bastionado de las distintas arquitecturas implementadas, el Centro Criptológico Nacional, publica y revisa periódicamente la Serie de Guías STIC que pueden ser descargadas del portal del CCN-CERT (<https://www.ccn-cert.cni.es>)

R	Recomendado		
	<ul style="list-style-type: none">❑ Sólo serán accesibles los servicios relevantes en los puertos del servidor para ofrecer la funcionalidad deseada.❑ Sólo serán accesibles los servicios relevantes por URL en el servidor para ofrecer la funcionalidad deseada.❑ Tan importante es el desarrollo como el software sobre el que se apoya, tanto en librerías que ofrecen funcionalidades adicionales como con los servidores a los que accede. Es recomendable leer la documentación de todos aquellos programas adicionales que se utilicen para realizar una configuración de seguridad efectiva ya que la mayoría ofrecen por defecto unos valores pobres. Por ejemplo, el servidor de base de datos MySQL no tiene asociada una contraseña para su usuario administrador.❑ Del mismo modo, para aquellas librerías o módulos de los que haga uso la aplicación deberán estar correctamente actualizados. Es común que se encuentren vulnerabilidades en ellas y sean corregidas con diligencia por los responsables de las mismas. Es responsabilidad del equipo de desarrollo hacer uso de las últimas versiones de dichas librerías y adaptar la aplicación a cada nueva versión correctiva que aparezca.❑ Se recuerda que deben aplicarse, al menos, las reglas bastionado de un servidor, a saber: mínimos privilegios posibles, mínimo punto de exposición, y defensa en profundidad.❑ Igualmente, dichas medidas de seguridad deben estar relacionadas entre sí, actuando de forma global para evitar que se soapen o interrumpen entre ellas. Ejemplo: No es de utilidad el uso de un IDS/IPS que no pueda analizar el tráfico cifrado con SSL, o un IDS/IPS que sea incapaz de interactuar con el firewall para bloquear una posible intrusión bloqueando la conexión malintencionada.		

6.7. Almacenamiento Criptográfico Inseguro

Muchas aplicaciones web no protegen adecuadamente los datos sensibles, tales como tarjetas de crédito, NSSs y credenciales de autenticación con mecanismos de cifrado o “hashing”.

Los atacantes pueden modificar o robar tales datos protegidos inadecuadamente para conducir robos de identidad, fraudes de tarjeta de crédito u otros crímenes.

R	Recomendado		
	<ul style="list-style-type: none">❑ En caso de permitir inicio de sesión a los usuarios, la recuperación de la contraseña no expone ningún dato personal como dirección de correo y sólo permite modificarla sin poder conocer su valor original.❑ Cualquier información sensible que se encuentre almacenada en el sistema deberá estar cifrada. Si se trata únicamente de datos de comprobación, es decir, que no van a ser transmitidos a ninguna otra entidad o sistema como puede ser una contraseña de acceso, deberá ser cifrada con un algoritmo hash preferiblemente SHA1. Si se trata de datos sensibles pero necesarios para interactuar con otras aplicaciones o servicios como puede ser un número de tarjeta de crédito, deberán estar correctamente cifrados utilizando algún sistema de criptografía simétrica convenientemente implementado para que la clave secreta nunca salga de la aplicación.		

6.8. Falla de Restricción de Acceso a URL

Muchas aplicaciones web verifican los privilegios de acceso a URLs antes de generar enlaces o botones protegidos. Sin embargo, las aplicaciones necesitan realizar controles similares cada vez que estas páginas son accedidas o los atacantes podrán falsificar URLs para acceder a estas páginas igualmente.

R	Recomendado		
	<ul style="list-style-type: none">❑ Los enlaces a las páginas de administración se encuentran protegidos en lugar de sólo ocultos.❑ Aunque es recomendable ocultar de la vista enlaces protegidos para evitar tentaciones, es insuficiente limitarse únicamente a esa protección. Cualquier página que sea accesible a través de una dirección URL debe realizar una comprobación de privilegios en su inicio y en caso de no cumplir con lo exigido, mostrar un error.		

6.9. Protección Insuficiente en la Capa de Transporte

Las aplicaciones frecuentemente fallan al autenticar, cifrar y proteger la confidencialidad e integridad de tráfico de red sensible. Cuando esto ocurre, es debido a la utilización de algoritmos débiles, certificados expirados, inválidos o sencillamente no utilizados correctamente.

R	Recomendado		
	<ul style="list-style-type: none">❑ Todas las comunicaciones que contengan datos sensibles para el usuario deberán hacer uso de cifrados como SSL (HTTPS).❑ Todas las cookies de sesión tienen el atributo "secure" activado de forma que el navegador nunca las transmita en claro.❑ El certificado de seguridad del servidor será legítimo, firmado por una autoridad de certificación reconocida, con validez vigente y que cubra todos los nombres de dominio utilizados por la aplicación.❑ La interceptación de las comunicaciones es un riesgo muy real y más habitual de lo que se puede pensar. Debe presuponer en el desarrollo de una aplicación web que cualquier dato que el usuario envíe o que se envíe hacia el usuario puede ser observado por un posible atacante.❑ El escenario ideal y la configuración por defecto debería ser cifrar todas las comunicaciones, ya no sólo para los datos personales procedentes del usuario, sino también porque la información consultada puede estar sujeta a restricciones de visibilidad.❑ Se recomienda actualizar regularmente el software de cifrado SSL, para evitar de esta forma ser objeto de ataques basados en vulnerabilidades de software conocidas y/o errores en la implementación del sistema de cifrado (Ejemplo: vulnerabilidades conocidas de versiones antiguas de "openssl").❑ En caso de ser posible, se debe forzar siempre la conexión y la navegación HTTPS. De esta manera se podrán evitar ataques mediante el método "Man in the Middle" que fuercen conexiones HTTP (Ejemplo: "sslstrip").		

6.10. Redirecciones y Reenvíos no Validados

Las aplicaciones web frecuentemente redirigen y reenvían a los usuarios hacia otras páginas o sitios web y utilizan datos no confiables para determinar la página de destino.

Sin una validación apropiada, los atacantes pueden redirigir a las víctimas hacia sitios de “phishing” o “malware” o utilizar reenvíos para acceder a páginas no autorizadas.

R	Recomendado		
	<ul style="list-style-type: none">❑ En caso de que la aplicación realice redirecciones por URL, éstas no deberán admitir cualquier nombre o destino a menos que su funcionalidad así lo requiera explícitamente.		

6.11. Eliminación y limpieza de los metadatos de un documento

Los metadatos son un arma de doble filo, útil para clasificar y organizar los contenidos de la propia librería de documentos, y peligrosos por la cantidad de información sensible que transmiten sin que tengamos control sobre ella.

La mayoría de editores de documentos son capaces de leer y manipular los metadatos de los archivos, algo muy útil para clasificarlos. Sin embargo, los metadatos también suponen un riesgo para nuestra privacidad, especialmente por lo poco que pensamos en ellos.

R	Recomendado		
	<ul style="list-style-type: none">❑ Es conveniente revisar y eliminar los metadatos de los documentos publicados en la web, hay varias herramientas automáticas públicas destinadas a recopilar metadatos en documentos disponibles en Internet. Existen igualmente multitud de herramientas para eliminar metadatos que contienen información sensible de los ficheros.		

6.12. Canal de comunicación para la gestión de incidentes

De acuerdo con sus responsabilidades, el CCN-CERT ofrece un sistema de apertura y gestión de incidentes de seguridad, que permite a los usuarios comunicar los incidentes que se produzcan y realizar el seguimiento hasta su resolución.

Si se produce un incidente de seguridad, la vía para realizar dicha comunicación es a través del portal del CCN-CERT o por correo electrónico mediante la cuenta incidentes@ccn-cert.cni.es.



Si se desea denunciar o informar de un posible delito derivado de un incidente de seguridad puede realizarse a través del Grupo de Delitos Telemáticos de la Guardia Civil² o de la Brigada de Investigación Tecnológica de la Policía Nacional³. En el sitio web de ambos portales, pueden encontrarse consejos y buenas prácticas que pueden incorporarse a la web a modo de sugerencia para los usuarios.

² <https://www.gdt.guardiacivil.es/webgdt>

³ http://www.policia.es/org_central/judicial/udf/bit_quienes_somos.html



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE HACIENDA Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

ASPECTOS COMUNICACIÓN



Guía de Comunicación Digital para la Administración General del Estado



CONTENIDOS DEL SITIO WEB	3
7. ASPECTOS DE COMUNICACIÓN	3
7.1. CONTENIDOS	3
7.1.1. CUESTIONES DE LENGUAJE	3
7.1.2. CONTENIDOS MULTIMEDIA	6
7.1.3. CONTENIDOS DE LAS SEDES ELECTRÓNICAS	10
7.1.4. CONTENIDOS EN REDES SOCIALES, BLOGS, ETC.	15
7.2. REFERENCIAS MUTUAS	18
7.3. POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES	18
7.3.1. TÉCNICAS <i>SEO</i>	21
7.3.2. PALABRAS CLAVE Y DESCRIPCIÓN	22
7.3.3. URL PRINCIPAL	23
7.3.4. URL SEDES ELECTRÓNICAS	25
7.3.5. URL SECUNDARIA	26
7.3.6. SUBDOMINIOS	27
7.3.7. HERRAMIENTA DE REDUCCIÓN DE URL'S	28
7.4. CANALES DE ATENCIÓN	28



CONTENIDOS DEL SITIO WEB

7. ASPECTOS DE COMUNICACIÓN

Este sexto fascículo de la Guía de Comunicación Digital de la Administración General del Estado¹ recoge los aspectos a tener en cuenta a la hora de dotar de contenidos al sitio web: cuestiones de lenguaje, contenidos multimedia, referencias mutuas, posicionamiento en buscadores y canales de atención al usuario. Se recomienda ver el fascículo de Aspectos Generales de la Guía en el que se tratan cuestiones tales como el acceso a los contenidos o su presentación.

7.1. Contenidos

La calidad de los contenidos de nuestros sitios web es imprescindible. Se debe cuidar especialmente y puede que sea necesario contar con personal especializado para llevar a cabo esta tarea, puesto que el perfil de los diseñadores web puede que no sea el adecuado. Habrá que tener conocimiento en la materia y redactar correctamente con claridad y concisión, teniendo en cuenta el público hacia el que va dirigido y con una redacción optimizada para los buscadores. Por lo que se refiere a las cuestiones de lenguas o idiomas, ver el fascículo dedicado a Multilingüismo de esta Guía.

7.1.1. Cuestiones de lenguaje

Al igual que para cualquier documento administrativo, los contenidos de los sitios web deben estar redactados en un lenguaje claro, sencillo y preciso. No sólo hay que velar por la corrección y veracidad de la información de los sitios web, sino por su corrección desde el punto de vista léxico, gramatical y ortográfico. Otro aspecto a tener en cuenta es el uso de lenguaje no sexista en los contenidos de los sitios web.

Se prestará especial atención con la utilización de neologismos, tecnicismos o términos adoptados de otras lenguas, cuidando el uso de términos de un lenguaje extremadamente técnico, llegando a proporcionar definiciones de los mismos si fuese necesario. También debemos cuidar el uso de acrónimos o siglas, explicando siempre su significado para garantizar su comprensión.

¹ Los fascículos de la Guía de Comunicación digital de la AGE son: Aspectos Generales, Imagen Institucional, Multilingüismo, Accesibilidad, Seguridad, Aspectos de Comunicación, Tecnología Web 2.0 y Mejora y Mantenimiento.



La recomendación a nivel general será la del cumplimiento de las reglas léxicas, sintácticas y morfológicas del idioma elegido por el usuario.

Ver además el fascículo de Multilingüismo de esta Guía de comunicación Digital.

R Recomendado

- ❑ Se debería contar con “libros de estilo” de lenguaje y redacción de los textos en las páginas web, de carácter general y con indicaciones específicas según la idiosincrasia y necesidades de cada Ministerio u Organismo.

R Recomendado Lenguaje no sexista

- ❑ Recopilatorio de recursos web sobre lenguaje no sexista: (http://www.berdintasuna.ehu.es/p234-content/es/contenidos/informacion/igualdad_otras_guias/es_guias/adjuntos/Recopilatorio_de_recursos_web_sobre_lenguaje_no_sexista.pdf).
- ❑ Manual de lenguaje administrativo no sexista: (<http://www.ucm.es/cont/descargas/documento5682.pdf>).
- ❑ Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la Igualdad efectiva de mujeres y hombres (BOE del 23 de marzo), se establece como criterio de actuación de todos los poderes públicos la utilización de un lenguaje no sexista: (http://www.boe.es/aeboe/consultas/bases_datos/doc.php?id=BOE-A-2007-6115).

R Recomendado Código HTML

- ❑ Se recomienda usar el formato de codificación Unicode (charset UTF-8).
- ❑ Las URL deben ir en la misma lengua que el contenido.
- ❑ Hay que declarar el idioma del contenido en el encabezamiento de cada página.
- ❑ Si hay cambios de idioma en una misma página es necesario indicar donde se producen, por ejemplo con iconos representativos.
- ❑ Hay que tener en cuenta la expansión del texto para las lenguas con diferente longitud del texto y como puede afectar al diseño de las páginas y elementos.



- ❑ En los enlaces, hay que indicar el cambio de lengua del nodo con respecto del contenido donde se encuentra el literal.

R Recomendado Adecuación regional o cultural en formatos

- ❑ Es necesario tener en cuenta los diferentes formatos de las fechas en las diferentes lenguas.
- ❑ Es necesario tener en cuenta los diferentes formatos de las horas en las diferentes lenguas.
- ❑ Es necesario tener en cuenta los diferentes formatos de los números en las diferentes lenguas.
- ❑ Es necesario tener en cuenta las diferentes unidades de medida empleadas en los diferentes idiomas.
- ❑ En la sección de Contacto, se debe tener en cuenta a los usuarios de otras lenguas.

R Recomendado Diferencias culturales

- ❑ Hay que tener en cuenta la adecuación de los iconos a las diferentes culturas, ya que ciertos símbolos, ideas o conceptos pueden ser entendidos de forma diferente (por ejemplo la cruz roja en una página traducida al árabe y consultada por un ciudadano de un país musulmán o islámico).
- ❑ Hay que tener en cuenta los diferentes simbolismos de los colores en las diferentes culturas.
- ❑ Hay que tener en cuenta la adecuación de las imágenes a las diferentes culturas.
- ❑ Hay que tener en cuenta la direccionalidad de las diferentes lenguas en el diseño.

R Recomendado Función de Búsqueda

- ❑ El sistema debe buscar el término de búsqueda en todas las versiones lingüísticas.
- ❑ Es recomendable que existan opciones avanzadas de búsqueda relativas al idioma.



- ❑ Las páginas de resultados se deben mostrar en la misma lengua que la página desde donde se realiza la búsqueda.

R Recomendado Posicionamiento

- ❑ Es necesario traducir correctamente la etiqueta *title* (*head*).
- ❑ Es necesario traducir correctamente las palabras clave (*head*).
- ❑ Es necesario traducir correctamente la etiqueta *description* (*head*).
- ❑ Es necesario traducir correctamente las etiquetas *alt* de las imágenes.
- ❑ Es necesario traducir correctamente las etiquetas *title* de los enlaces.

7.1.2. Contenidos multimedia

Cada vez es más frecuente contar en nuestras páginas con material multimedia: vídeo, imágenes, audio... La inclusión de este tipo de elementos en nuestro sitio web mejorará su usabilidad, no obstante, se debe tener en cuenta que no se trata de elementos decorativos y deben añadir cierto valor. Por razones de ancho de banda, accesibilidad y seguridad, nuestras organizaciones establecen bastantes restricciones a su uso tanto internamente como al conectarnos a través de intranets o internet. Sin embargo cada vez hay más demanda de estos recursos para: formación, seminarios web, videoconferencia, etc.

Ver además el apartado de Contenidos multimedia distribuidos en la web, de la Guía de Comunicación Digital, fascículo Web 2.0.

Hay que respetar las normas de accesibilidad para estos elementos. (Véase fascículo de Accesibilidad de esta Guía de Comunicación Digital).

R Recomendado Multimedia

- ❑ Se debe ser cuidadoso con los tamaños de los archivos multimedia que existan, ya que a dispositivos con acceso sin banda ancha les será complicado visualizar los contenidos adecuadamente, además del consumo de cuota.
- ❑ Todos los archivos deberán contar con un título claro y conciso, así como una explicación del contenido que en ellos aparece.
- ❑ La fecha, el tamaño en MB o el tiempo de duración son también datos esenciales.




- ❑ Mostrar los derechos de distribución del contenido sobre todo en el caso en el que el contenido sea producido por una fuente externa.

R Recomendado Imágenes

- ❑ Subir fotos con calidad en la imagen y con contenido interesante.
- ❑ Los formatos más utilizados serán JPG o JPEG para fotos, GIF para logos o diagramas y PNG.
- ❑ No excederse en el tamaño de las imágenes publicadas, debiendo optimizarlas si fuese necesario. No se utilizará HTML para el control del tamaño de la imagen.
- ❑ En el caso de presentar imágenes complejas como gráficos o esquemas deberán de ir acompañadas de un texto explicativo y descriptivo de qué es lo que se está representando, pudiendo estar éste en el mismo sitio o en una página diferente.
- ❑ No repetir fotografías o subir contenidos que sean muy parecidos entre sí.
- ❑ Agrupar las fotos por sets o colecciones.
- ❑ Usar las herramientas para que las fotos sean encontradas fácilmente.
- ❑ Asegurarse de que se posee el copyright de la imagen o que se tiene permiso de publicación de la misma.
- ❑ Al momento de subir las fotos es importante avisar bajo qué tipo de licencias quedarán publicadas.

R Recomendado Retratos de Personas

- ❑ Se debe contar con una Galería de Retratos de aproximadamente veinte fotografías, de las cuales quince deben ser fijas y cinco renovadas con actividades de actualidad en un ritmo quincenal o mensual (para que dé tiempo a que las vuelquen los robots araña).
- ❑ Estas fotografías deben editarse con licencia Creative Commons de tipo CC, Con cita / Sin uso comercial / Sin modificación de obra. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/> . Si es necesario, se debe acordar por escrito con los fotógrafos de forma previa para poder usar dicha licencia.



- ❑ Cada fotografía se debe etiquetar (tagear) de forma completa, semántica, descriptiva. (Ejemplos: Presidente Gobierno España Primer Plano Exterior Día Bandera Abril 2012, Presidente Gobierno España Despacho Moncloa Junio 2012)
- ❑ Cada fotografía se debe describir (en el formato de cada uno de los soportes) de forma completa, sintáctica, descriptiva. (Ejemplos: Presidente del Gobierno de España, en un primer plano, frente a la bandera en el Día de las Fuerzas Armadas, en Abril de 2012, Presidente del Gobierno de España, en su despacho de trabajo del Palacio de la Moncloa, en Junio de 2012)
- ❑ Se deben crear cuentas independientes en los soportes que se mencionan en este documento, a nombre del personaje de que se trate. Estas cuentas deben ser independientes de aquellas oficiales relativas a su cargo. La descripción de estas cuentas debe contar con el nombre, cargo y carácter de la cuenta. Ejemplo: Mariano Rajoy Brey, Presidente del Gobierno de España desde Diciembre de 2011. Galería de retratos oficiales, disponibles mediante licencia Creative Commons. Estas cuentas deben estar enlazadas desde los sitios web oficiales de la institución que representan. En todo caso, deben crearse aunque este enlace no se publique. Todas estas cuentas publicarán la misma galería. La base del amplio contenido de internet no es la originalidad del mismo, sino su republicación.
- ❑ Los soportes en los que se debe publicar la galería de retratos son por orden de prioridad (cuanto más se activen mejor):
 - a) Sitio web de la institución de que se trate, como parte de la galería oficial o como subgalería, dependiendo de la estructura del mismo
 - b) Flickr: propiedad de Yahoo
 - c) Picasa: propiedad de Google
 - d) Twitpic: para su publicación y localización en Twitter
 - e) Pic.twitter.com: ídem
 - f) Blogspot: un blog solo con fotografías
 - g) Tumblr: un photoblog solo con fotografías
 - h) Wikipedia: se propone enlazar la galería de retratos como información complementaria
 - i) LinkedIn
 - j) Instagram
 - k) Pinterest
 - l) Su propio sitio web



- ❑ Esta galería debe estar disponible para descargársela desde aquellos sitios web en los que sea posible (institucional o propio).
- ❑ Esta galería debe anunciarse y recordarse una vez al mes desde las cuentas de redes sociales (Facebook, Tuenti, Twitter).
- ❑ Esta galería debe anunciarse y enlazarse desde la red de sitios web a que se refiera (otros ministerios, instituciones, medios de comunicación, etc.).
- ❑ Debe hacerse un censo de sitios oficiales donde ya está referenciado el personaje (por ejemplo, Registro de diputados en www.congreso.es, www.lamoncloa.gob.es) para publicar la mejor fotografía posible y disponible.

En el caso de la incorporación de vídeos u otro material audiovisual, aparte de las consideraciones en materia de accesibilidad, se respetarán las normativas en materia de uso de lenguas de signos (Ley 27/2007, de 23 de octubre, por la que se reconocen las lenguas de signos españolas y se regulan los medios de apoyo a la comunicación oral de las personas sordas, con discapacidades auditivas y sordo-ciegas:

<http://www.boe.es/boe/dias/2007/10/24/pdfs/A43251-43259.pdf>)

R Recomendado vídeos

- ❑ Subir vídeos con calidad y contenido interesante y útil para los ciudadanos. En caso de tratarse de vídeos con mucha resolución, ofrecer una versión de menor resolución.
- ❑ Los formatos más adecuados de vídeo a utilizar son WMV, .AVI, .FLV, .MOV, .MPG y .MP4.
- ❑ Los vídeos deben acompañarse de palabras claves y de créditos que lo identifiquen, nombre del protagonista, título y contenido, fecha, etc.
- ❑ Proporcionar una transcripción en texto del vídeo, así como en la medida de lo posible la opción de sólo audio.
- ❑ Describir con un título y un breve resumen lo que se va a visualizar.
- ❑ El usuario podrá optar entre visualizar o descargar el vídeo.
- ❑ La duración de los vídeos se recomienda sean de un máximo de 5 minutos y en ningún caso se deberían superar más de 10. Utilizar en caso contrario la división en pequeños fragmentos o como podcasts (serie de ficheros de audio o vídeo que están relacionados en forma de episodios).



R Recomendado Audio

- ❑ Subir archivos de audio con calidad de sonido, perfectamente audibles y con un *bit-rate* que garantice la audición nítida de la pista.
- ❑ El formato preferido será el estándar *mp3*.
- ❑ Los ficheros de audio irán acompañados por una transcripción de su contenido (cumplimiento de accesibilidad).
- ❑ Invitar al usuario a escuchar o descargar el fichero utilizando frases como “Escuchar ahora” o “Descargar ahora”.
- ❑ La duración no debe de ser excesiva (5 minutos), en caso de serlo, se dividirán en varios ficheros o se presentarán como *podcasts*.

7.1.3. Contenidos de las Sedes Electrónicas

Las Sedes Electrónicas son un punto de acceso a los servicios electrónicos que requieran identificación o autenticación por parte de los ciudadanos o de la administración. La sede estará dotada de condiciones especiales de identificación, seguridad y de responsabilidad, garantizando a su vez una información veraz, actualizada y completa.

Además la sede debe contar con una serie de servicios tales como: medios para la formulación de sugerencias y quejas; registro electrónico; aplicaciones específicas para el tratamiento de los escritos normalizados de los procedimientos que tramitan dotado de medios de control de tiempo y plazos y servicios de comunicaciones y notificaciones electrónicas.

Las sedes electrónicas deben cumplir los principios de accesibilidad, usabilidad, uso de estándares abiertos, protección de datos personales, confidencialidad, disponibilidad e integridad de las informaciones y comunicaciones que se realicen a través de ellas.

Los requisitos de las Sedes Electrónicas en cuanto a su contenido se detallan en la Ley 11/2007, de 22 de junio, de acceso electrónico de los ciudadanos a los servicios públicos (Artículo 10) y en el Real Decreto 1671/2009, de 6 de noviembre, por el que se desarrolla parcialmente dicha Ley 11/2007 y por lo tanto son de obligado cumplimiento.



Obligatorio

- ❑ **CONTENIDO MÍNIMO Artículo 3.2 RD 1671/2009.:**
 - a) **Ámbito de aplicación de la sede, que podrá ser la totalidad del Ministerio u organismo público, o uno o varios de sus órganos con rango, al menos, de dirección general.**
 - b) **Identificación de la dirección electrónica de referencia de la sede.**
 - c) **Identificación de su titular, así como del órgano u órganos encargados de la gestión y de los servicios puestos a disposición de los ciudadanos en la misma.**
 - d) **Identificación de los canales de acceso a los servicios disponibles en la sede, con expresión, en su caso, de los teléfonos y oficinas a través de los cuales también puede accederse a los mismos.**
 - e) **Medios disponibles para la formulación de sugerencias y quejas.**
 - f) **Cualquier otra circunstancia que se considere conveniente para la correcta identificación de la sede y su fiabilidad.**

Las sedes son sitios seguros donde realizar los trámites electrónicos, se incluirán:



Obligatorio

- ❑ **Todas las actuaciones, procedimientos y servicios que requieran la autenticación de la Administración Pública o de los ciudadanos por medios electrónicos en el sentido del Artículo 13 de la LAECSP, es decir, mediante DNI electrónico, firma electrónica avanzada o utilización de claves concertadas. Artículo 4.1 RD 1671/2009.**
- ❑ **Se cumplirán las condiciones de identificación de las sedes electrónicas y de seguridad de sus comunicaciones Artículo 5 RD 1671/2009.:**

1. Las direcciones electrónicas de la Administración General del Estado y de los organismos públicos vinculados o dependientes de la misma que tengan la condición de sedes electrónicas deberán hacerlo constar de forma visible e inequívoca.

2. La sede electrónica tendrá accesible su instrumento de creación, directamente o mediante enlace a su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».



3. Las condiciones de identificación de las sedes electrónicas y de seguridad de sus comunicaciones se regirán por lo dispuesto en el título tercero del presente real decreto, y en el título VIII del Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, aprobado por Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre.
4. Los sistemas de información que soporten las sedes electrónicas deberán garantizar la confidencialidad, disponibilidad e integridad de las informaciones que manejan de acuerdo al los R. D. 3/2010: Esquema Nacional de Seguridad y 4/2010: Esquema Nacional de Interoperabilidad y el establecerán las previsiones necesarias para ello.

Los contenidos y servicios de las sedes electrónicas serán:



Obligatorio

- **CONTENIDO Artículo 6.1 RD 1671/2009:**
 - a) Identificación de la sede, así como del órgano u órganos titulares y de los responsables de la gestión y de los servicios puestos a disposición en la misma y, en su caso, de las sedes de ella derivadas.
 - b) Información necesaria para la correcta utilización de la sede incluyendo el mapa de la sede electrónica o información equivalente, con especificación de la estructura de navegación y las distintas secciones disponibles, así como la relacionada con propiedad intelectual.
 - c) Servicios de asesoramiento electrónico al usuario para la correcta utilización de la sede.
 - d) Sistema de verificación de los certificados de la sede, que estará accesible de forma directa y gratuita.
 - e) Relación de sistemas de firma electrónica que, conforme a lo previsto en este real decreto, sean admitidos o utilizados en la sede.
 - f) Normas de creación del registro o registros electrónicos accesibles desde la sede.
 - g) Información relacionada con la protección de datos de carácter personal, incluyendo un enlace con la sede electrónica de la Agencia Española de Protección de Datos.
- **SERVICIOS Artículo 6.2 RD 1671/2009.:**
 - a) Relación de los servicios disponibles en la sede electrónica.
 - b) Carta de servicios y carta de servicios electrónicos.



- c) Relación de los medios electrónicos a los que se refiere el artículo 27.4 de la Ley 11/2007, de 22 de junio.
- d) Enlace para la formulación de sugerencias y quejas ante los órganos que en cada caso resulten competentes.
- e) Acceso, en su caso, al estado de tramitación del expediente.
- f) En su caso, publicación de los diarios o boletines.
- g) En su caso, publicación electrónica de actos y comunicaciones que deban publicarse en tablón de anuncios o edictos, indicando el carácter sustitutivo o complementario de la publicación electrónica.
- h) Verificación de los sellos electrónicos de los órganos u organismos públicos que abarque la sede.
- i) Comprobación de la autenticidad e integridad de los documentos emitidos por los órganos u organismos públicos que abarca la sede que hayan sido autenticados mediante código seguro de verificación.
- j) Indicación de la fecha y hora oficial a los efectos previstos en el artículo 26.1 de la Ley 11/2007, de 22 de junio.

❑ OTROS SERVICIOS *Artículo 6.3 RD 1671/2009:*

Los órganos titulares responsables de la sede podrán además incluir en la misma otros servicios o contenidos, con sujeción a lo previsto en el artículo 10 de la Ley 11/2007, de 22 de junio, y en este real decreto



Obligatorio

❑ MULTILINGÜISMO *Artículo 6.5 RD 1671/2009*

Las sedes electrónicas cuyo titular tenga competencia sobre territorios con régimen de cooficialidad lingüística posibilitarán el acceso a sus contenidos y servicios en las lenguas correspondientes.



Obligatorio

❑ REGLAS ESPECIALES DE RESPONSABILIDAD *Artículo 7 RD 1671/2009*

1. El establecimiento de una sede electrónica conllevará la responsabilidad del titular respecto de la integridad, veracidad y actualización de la información y los servicios a los que pueda accederse a través de la misma.



El titular de la sede electrónica que contenga un enlace o vínculo a otra cuya responsabilidad corresponda a distinto órgano o Administración Pública no será responsable de la integridad, veracidad ni actualización de esta última.

La sede establecerá los medios necesarios para que el ciudadano conozca si la información o servicio al que accede corresponde a la propia sede o a un punto de acceso que no tiene el carácter de sede o a un tercero.

2. Los órganos u organismos públicos titulares de las sedes electrónicas compartidas previstas en el artículo 3.3 del presente real decreto, responderán, en todo caso, por sus contenidos propios y solidariamente por los contenidos comunes.



Obligatorio

- ❑ OTROS CONTENIDOS:
- ❑ La formulación de quejas y sugerencias se implementará como un servicio de la Sede. Este servicio será independiente de otros buzones de contacto existentes en los portales. El servicio de sugerencias y quejas será específico de la sede y figurará en la carta de servicios.
- ❑ Al ser un servicio de la sede, las sugerencias y quejas, requerirán identificación o autenticación por parte de los ciudadanos. La existencia de este servicio no impide que además se habilite en la sede un enlace del tipo de “Ayúdenos a mejorar esta página”, este enlace no conllevaría la identificación de los ciudadanos, ya que su finalidad sería para comunicar cualquier problema técnico o mejora, sin ninguna implicación legal.
- ❑ El calendario de días hábiles, la fecha y la hora deberán figurar en la sede. Los sellos o marcas de tiempo, que acrediten la fecha de adopción de los actos y documentos que se emitan, deberán indicar la fecha y la hora y en general todos los procesos relacionados con el registro electrónico, las comunicaciones o las notificaciones.
- ❑ Los registros electrónicos se registrarán a efectos de cómputo de los plazos imputables tanto a los interesados como a las Administraciones Públicas por la fecha y hora oficial de la sede electrónica de acceso, que deberá contar con las medidas de seguridad necesarias para garantizar su integridad y figurar visible.
- ❑ La aplicación de los sistemas de código seguro de verificación de documentos en el desarrollo de actuaciones automatizadas, requerirá una orden del Ministro competente o resolución del titular del organismo público, previo informe del Consejo Superior de Administración Electrónica, que se publicará



en la sede electrónica correspondiente. Dicha orden o resolución del titular del organismo público, además de describir el funcionamiento del sistema, deberá contener de forma inequívoca *Artículo 20.3 RD 1671/2009*:

- a) Actuaciones automatizadas a las que es de aplicación el sistema.
- b) Órganos responsables de la aplicación del sistema.
- c) Disposiciones que resultan de aplicación a la actuación.
- d) Indicación de los mecanismos utilizados para la generación del código.
- e) Sede electrónica a la que pueden acceder los interesados para la verificación del contenido de la actuación o documento.
- f) Plazo de disponibilidad del sistema de verificación respecto a los documentos autorizados mediante este sistema.

7.1.4. Contenidos en Redes Sociales, Blogs, etc.

Dada la importancia que están cobrando las Redes sociales como medio de comunicación con los ciudadanos, se recogen a continuación una serie de recomendaciones a tener en cuenta a la hora de dotarles de contenido (ver también el fascículo de Tecnologías Web 2.0 de esta Guía de Comunicación Digital). Hay que recordar que a diferencia de Portales y Sedes electrónicas en las que los contenidos son más estables y generales, los contenidos en las redes sociales, blogs, etc, tienen un carácter mucho más dinámico, concreto y de interrelación con los ‘lectores’.

R Recomendado

- ❑ Al igual que se hace en los portales o las sedes electrónicas, se velará por la calidad de los contenidos los contenidos en cuanto a su corrección léxico gramatical como a la adecuación a los temas que se traten o a las repuestas a las cuestiones que nos hayan planteado (ver apartado 6.1.1).
- ❑ Se fijarán las normas de uso del sitio o la cuenta para que los usuarios o seguidores de las mismas las conozcan, reservándose el propietario de la cuenta la facultad de eliminar contenidos no apropiados al sitio.
- ❑ Se definirán los temas a incluir y el enfoque del sitio. Los contenidos serán incluidos sólo por los responsables de esta tarea. Lo mismo en cuanto a la administración y mantenimiento del sitio.
- ❑ En el caso de interacción con los seguidores, se procurará que esta sea lo más ágil posible, acorde con el medio de que se trate. Las respuestas se darán como máximo en 48 horas.



- ❑ Si la herramienta o red social cuenta con un servicio de moderación de spam (<http://www.facebook.com/help/212854178736287/#Why-are-some-comments-on-my-Page-appearing-in-grey?>) estudiar si es suficiente para nuestro Departamento u organismo. Si el servicio es suficiente no tendríamos que realizar ninguna acción adicional, en caso contrario, bien por el volumen de comentarios recibidos como por sus características deberíamos establecer un sistema de moderación o protocolo de tratamiento de comentarios que evite aquellos comentarios cuyo contenido no sea aceptable para nosotros. Se establecerán y publicarán las normas de moderación para que sean conocidas por los usuarios o seguidores (ver por ejemplo:

<http://facebook.com/pages/La-Moncloa/271484039577944?sk=notes>).

- ❑ Se definirá una política de actualizaciones y de su periodicidad.
- ❑ Se coordinará en todo momento con el Gabinete de Comunicación del Departamento u organismo y con las Unidades de Gestión de Contenidos del portal o portales y de las Sedes electrónicas.
- ❑ Se podrán definir formatos estándar en las comunicaciones y se observarán las normas de imagen corporativa (Ver fascículo de Imagen Corporativa de esta Guía).
- ❑ Las entradas de los blogs o post tendrán unas 300 palabras y los párrafos serán breves y concisos. Se distribuirán en dos niveles de lectura: el primer nivel resumirá la información dando prioridad a los titulares informativos que serán atractivos pero sin desmarcarse del registro formal, en este primer nivel se incluirán estructuras que inviten a reflexionar; en el segundo nivel, se recogerá la información adicional que podrá ilustrarse con imágenes para facilitar la comprensión y respetando los derechos de propiedad intelectual de dichas imágenes. Se debe evitar que el blog se convierta en una agenda, aunque puede ser interesante redactar entradas al blog relacionadas con eventos de cierta trascendencia.
- ❑ Los textos de Twitter deberán respetar la limitación de los 140 caracteres. Se anunciarán en Twitter las nuevas entradas en los blogs corporativos, las retransmisiones en directo, la publicación de novedades del portal o de la sede, las notas de prensa, etc. con los correspondientes enlaces. Los tuits contendrán las palabras claves para un mejor posicionamiento de la información en las búsquedas. Se utilizarán las etiquetas o hastags de la temática del tuit. Sólo se retuiterán contenidos procedentes de fuentes de confianza o procedentes de informaciones oficiales. La periodicidad se valorará por los responsables de la cuenta, no obstante se considera adecuado de 1 a 10 tuits diarios o los que coincidan con los puntos clave en el caso de retransmisión de eventos en directo. Se seguirán a instituciones u



organismos y expertos en actividades relacionadas con nuestro perfil. Las cuentas de twitter deberán ser “verificadas” para garantizar que se trata de las cuentas oficiales. Se valorarán las respuestas a preguntas o comentarios de los seguidores. El objetivo de la cuenta de Twitter puede ser:

- Información y difusión: con mensajes unidireccionales para informar a las personas o perfiles que se hayan suscrito.
 - Relacional y comunicación: se mantienen conversaciones y se crean relaciones con los suscriptores a la cuenta.
 - Asistencial y de atención ciudadana: se centran en dar respuesta a preguntas y dudas de plantean los seguidores.
-
- En FACEBOOK se usará la opción de ‘página oficial’, no la de perfil individual. Se anunciarán en Twitter las nuevas entradas del portal o la sede, las retransmisiones en directo, la publicación de novedades del portal: presentaciones, vídeos, etc. Evitar la publicación automática de tuis en Facebook ya que la redacción en ambas herramientas es distinta. Evitar que cualquier seguidor pueda escribir en el muro (opción en Configuración). Permitir que sólo se puedan visualizar los mensajes de los administradores de la página. Configurar las notificaciones de la página. Se valorarán las respuestas a preguntas o comentarios de los seguidores. Las condiciones de uso se pueden publicar bien en el botón de «About», que describe la página y en su caso sus condiciones de uso o también en una página de «Notes» especialmente editada, y a la que se accede, o bien desde la sección de Notas o bien desde un banner en la portada (opción preferible, sobre todo durante los primeros meses y hasta que el usuario conozca la existencia de este contenido, es el caso de <http://facebook.com/pages/La-Moncloa/271484039577944?sk=notes>).
 - En el caso de YOUTUBE no vincularlo a la cuenta de Facebook o Twitter, es preferible controlar manualmente la difusión de vídeos para que se adapten a este canal.
 - Con LINKEDIN se puede crear Grupos de interés alrededor de una iniciativa o proyecto concreto bien para publicar información y novedades o para realizar sondeos y encuestas sobre el tema de interés. El nombre de la organización está limitado a 100 caracteres y su descripción entre 200 y 2000, para la URL del sitio el máximo es de 256 caracteres.



7.2. Referencias Mutuas

Puesto que esta guía está enfocada al desarrollo de webs de la Administración General del Estado, será necesario proporcionar referencias cruzadas entre los distintos Ministerios con los que se mantenga una relación más estrecha y publicitar los accesos a las sedes electrónicas de cada uno de ellos.

Aquellos organismos que proporcionen servicios electrónicos en su web deberán garantizar los vínculos correspondientes al portal 060.

Es recomendable no redactar información relacionada con temas que sean competencia de otros organismos o, si se decide hacerlo por simplificar la información al usuario final, evidenciar siempre un enlace a la publicación del Organismo responsable, Boletín Oficial del Estado, Boletines Oficiales de Comunidades, etc. De esta manera evitaremos que la información que brindamos quede obsoleta, puesto que la dificultad de mantener información que no depende de nosotros es muy elevada.

Asimismo, cuando un organismo lance una campaña específica, el resto podrán enlazarlo desde sus páginas.

Además de lograr una mayor coherencia en la información que servimos al ciudadano, enlazar diferentes páginas nos fortalecerá en la posición a aparecer en las consultas de los usuarios con los diferentes buscadores.

7.3. Posicionamiento en Buscadores

Un buen posicionamiento en los Buscadores de internet implica el aumento en número de visitas en nuestra página web. Cuando los usuarios realizan una búsqueda por determinada palabra clave, aparecer en las primeras posiciones de los buscadores depende de la estructura de la web y de su contenido.

La optimización se realiza en dos sentidos: interno, dentro de la propia web, y externo, fuera de las páginas a optimizar y hay técnicas de *linkbuilding*, *linkbaiting* o contenidos virales. Para lograr un buen posicionamiento hay que trabajar en el código de programación, en el diseño y en los contenidos.

Recomendado

- Conseguir que otras webs de temática relacionada enlacen con tu web.



- ❑ Darse de alta en directorios importantes como por ejemplo *Yahoo* que sigue siendo un buen punto de partida para conseguir enlaces o un primer rastreo de tu web por los buscadores.
- ❑ Registrarse y participar en foros, de preferencia en foros temáticos relacionados a la actividad de su página web.
- ❑ Escribir artículos en otros sitios web. Los artículos son un método muy poderoso para mejorar el posicionamiento y conseguir atraer visitas.
- ❑ Participar en las redes sociales para obtener visitas de nuestros nuevos «amigos», *Twitter* y *Facebook* son las redes sociales que más relevancia tienen para el posicionamiento.
- ❑ Crear contenidos de calidad con textos que contienen alta densidad de palabras clave con que buscan los usuarios de la web o potenciales clientes de sus servicios.
- ❑ Utilizar negrita o cursiva en los contenidos para las palabras clave que se pretenden posicionar.
- ❑ Utilizar las etiquetas “*meta*” (*description* y *title*) con las palabras claves, elegidas estratégicamente con anterioridad.
- ❑ Utilizar las cabeceras *h1*, *h2*, *h3*, etc. para destacar términos importantes, o títulos. Se deberían usar palabras clave en las cabeceras.
- ❑ Optimizar las *URL*, colocamos las palabras clave más importantes y significativas para la búsqueda.
- ❑ Realizar la estructuración y el diseño de una página web pensando en el posicionamiento, significa prestar atención a que sea funcional, fácil de acceder y que capte la atención del usuario.
- ❑ Crear un diseño web limpio en publicidad y que entregue el contenido relevante en la mitad superior del sitio web.
- ❑ Hacer nuestra web lo más accesible posible: limitar contenido en *Flash*, *frames* o *JavaScript*. Este tipo de contenido no permite el rastreo o seguimiento de la información por parte del robot en las diferentes páginas o secciones. Para ellos son un espacio plano por el cual no se puede navegar.
- ❑ Crear títulos únicos y descripciones pertinentes del contenido de cada página. Cada página es una tarjeta de presentación para el buscador. Los títulos y descripciones son puntos de partida para la identificación de los términos relevantes a lo largo de la web por los buscadores. Las mejores prácticas recomiendan escribir títulos de entre 60 y 70 caracteres.
- ❑ Enlazar internamente las páginas de nuestro sitio de manera ordenada y clara. Un «mapa del sitio» en el código (tanto el de *Google* como uno presente en el sitio) permitirá dar paso al buscador por las diferentes secciones del sitio en forma ordenada, mejorando su visibilidad.



- ❑ Actualizar la página con contenido original de calidad.
- ❑ Intercambiar contenido.
- ❑ Generar tráfico a través de *SEM (Search Engine Marketing)* o anuncios en buscadores con las palabras consideradas clave para la página web. Así mismo, generar tráfico a través de redes sociales y anuncios segmentados en las mismas y otras páginas de interés.
- ❑ Optimizar el tiempo de carga de una web para conseguir la reducción del ancho de banda y de los *Adwords CPC*, aumentar la tasa de conversión y mejorar el posicionamiento en buscadores.
- ❑ Mejorar la experiencia del usuario con mejoras del diseño y disminución de las tasas de rebote.
- ❑ Alojarse en un servidor fiable.
- ❑ Utilizar un correcto etiquetado del sitio web es vital para un buen posicionamiento.

Cuando los motores de búsqueda solamente mostraban resultados de los algoritmos de búsquedas orgánicas los sitios web eran más fáciles de optimizar. Sin embargo, últimamente están apareciendo en los buscadores diversas técnicas que es necesario tener en cuenta para la optimización de un sitio web.

Actualmente se realizan búsquedas universales, donde en las páginas de resultados de búsquedas se muestran combinadamente los resultados de búsquedas orgánicas con imágenes, videos, blogs, resultados locales, comunicados de prensa, libros y productos.

También hay búsquedas personalizadas que añaden a los buscadores la facilidad de enlazar contenido con las acciones del usuario en el buscador que se encuentran almacenadas en el historial o en los favoritos. Cada usuario con el tiempo irá mejorando su perfil de búsqueda personalizada, donde los enlaces y páginas favoritas irán adquiriendo más importancia que los no visitados.

Las búsquedas en tiempo real permiten enlazar los resultados de una búsqueda con sitios web que proveen contenido en tiempo real, por ejemplo con las redes sociales en general o en las que el usuario tiene un perfil.

Por último algunos buscadores realizan búsquedas locales donde los resultados tienen validez en una región geográfica específica.

Debemos programar y diseñar nuestros sitios y su contenido teniendo en cuenta estas técnicas de búsqueda, pero tenemos suerte que como Administración Pública no tenemos competencia por lo que la preocupación por ganar usuarios es relativa.



7.3.1. Técnicas *SEO*

Las técnicas *SEO* utilizadas son las *OnSite* y *OffSite*.

Onsite, estas técnicas son en sí las que llevaremos a cabo dentro de nuestro sitio, tales como optimizaciones de código, optimización de procesos del servidor, llamadas a la base de datos y sobre todo optimización de contenido. Todas las técnicas que usamos al redactar como el uso de negritas, asignación de jerarquía de los títulos, etc. entran en esta categoría. Es bueno mencionar que estas técnicas *SEO* son las que nosotros controlamos totalmente:

- Arquitectura y usabilidad:
 - Mapa web
 - Sitemap.xml (proporciona a los buscadores el listado de páginas de nuestro sitio web)
 - Estrategia de enlaces internos (relacionados, destacados...)
 - Tecnologías accesibles (estándares *W3C*)
- Optimización contenido
 - Palabras claves en el contenido
 - Títulos (95 caracteres. 1 palabra clave por título) y descripciones de cada página en función de su contenido. (Introducir palabras clave)
 - Densidad de palabras clave (<50% de una frase. 33% aproximadamente lo más correcto. Toda palabra clave del título debe estar en el contenido)
 - Análisis de tendencias
 - Análisis de oportunidades
 - Alta en buscadores
- Infraestructura
 - Velocidad de respuesta
 - Robots.txt
 - Redireccionamientos
 - Geolocalización de IPs.

Offsite, las técnicas de *SEO Offsite* se refieren a todos los enlaces que no están en nuestro sitio web. Se trata del número de veces que está enlazado el sitio web, desde dónde y con qué términos. El *SEO Offsite* no está bajo nuestro control, pero podemos, mediante técnicas, construir enlaces externos que apunten a nuestra página. Cada link a nuestro sitio web es visto por los buscadores como voto de confianza hacia nuestro sitio web.



- Popularidad
 - Número de enlaces
 - Calidad de los sitios que nos apuntan
 - Antigüedad de los enlaces
 - Tipo webs que nos enlazan
 - Textos de los enlaces a nuestra web
 - Enlaces entendibles por buscadores (trampas por generación automática)

Un referente para entender y lograr un mejor posicionamiento Web, a través de herramientas, enlaces útiles y directrices para ello es la Guía de Recomendaciones de posicionamiento SEO en Internet, publicada por INTECO. Esta guía ayuda a comprender el modo de funcionamiento de los buscadores y a aprender qué se debe trabajar en el sitio Web para mejorar su posicionamiento en Internet.

[Guía de Recomendaciones de posicionamiento SEO en Internet](#)

7.3.2. Palabras clave y descripción

El Código Fuente de la página web deberá incluir las Palabras Clave (*Keywords*) que definen el contenido de la misma.

Además, con objeto de facilitar la labor de archivo y catalogación automática que realizan los robots de los buscadores, se recomienda que se incluya siempre la dependencia orgánica de la institución de que se trate. De esta forma, se entiende que, sea cual sea el carácter del nombre de la institución (Instituto puede ser centro educativo; Agencia puede ser comercio de viajes...), se trata de un organismo integrado en la Administración General del Estado.

Ejemplo:

- Ministerio de Presidencia:
 - Ministerio Presidencia Gobierno España.
- Instituto Cervantes:
 - Ministerio Asuntos Exteriores Gobierno España.

Se recomienda, por último, añadir también una Descripción (*Description*) del sitio web. Esta descripción en el Código Fuente de la página web es recogida por los buscadores y publicada como complemento al título y a la URL en los listados de resultados. Por ello es recomendable que exista dicha descripción, que no tenga una extensión superior a las dos líneas de texto y que sea autoexplicativa.

Ejemplo:

- MINETUR / Telecomunicaciones:
 - www.minetur.gob.es/telecomunicaciones/Espectro/
 - Página principal - Espectro radioeléctrico - Telecomunicaciones y ...
 - *Información del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio referente al ordenamiento del espectro radioeléctrico en España.*

R Recomendado		
<ul style="list-style-type: none">□ Trabajar las palabras clave de tal forma que describan de forma eficiente el contenido del sitio web, renovándolas dos o tres veces al año, con el fin de adaptarlas a las nuevas acciones o iniciativas en cada momento.□ No utilizar nombres propios de las personas que ocupen los cargos de Gobierno.□ Introducir la dependencia jerárquica del organismo de que se trate como palabra clave (en el caso de los Ministerios, Gobierno y España), lo que facilita su definición por parte de robots y buscadores, y los diferencia de organismos similares de otros países de habla española.□ Utilizar una descripción del sitio web en el código fuente sin prólogos, directa, breve, en la que la parte fundamental se sitúe en las 10 primeras palabras.		

7.3.3. URL principal

Respecto a la redacción o expresión formal que se use para la URL, deben tomarse en consideración las siguientes recomendaciones:

- Se debe tener como preferencia la utilización del concepto principal que define a la institución, sin por ello renunciar a las siglas como consideración única o complementaria. Por ejemplo:
 - Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación
 - www.maec.es
 - www.maec.gob.es
 - www.exteriores.gob.es
- La ventaja de utilizar esta última denominación consiste en:
 - Es reconocible por buscadores simples y también por buscadores semánticos o conceptuales



- Por ello, tiene tendencia a posicionarse mejor
- Es permanente ante el potencial cambio de denominación de los organismos.

Aquellos organismos de segundo nivel que tengan un ámbito de actuación claramente definido, pueden optar por señalarlo en su URL (se citan casos hipotéticos como ejemplo):

- Consejo Superior de Deportes:
 - www.deporte.gob.es
- Centro de Estudios Políticos y Constitucionales:
 - www.constitucion.gob.es

Por último, para campañas concretas, se pueden utilizar estas mismas recomendaciones:

- www.ahorraenergia.es
- www.conduceseguro.es

Dado que el interés de la Administración General del Estado es la comunicación y puesta a disposición de los ciudadanos de contenidos y servicios, el uso de varias URLs dirigidas a unos mismos contenidos no supone un problema, a pesar de que la recogida de datos y estadísticas podría verse perjudicada o ser más dificultosa en términos comerciales. No es en este caso una consideración a tener en cuenta.

R Recomendado		
<input type="checkbox"/> Utilizar la URL con dominio <.gob.es> en todos los niveles de la Administración General del Estado, para todos los sitios web.		
<input type="checkbox"/> Utilizar redacciones y descripciones semánticas en la propia URL, primando este formato sobre las siglas, con el fin de ser mejor reconocidos en robots y buscadores, y poder mantener estadísticas en la historia.		



7.3.4. URL Sedes electrónicas

Los ciudadanos deben saber claramente que se encuentran dentro de una sede. Se considera conveniente utilizar la palabra “sede”, en primer lugar, para dar una mayor confianza a los ciudadanos, en segundo lugar, para mostrar una imagen más normalizada de las sedes electrónicas y, por último, para que los motores de búsqueda muestren en los primeros lugares las sedes electrónicas al buscar por la palabra ‘sede’, ya que la indexación de las URLs es una de las estrategias que usan los algoritmos de los motores de búsqueda.

R Recomendado		
<ul style="list-style-type: none"> ❑ Utilizar sede.aaaa.gob.es, donde ‘aaaa’ se sustituirá por el nombre del ministerio u organismo. <i>(Real Decreto 1671/2009. Artículo 17.2. “Para facilitar su identificación, las sedes electrónicas seguirán las disposiciones generales que se establezcan para la imagen institucional de la Administración General del Estado y su dirección electrónica incluirá el nombre de dominio de tercer nivel .gob.es”).</i> ❑ Si se trata de organismos muy conocidos por los ciudadanos y siempre que no coincida con la denominación del portal, se puede utilizar la denominación actual con ‘.gob.es’ <i>Disposición Adicional cuarta RD 1671/2009. En este caso podría ser: organismo.gob.es.</i> ❑ No obstante, para una mayor normalización siempre se podría redireccionar automáticamente desde una URL a otra, para lo cual habrá que registrar los dos dominios: organismo.gob.es y sede.organismo.gob.es. ❑ En cuanto a la utilización de: 		
<ul style="list-style-type: none"> - https://www.sede.ejemplo.gob.es - http://www.sede.ejemplo.gob.es - https://sede.ejemplo.gob.es - http://sede.ejemplo.gob.es 		
<p>dependerá de la configuración de los servidores.</p> <ul style="list-style-type: none"> ❑ Cuando mediante un enlace se remita desde una sede a un portal, sería conveniente al activar el enlace mostrar un aviso indicando que se sale de la sede. ❑ Las Subsedes pueden tener su propia dirección URL que se redirija a la URL de la sede principal o bien ser accesibles a través de la sede principal. Habrá que asegurarse de la accesibilidad en el redireccionamiento. En todo caso su dirección electrónica incluirá el nombre de dominio “.gob.es”. 		



- Aunque se trate de una subsele se utilizará la palabra ‘sede’ en la URL. La diferencia entre sede y subsele es una cuestión técnica y a los ciudadanos les puede resultar más comprensible ya que las subseles tienen las mismas obligaciones que las sedes.

Se considera conveniente utilizar la palabra “sede”, en primer lugar, para dar una mayor confianza a los ciudadanos, en segundo lugar, para mostrar una imagen más normalizada de las sedes electrónicas y, por último, para que los motores de búsqueda muestren en los primeros lugares las sedes electrónicas al buscar por la palabra ‘sede’, ya que la indexación de las URLs es una de las estrategias que usan los algoritmos de los motores de búsqueda.

R Recomendado

- Cuando exista una versión del sitio web para dispositivos móviles se usará la misma URL precedida por "m." (Ejemplo: www.dominio.gob.es sería m.dominio.gob.es), redirigiendo a la URL en la que se tenga implementada dicha versión móvil, en el caso de que exista como URL diferenciada de la URL habitual, ya sea “dominio.mobi”; “movil.dominio”; “dominio/movil”; etc.

7.3.5. URL secundaria

Los buscadores priman aquellas páginas que están mejor definidas tanto en su contenido como en su contexto. Por ello, se recomienda usar gestores de contenidos que permiten definir, ya sea por defecto o de forma activa, las URLs de las páginas de forma semántica (abandonando el cifrado aleatorio de las mismas).

De esta forma, la página de portada del sitio web de un ministerio no se llamaría de las siguientes formas, ahora habituales:

- www.ministerio.gob.es/home
- www.ministerio.gob.es/index
- www.ministerio.gob.es/12345678

Sino:

- www.ministerio.gob.es/ministerio-de-espana

Y una página con contenido, por ejemplo, informativo de la sala de prensa, debería llamarse:

- www.ministerio.gob.es/sala-de-prensa



Un ejemplo para una página interior se esta sección sería:

- www.ministerio.gob.es/sala-de-prensa/inaugurada-feria-muestras-primaveral

Esta forma nominativa de llamar a las páginas contextualiza su contenido, haciéndolo más fácil de entender a los robots de los buscadores y por lo tanto posicionándolas mejor ante potenciales búsquedas de internautas.

R Recomendado

- Utilizar descripciones semánticas en el nombramiento y titulación de las URLs secundarias. En su caso, primar en la compra de aplicaciones informáticas de gestión de contenidos las soluciones técnicas que permitan hacerlo.

7.3.6. Subdominios

Se recomienda que todas aquellas campañas e iniciativas de los ministerios que cuentan con su propia página web (tengan o no personalidad jurídica o administrativa), cuenten además con un subdominio o URL secundaria en la estructura general de la página web del ministerio.

De esta forma los robots de los buscadores interpretan de forma más eficiente su dependencia contextual con el ministerio u órgano de la Administración que la ha puesto en marcha.

El nombre del subdominio o URL secundaria debe ser el mismo que se utilice como URL independiente. El contenido de esta página puede ser una página-prólogo que redirija al sitio web independiente, o una redirección directa, atendiendo a las necesidades de contenido que en cada caso surja.

Por ejemplo, puede ser una redirección directa si la campaña está activa, y tener una página-prólogo cuando la campaña sea recurrente pero no esté activa o vigente.

Ejemplo:

- Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad
 - www.msssi.es
- Campaña “Los Medicamentos no son un Juego”
 - <http://www.medicamentosnosonunjuego.es/>
 - <http://medicamentosnosonunjuegos.msssi.es>



R Recomendado

- Utilizar descripciones semánticas en el nombramiento y titulación de los subdominios. En su caso, primar en la compra de aplicaciones informáticas de gestión de contenidos las soluciones técnicas que permitan hacerlo.

7.3.7. Herramienta de Reducción de URL's

RUN implementa una solución sencilla de generación de URLs cortas para una mejora en la eficiencia de la remisión de direcciones web mediante email, sms, twitter o cualquier medio electrónico, que permita a las administraciones generar direcciones más fácilmente recordables tipo <http://run.gob.es/xxxxx> y evitar así, el uso de direcciones extremadamente largas.

Para poder hacer uso de la aplicación RUN se deberá completar el formulario disponible en la dirección: <http://run.gob.es/RUN> e indicar Organismo Peticionario, y nombre, apellidos, NIF de las personas que tendrán acceso al gestor de URLs. Para el uso del gestor RUN es imprescindible que el organismo tenga habilitado el acceso a la Red Sara.

Los usuarios acceden mediante el uso del certificado digital certificado digital en vigor o DNI electrónico a las URLs de su grupo, donde podrán editar las descripciones, las direcciones cortas y largas, y además, efectuar comparativas de clics entre las URLs de su grupo.

R Recomendado

- Utilizar la herramienta RUN

7.4. Canales de Atención

Los canales de atención son los mecanismos que se proporcionan en los portales web a través de los cuales se permite que sus usuarios o el público en general, formulen consultas relativas a inquietudes, necesidades, peticiones o sugerencias sobre temas relacionados con el sitio web.

Estos canales permiten acercar la Administración a la ciudadanía y solucionar sus dudas, o atender a sus peticiones de forma más directa y personal. Normalmente el acceso a estos canales se realiza mediante un enlace denominado "Contáctanos" o alguna otra fórmula similar, desde la Página de Inicio del sitio web.



Además del canal web habilitado podrán existir otros canales como son la vía telefónica, buzón de sugerencias o contacto presencial dependiendo del tipo de gestión, trámite o información que se desee realizar u obtener. En todos los casos, se publicitará cada una de las vías exponiendo los datos claramente del contacto e independientemente de su modalidad.

Puede que exista un sistema de información específico que gestione todas las consultas o peticiones y conocer el estado y momento en la tramitación de las consultas que le afecten. Para establecer el diálogo correspondiente con el ciudadano, se le solicitará como mínimo una dirección de correo electrónico datos para poder contactar.

Por nuestra parte en el apartado de Contacto nosotros deberemos hacer constar:

- Email
- Correo postal o personalmente: En la propia Oficina de Gestión de Sugerencias y Reclamaciones.
- Dirección de la sede del Ministerio
- Horario en el que se presta servicio
- Teléfono de contacto
- Transporte público a utilizar para acceder hasta las instalaciones.

(Ver el Programa de cartas de servicios del REAL DECRETO 951/2005, de 29 de julio, por el que se establece el marco general para la mejora de la calidad en la Administración General del Estado. <http://www.boe.es/boe/dias/2005/09/03/pdfs/A30204-30211.pdf> y El artículo 6.2 del Real Decreto 1671/2009, de 6 de noviembre (<http://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2009-18358>), por el que se desarrolla parcialmente la Ley 11/2007, de 22 de junio de acceso electrónico de los ciudadanos a los Servicios Públicos menciona, dentro de los servicios que las sedes electrónicas pondrán a disposición de los ciudadanos, la carta de servicios y carta de servicios electrónicas).

Se recomienda registrar, almacenar y clasificar todas las preguntas y sugerencias y crear un servicio de información al ciudadano en forma de FAQ (preguntas frecuentes). Normalmente las inquietudes de una persona son comunes a un colectivo y de esta manera se puede resolver una duda de manera rápida y sin necesidad de tener que esperar a que sea cursada de forma personal y debiendo esperar un tiempo para recibir la respuesta o teniendo que desplazarse hasta el sitio indicado para recibirla. Estas preguntas serán agrupadas en secciones en base a características comunes que las hagan pertenecer a uno mismo.



(Ver también el fascículo Tecnologías web 2.0 de esta Guía de Comunicación Digital en la que se recoge ampliamente el canal de las Redes Sociales para establecer la comunicación con los ciudadanos).

R Recomendado

- Abrir un canal de comunicación del tipo de “Contacto” con un enlace en la Página de Inicio de nuestro Sitio web.
- Establecer un sistema de información específico que gestione todas las consultas o peticiones para normalizar las respuestas.
- Crear una sección de Preguntas más Frecuentes (*FAQ*).



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE HACIENDA
Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

TECNOLOGÍA WEB 2.0



Guía de Comunicación Digital para la Administración General del Estado



CONTENIDOS DEL SITIO WEB	3
7. TECNOLOGÍA WEB 2.0	3
7.1 LA INCLUSIÓN DE LA WEB 2.0 EN LOS SITIOS WEB DE LA AGE	4
7.1.1 PROPIEDAD INTELECTUAL EN LAS REDES SOCIALES Y EN LOS REPOSITARIOS	6
7.1.2 NORMAS DE PARTICIPACIÓN	7
7.1.3 CONSEJOS Y RECOMENDACIONES DE USO PARA EL USO NO PROFESIONAL	10
7.2 TRANSMISIÓN Y GENERACIÓN DE CONTENIDOS	11
7.2.1 SINDICACIÓN DE CONTENIDOS (RSS, ATOM, XML)	11
7.2.2 WIKIS	12
7.2.3 BLOGS	14
7.3 REDES SOCIALES	17
7.3.1 INFRAESTRUCTURA, PLATAFORMA Y SOFTWARE	20
7.3.2 PRIVACIDAD EN LAS REDES SOCIALES	22
7.3.3 ANALIZAR LA PRESENCIA EN LAS REDES SOCIALES	22
7.3.4 IMAGEN INSTITUCIONAL EN LAS REDES SOCIALES	23
7.3.5 FACEBOOK	24
7.3.6 TWITTER	27
7.3.7 LINKEDIN	34
7.3.8 TUENTI	35
7.4 CONTENIDOS MULTIMEDIA DISTRIBUIDOS EN LA WEB	36
7.4.1 YOUTUBE	36
7.4.2 FLICKR	38
7.4.3 SLIDESHARE	39
7.4.4 OTROS CANALES	40
7.5 ANEXO I: MATERIAL DE REFERENCIA	41

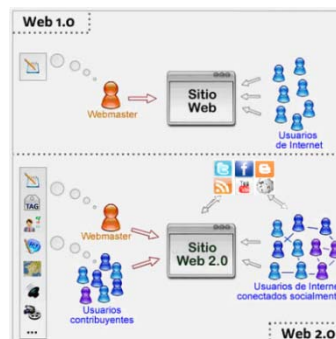
CONTENIDOS DEL SITIO WEB

7. TECNOLOGÍA Web 2.0

Este séptimo fascículo de la Guía de Comunicación Digital de la Administración General del Estado¹ recoge los aspectos a tener en cuenta a la hora de dotar de contenidos al sitio web en las redes sociales, wikis, blogs y canales multimedia.

La Web 2.0 es la evolución del antiguo concepto de Internet, el cual era un escaparate estático donde los usuarios se limitaban a consultar la información que las instituciones exponían. La interacción se limitaba a formularios o cuestionarios, es decir, instrumentos predefinidos y, en cierto modo, acotados.

Gracias a la aparición de nuevas tecnologías, Internet ha pasado a ser un medio que permite compartir experiencias y conocimientos, con una vertiente más social, cercana, participativa, transparente e inmediata.



Esquema de la evolución web

La web 2.0 centra la producción de contenidos en función del usuario final, ya sean ciudadanos, empresas, asociaciones, o cualquier otro colectivo. De este modo, el usuario se va convirtiendo en un eslabón activo e imprescindible en el tráfico dinámico de la información que se intercambia y comparte.

La Web 2.0 marca un cambio relevante al habilitar al usuario para retroalimentar y crear contenidos y formas de operar de las entidades públicas, estableciendo una comunicación cada vez más directa (sin intermediarios) entre dichas entidades y el ciudadano que accede a ellas.

¹ Los fascículos de la Guía de Comunicación digital de la AGE son: Aspectos Generales, Imagen Institucional, Multilingüismo, Accesibilidad, Seguridad, Aspectos de Comunicación, Tecnología Web 2.0 y Mejora y Mantenimiento.



Dentro del concepto de web 2.0 destacan las redes sociales que son actividades, prácticas y comportamientos que tienen lugar entre comunidades de personas usuarias que se reúnen a través de Internet y comparten información, conocimiento u opiniones, utilizando para ello medios conversacionales que son aplicaciones web que hacen posible de manera muy sencilla crear y transmitir contenidos de diversa índole (texto, fotografías, vídeos o audios).

De lo anterior se deriva que el mayor atractivo actual de Internet es la manera en que la información se transmite, el hecho de poder encontrar respuesta a casi cualquier duda gracias a la colaboración colectiva, el estar al tanto de las novedades en el instante en el que se producen por estar conectado a redes sociales y el acceso a análisis, interpretaciones y opiniones que permiten una circulación del conocimiento inédita hasta ahora.

7.1 La inclusión de la Web 2.0 en los sitios web de la AGE

La vocación de servicio al ciudadano propia de la Administración puede y debe ser reforzada mediante la web 2.0 no solamente por acercarnos a una porción de la ciudadanía, cada vez más amplia, que es usuaria habitual de estos servicios sino también por explotar sus funcionalidades, aprovechar la generación de conocimientos que presta la participación de todos y beneficiarnos de la facilidad para el ciudadano de hacer consultas de manera “asíncrona”, sin restricciones de horario.

La presencia de las administraciones en redes sociales como por ejemplo Facebook o Twitter, muestra su predisposición a escuchar y ayudar al ciudadano en todo lo que sea posible, así como ofrecer soluciones a todas sus dudas de una manera cercana y moderna y un medio de comunicación tan eficaz, o más, que el canal presencial. Este nuevo medio de comunicación con los ciudadanos puede ser más eficiente y obtener mejores resultados sin requerir necesariamente más recursos humanos, aunque será necesario establecer una forma común de proceder y en su caso dar la formación correspondiente a los empleados públicos responsables de su funcionamiento.

Al utilizar redes sociales se deben respetar las normativas de accesibilidad vigentes. (Ley 26/2011, de 1 de agosto, de adaptación normativa a la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad. Artículo 16. Modificación de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico. Se adiciona un apartado nuevo en la disposición adicional quinta de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, con la siguiente redacción: «Disposición adicional quinta. Accesibilidad para las personas con discapacidad y de edad avanzada a la información proporcionada por medios electrónicos: »)

Las tareas necesarias para puesta en marcha y mantenimiento de las tecnologías web 2.0 requieren de la intervención de distintos responsables de la organización. Para más detalle ver Anexo de Perfiles de esta Guía de Comunicación Digital.

Las buenas prácticas, recomendaciones y obligaciones contenidas en este fascículo, serán de aplicación por parte de aquellos empleados públicos que por razón de su puesto o de las funciones que desempeñen, deban utilizar redes sociales con carácter laboral. Para el uso de las redes sociales en el ámbito particular de los empleados públicos ver el apartado 7.1.3.



Obligatorio

- ❑ Las páginas de Internet que sirvan de soporte o canal a las redes sociales en línea, desarrolladas por entidades cuyo volumen anual de operaciones, calculado conforme a lo establecido en la normativa del Impuesto sobre el Valor Añadido, exceda de 6.101.121,04 euros, deberán satisfacer, a partir del 31 de diciembre de 2012, como mínimo, el nivel medio de los criterios de accesibilidad al contenido generalmente reconocidos. Excepcionalmente, esta obligación no será aplicable cuando una funcionalidad o servicio no disponga de una solución tecnológica que permita su accesibilidad.
- ❑ Establecer un sistema de gobernanza de las cuentas oficiales del Departamento u organismo definiendo las normas de funcionamiento y las funciones de sus responsables:
 - Decisión de apertura de las cuentas de manera coordinada.
 - Definición de los temas a incluir y su enfoque.
 - Dar de alta las cuentas, alimentarlas de contenidos, administrarlas y mantenerlas.
 - Respuestas a las consultas, quejas o peticiones recibidas
 - Calidad y niveles de servicio.

La utilización por parte de la Administración de la web 2.0 cubre los siguientes objetivos:

- Permitir la generación de comentarios acerca de la información ofrecida y recibir actualizaciones en vivo por parte de los usuarios.
- Dar un mayor atractivo a los sitios despertando así el interés y la necesidad en el usuario de participar en iniciativas como si fueran propias, en especial para usuarios avanzados.
- Lograr transparencia al transmitir directamente las iniciativas impulsadas.
- Conseguir un conocimiento abierto, en particular mediante blogs y wikis.
- Conseguir que el usuario se sienta escuchado.
- Recabar información sobre las inquietudes de la sociedad, sus necesidades y exigencias.

- Difundir las noticias oficiales, se conseguirá como resultado un control de problemas cuando los ciudadanos tengan comentarios negativos y se hará un acompañamiento al ciudadano personalizado para resolver dudas o quejas que pudiera tener.
- Entablar conversaciones, permitiendo a los usuarios dejar comentarios sobre temas expuestos en el perfil y aumentando el grado de interactividad al poder escuchar y responder.

R Recomendado

- ❑ Escuchar y dar respuestas adecuadas a sus necesidades, para que los usuarios de estos espacios sientan que nuestra presencia no es intrusiva, sino colaborativa y participativa en la conversación de igual a igual.
- ❑ Se usará un tono cercano, cordial acorde con los valores aplicados en el resto de canales de interacción con los ciudadanos. Se seguirán las recomendaciones de usos lingüísticos del fascículo de Aspectos de Comunicación.
- ❑ La comunicación en las diferentes redes sociales siempre se orientará a la ciudadanía y se evitará en todo momento hacer juicios de valor y dar opiniones subjetivas, limitándose únicamente a dar y recoger información.
- ❑ Se evitará la participación en acciones o movimientos que puedan suscitar una degeneración de la reputación del organismo y de los servicios que ofrece
- ❑ En caso de existir usuarios y contraseñas para la administración de los perfiles, modificar las claves de acceso regularmente.
- ❑ Para los contenidos se seguirán las normas generales de los portales.
- ❑ Aclarar a los usuarios el alcance del canal y del contenido para no levantar falsas expectativas sobre su resultado y que sean conscientes de que su aportación será publicada en la red.

7.1.1 Propiedad intelectual en las redes sociales y en los repositorios

Se considera a la AGE titular de los derechos de explotación de los textos, comentarios y otras aportaciones que hay en sus diferentes redes sociales, al efecto de que se pueda facilitar la reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de estos contenidos. Además es autora de los propios contenidos.

Las imágenes (fotos, gráficos, cuadros...), vídeos o presentaciones tienen derechos de autoría y, en consecuencia, se someten a los preceptos legislativos de propiedad intelectual. Con este fin, los portales destinados a compartir contenidos, como por ejemplo Flickr, Youtube o Slideshare, incorporan las correspondientes funcionalidades para poder indicar qué licencia tiene la imagen, el vídeo o la presentación en cuestión.

La Administración General del estado opta en sus contenidos, por defecto, por las [licencias Creative Commons](#) y, entre éstas, por las que faciliten una apertura y una reutilización más amplias, como la BY Reconocimiento o la BY-SA Reconocimiento / Compartirigual. Estas dos modalidades son las que se ajustan más fielmente a la estrategia de la Administración General del Estado de poner a disposición de los ciudadanos y empresas tantas obras y datos como sea posible y con el máximo nivel de apertura, intentando favorecer la reutilización y los usos comerciales. ([Ley 37/2007, de 16 de noviembre](#), sobre reutilización de la información del sector público y [Real Decreto 1495/2011 de 24 de octubre](#), por el que se desarrolla la Ley 37/2007, para el ámbito del sector público estatal.) En todos los casos, es necesario dar a conocer los derechos de autoría o de gestión de la AGE, a través del departamento u organismo correspondiente.

A la hora de gestionar los derechos de autoría sobre imágenes, vídeos y presentaciones en las redes:

R Recomendado

- ❑ Aplicar licencias Creative Commons (<http://creativecommons.org/licenses/>) a las imágenes, vídeos y presentaciones con derechos de propiedad intelectual de los que se disponga de los derechos de explotación pertinentes o la autorización correspondiente.
- ❑ Rehuir las cesiones de derechos de explotación que tengan una duración limitada en el tiempo, ya que comportaría una gestión compleja de los mencionados derechos.
- ❑ Optar preferiblemente por imágenes o vídeos en que no se reconozca a personas que no hayan firmado o cedido los correspondientes derechos de imagen, en su caso.
- ❑ Añadir cláusulas a los contratos, subvenciones, licitaciones... que permitan la comunicación libre de las imágenes, vídeos, presentaciones o textos adquiridos (que no sean propiedad de la Administración).
- ❑ Incluir las oportunas cesiones de derechos de imagen (si aparecen personas) y de derechos de explotación de la obra en el procedimiento de recogida de datos, confección de documentos, organización de actos o cualquier acto de provisión de contenidos que no sean de la Administración.
- ❑ Gestionar correctamente también las obras (fotos, vídeos, presentaciones, textos...) que sean propiedad de la Administración; teniéndolo todo documentado y en situación de poderlo acreditar y transferir a cualquier otra unidad o persona.

7.1.2 Normas de participación

Para la buena comunicación de la Administración General del Estado en todas las herramientas sociales, se establecen unas normas mínimas de participación, de manera que se pueda llevar a cabo una conversación respetuosa, tolerante y fructífera con la ciudadanía.

Antes de la puesta en funcionamiento de una nueva cuenta en redes sociales se definirá el nivel de interacción con los ciudadanos que se va a tener por parte de la organización. Así como los responsables de publicar y contestar los contenidos conocerán el nivel de respuesta y diálogo con los usuarios de las cuentas institucionales.

Dado que en la mayoría de las redes sociales no pueden controlarse de forma previa a que se efectúen los comentarios de los ciudadanos, en principio no se podrá impedir la publicación de los comentarios, no obstante si el responsable de los contenidos considera que algunos comentarios no son adecuados, podrá prohibir la participación a los usuarios autores de dichos comentarios.

Tanto los blogs como los otros espacios en las diferentes plataformas de la web social están abiertos a los comentarios de los lectores, que serán publicados si cumplen estos requisitos:

Obligatorio		
<input type="checkbox"/> Que sean pertinentes, es decir, que no se alejen del tema tratado.		
<input type="checkbox"/> Que mantengan el respeto y el buen clima y no ofendan ni atenten contra la dignidad de otras personas.		
<input type="checkbox"/> Que no contengan datos de carácter personal ni información publicitaria.		

La Administración General del Estado sólo se responsabiliza de los contenidos que emite a través de sus canales. Los responsables de los perfiles de la Administración General del Estado se reservan el derecho de no publicar cualquier aportación que no observe estas indicaciones mínimas.

Los perfiles corporativos representan a la Administración, por tanto no se pueden emitir opiniones personales y la línea editorial debe coincidir con la del sitio web oficial.

A la hora de interactuar con la ciudadanía, hay que hacerlo siempre en un tono acorde con los valores compartidos por la Administración General del Estado y por los profesionales que la integran, vigilando los siguientes puntos:

Recomendado		
<input type="checkbox"/> <u>Colaboración</u> : promover y participar en espacios de colaboración es la clave para crear comunidades que aportan un valor en la Red. Participar en acciones ciudadanas como si fueran propias, además de fomentar la participación del resto de la ciudadanía.		
<input type="checkbox"/> <u>Apertura y transparencia</u> : se debe mostrar tal y como es la Organización, con naturalidad y con voluntad de servicio.		



- ❑ **Interdependencia:** saber a quién se representa y hacia quién, cómo y dónde nos relacionamos. Se deben tener en cuenta las normas de etiqueta propia de cada uno de los espacios.
- ❑ **Compartir:** con un nuevo enfoque de la propiedad intelectual, que permite crear las condiciones necesarias para que ciudadanía, empresas y otras organizaciones generen riqueza con los datos y los contenidos elaborados por la Administración.
- ❑ **Integridad:** la comunicación y atención a través de las redes sociales debe ser tan eficaz o más de lo que lo es la presencial. Al mismo tiempo, debe ser más eficiente y dar más resultados, procurando no crecer en recursos. Las respuestas o comunicaciones se procurará que se efectúen como máximo 48 horas después de la recepción de la consulta.
- ❑ **Calidad:** aparte de la corrección léxica y gramatical, se contestará con brevedad, ajustándonos a la consulta concreta y enlazando la información precisa.
- ❑ Mostrar en todo momento una predisposición a escuchar y ayudar al ciudadano en todo lo que sea posible, y ofrecer soluciones a todas sus dudas y consultas o, al menos, responderlas.
- ❑ Escuchar a las personas y dar respuestas adecuadas a sus necesidades, para que los usuarios de estos espacios sientan que nuestra presencia no es intrusiva, sino que participamos en la conversación de igual a igual.
- ❑ Respetar todas las opiniones de los ciudadanos, aunque no las compartamos.
- ❑ Publicar las normas de participación para conocimiento de los usuarios, así como la potestad de borrar los contenidos que se consideren inadecuados e incluso la posibilidad de prohibir la participación de los usuarios que no respeten dichas normas.
- ❑ Definir el nivel de respuesta y diálogo con los usuarios de las cuentas institucionales.
- ❑ Prohibir la participación de usuarios que no respeten las normas de participación establecidas.
- ❑ Se agradecerán los comentarios recibidos.
- ❑ Se retirarán los contenidos falsos y cualquier comentario ofensivo que no respete las normas de participación establecidas o atenten contra la dignidad de organizaciones o personas.
- ❑ Dependiendo de los casos podría ser adecuada la identificación de los usuarios para evitar el anonimato (identidad cívica).

7.1.3 Consejos y recomendaciones de uso para el uso no profesional

En este fascículo de la Guía de Comunicación Digital sólo se tratan recomendaciones para el uso profesional de la Web 2.0. No obstante, los empleados públicos tienen libertad para tener presencia en la web 2.0 y tener perfiles personales en las redes sociales, que utilizarán siempre fuera de su horario laboral. Las opiniones que se compartan en cualquier perfil social son de carácter personal y en ningún caso se le pueden atribuir a la organización. El personal de las administraciones tiene derecho a expresar libremente sus opiniones o puntos de vista sobre los temas que crea oportunos. En las redes sociales los límites entre lo profesional y lo personal a veces pueden llegar a ser más difusos que en otros canales por lo que habrá que ser especialmente cuidadoso por lo que se deberían tener en cuenta una serie de recomendaciones para garantizar un buen uso, incluso cuando interactúen en las redes sociales desde sus perfiles personales. Cabe recordar que cualquier actividad en la red queda registrada indefinidamente, accesible para cualquier usuario y también, que aunque el titular de la cuenta es el propietario de los documentos e informaciones que incluya en la red social, las condiciones de uso de las redes sociales en general, implican la concesión de una licencia de utilización por la red social de dichos contenidos.



Obligatorio

- No se atribuirán opiniones personales a la organización a la que pertenece.
- No se revelará ningún tipo de información confidencial o reservada.
- No se usarán cuentas del correo electrónico corporativo para registrar cuentas personales en cualquier página externa a la Administración General del Estado, ya que esta información podría ser mal interpretada o utilizada para fines no deseados.

Para evitar posibles conflictos con el servicio que se ofrece, se recomiendan una serie de acciones:



Recomendado

- Cualquier trabajador de la Administración General del Estado, con presencia en las redes sociales a nivel particular, puede expresar esta condición libremente.
- Las opiniones y comentarios realizados en las redes sociales serán de su responsabilidad exclusivamente.
- Se debería evitar la participación en acciones o movimientos que puedan suscitar una degeneración de la reputación de la Administración General del Estado y de los servicios que ofrece.
- Se recomienda actuar de forma transparente y respetando la legislación.

- ❑ No deberían publicarse en Internet comentarios despectivos ni ofensivos.

7.2 Transmisión y Generación de Contenidos

Uno de los pilares dentro de la Web 2.0 es la generación de contenidos dinámicamente en colaboración con los usuarios y seguidores, así como la transmisión de éstos o de noticias, eventos, etc., a usuarios que han solicitado suscribirse y estar al tanto de las novedades acontecidas en las mismas.

Estos dos aspectos están cubiertos por un lado los blogs y wikis y por otro por la denominada "Sindicación de contenidos". A continuación vemos los detalles de cada uno de ellos.

7.2.1 Sindicación de Contenidos (RSS, ATOM, XML)

Definimos la sindicación de contenidos como la acción por la que un espacio de la red (blog, página, etc.) informa a otro espacio también de la red, sobre las noticias u eventos que éste produzca. En el caso de los Ministerios podríamos encontrar actualizaciones en el BOE, últimas noticias, licitaciones, etc. De esta manera el receptor se mantiene informado de lo emitido en el espacio de origen de su interés sin tener que acudir a él.



Por parte del usuario será necesario hacer uso de programas capaces de extraer y presentar estos contenidos con sólo añadir los enlaces publicados por la página. Esas herramientas se denominan "lectores de feeds", mantienen rastreo de contenidos específicos y miran si han sido actualizados. Cuando esto sucede, muestran el nuevo post y un enlace hacia él. Cada *feed* contiene ítems que han sido publicados en cierto momento. Cuando se chequea un *feed*, el "lector de *feed*" busca nuevos ítems, y si los encuentra, son automáticamente descubiertos y bajados para su lectura. De esta manera no es necesario visitar cada blog de interés, sólo hay que sindicarse al RSS (Really Simple Syndication, un formato XML para syndicar o compartir contenido en la web) que ofrecen.



En los sitios con un fuerte contenido editorial, la prestación de uno o más canales RSS contribuye a la fidelización de los lectores, pues permite a los usuarios del Sitio Web mantenerse al día de los nuevos contenidos en línea sin necesidad de visitar el sitio y aumentar la audiencia de la web al ofrecer la posibilidad de agregar contenido en sitios de terceros.

R Recomendado

- Utilizar como tecnología para distribuir *feeds* la más estándar, RSS, pudiendo también hacer uso de ATOM o XML
- Sindicar los contenidos más importantes y que generen más interés. Evitar contenidos superfluos.
- El control de errores deberá revisar regularmente la integridad del RSS y asegurar que no se ha corrompido.
- Es posible facilitar un enlace que muestre sólo la primera parte de un contenido con un acceso para que los usuarios hagan clic y puedan ver el detalle y resto de la información.
- La sindicación de contenidos tiene como objetivo facilitar el acceso a determinada información, por ello los contenidos deben basarse en las consultas e intereses más frecuentes previamente formuladas por los ciudadanos.
- Localizar el icono de sindicación en un lugar visible, normalmente estará arriba o abajo a la derecha. Es necesario promocionar este canal para ganar adeptos.
- Mostrar una ayuda al entrar a ver los contenidos sindicados para que el usuario sepa cómo suscribirse y cómo funcionan.
- En caso de disponer de wikis o blogs, permitir la sindicación de sus contenidos.
- En caso de existir servicio de 'mailing', adjuntar en la firma de los emails un enlace a la suscripción mediante RSS o a la página de captación de suscriptores, tanto en el boletín electrónico como en otra clase de correos.
- Incluir la url en directorios especializados en canales para que con una simple consulta en los motores de búsqueda habituales pueda encontrarse.

7.2.2 Wikis

Un "wiki" es un Sitio Web que cumple la misma función y que responde a las mismas lógicas de una enciclopedia tradicional. Su principal diferencia es que los wikis pueden ser editados y enriquecidos por los mismos usuarios que los leen a través de la ventana del navegador y no requieren de la adquisición de uno nuevo cada vez que se quiera actualizarlos.

La filosofía libre de este tipo de publicaciones ha dado lugar a fuentes de información tan importantes como la Wikipedia, una enciclopedia abierta con millones de artículos de contenido, los cuales se pueden encontrar en más de 270 idiomas gracias a la colaboración de alrededor 12 millones de usuarios registrados. Existen a su vez comunidades similares que tienen en funcionamiento enciclopedias temáticas que ponen a disposición de los interesados contenidos especializados contruidos de forma colectiva.

La implementación de un wiki es relativamente sencilla desde el punto de vista técnico. Estos sistemas son quizás el mejor ejemplo de cómo es posible poner una infraestructura a disposición de los usuarios e incentivar que sean ellos mismos quienes aporten el contenido. Dicho ejercicio permite crear verdaderas enciclopedias sociales, donde el esfuerzo no recae en un solo responsable sino en muchos, quienes aportan lo que pueden y ayudan a preservar y cuidar al mismo sistema de usuarios que pretendan aportar información falsa.

En las instituciones educativas por ejemplo, los wikis posibilitan que grupos de estudiantes, profesores o ambos, elaboren colectivamente glosarios de diferentes asignaturas, reúnan contenidos, compartan y construyan colaborativamente trabajos escritos, creen sus propios libros de texto y desarrollen repositorios de recursos. Los wikis se pueden aprovechar en el aula para crear fácilmente un ambiente colaborativo en línea sin depender de quienes manejan el área de tecnología en la Institución. Algunos de los sitios que ofrecen servicio de creación en línea de wikis, permiten además la utilización de contraseña como medida de seguridad para los usuarios.

R Recomendado

- Se puede fomentar la creación de una wiki con los contenidos de las respuestas a preguntas más frecuentes recogidas del resto de canales de recepción mencionados.
- Será preferible utilizar programas o servicios de creación de wikis ya existentes.
- Todo contenido de un wiki deberá de ser licenciado (autor) y referenciado en caso de utilizar material de terceros.
- Si el usuario necesita autenticarse para entrar será necesario dar instrucciones de cómo hacerlo.
- El estilo del wiki será sencillo y estándar.
- Los contenidos tendrán que ser auditados por administradores para evitar y modificar contenidos indeseados, spam, vocabulario malsonante.
- Mostrar un disclaimer (renuncia de responsabilidad) ante el riesgo de presentar contenido erróneo.
- Ante temas subidos de forma anónima reservarse el derecho de eliminarlos o conservarlos.

7.2.3 Blogs

Los blogs (web log) pueden almacenar contenidos llamados post: textos, imágenes, videos y enlaces que pueden ser vistos y comentados por terceros y son actualizados con regularidad. En general se utilizan para expresar pensamientos, opiniones, puntos de vista o difundir contenidos de conocimientos o experiencias personales. Es una buena herramienta para intercambiar puntos de vista o discutir sobre un determinado asunto, a través de los 'comentarios' de los usuarios del blog.



Herramientas de Blogging: [Worldpress](#), [Tumblr](#) y [Blogspot](#)

Hay que recordar que el blog es una herramienta corporativa al servicio del departamento, por lo que el perfil de redacción es corporativo, es decir, el usuario que genera los contenidos lo hace desde un perfil genérico. Sin embargo, puede haber blogs en los que las entradas (*post*) vayan firmadas con el nombre y apellidos de la persona que publica la información (blogs de servicios, de marca, etc.).

El objetivo del blog es difundir información relacionada con la actualidad, con los proyectos de los departamentos, con los diferentes eventos, con opiniones de personalidades respetables en la Administración, etc. Las entradas se publican a menudo y así se mantiene la comunicación con los lectores del blog.

Por eso resulta crucial planificar la editorialización de las entradas del blog, que deben ser textos interesantes, actuales, dinámicos, que incentiven el debate y que estén relacionados con la actividad del departamento, servicio o marca. Se podrá fijar la publicación de *posts* con una periodicidad determinada, manteniendo siempre el estándar de calidad del blog.

La intención final es que las entradas del blog fomenten la participación de la gente. Por lo tanto, será necesario continuar el trabajo de redacción con una buena difusión de las entradas mediante las herramientas de redes sociales de que disponemos. Posteriormente, se gestionarán los posibles comentarios.

Dentro de los sitios de la AGE, el potencial objetivo del blog es difundir información relacionada con la actualidad, con sus proyectos, eventos, etc. Las entradas se publican a menudo para mantener la comunicación con los lectores del blog. Las entradas del blog, que deben ser textos interesantes y dinámicos, que incentiven el debate y que estén relacionados con la actividad del sitio, servicio o marca.



CMT blog

El blog de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones

Síguenos por RSS

- HOME
- SOBRE ESTE BLOG
- IMPRESINDIBLES
- LO QUE LEEMOS
- ARCHIVOS
- CATEGORIAS ↓

CMT

COMERCIO ELECTRÓNICO EN ESPAÑA, IVT 2011: UN AÑO MÁS CON RÉCORD DE FACTURACIÓN

06 julio 2012 | sergioucada | Sin comentarios

La comodidad y la tecnología se imponen a pesar del mal contexto económico. El comercio electrónico batió un nuevo récord de facturación en el año 2011 tras ingresar, entre enero y diciembre, 9.201 millones de euros. Esta cifra es un 25,70%

55

Twitter

ENCUÉNTRANOS EN

Seguir a @cmtblog
Follow 353
+ telecscmt on Tumblr



BUSCAR

Buscar

RECIBE LOS POSTS EN TU EMAIL

Susíbete por email (Más de 1.000 lectores!)

CANAL YOUTUBE

¿Cómo funciona la portabilidad?



<http://blogcmt.com/>

La interrelación entre los blogs y las redes sociales dará como resultado nuevos contenidos y temas a publicar que despierten interés entre los lectores y fomenten la participación de la gente. El blog funciona pues como nexo de unión entre todas las redes sociales de los integrantes de la AGE, lo que significa que el resto de herramientas complementan el blog y se usan para fomentar su difusión. Para facilitar esta función de retroalimentación se incluyen en el blog aplicaciones que nos redirigen hacia las redes sociales del Organismo correspondiente. De esta manera, conseguimos conectar con un mayor número de personas usuarias y crear una red aún más extensa. El objetivo es conseguir integrarlo todo, de forma que el usuario conozca los diferentes perfiles existentes en la red del Organismo y puedan elegir desde qué webs prefiere relacionarse.

R Recomendado

- ❑ Los post deben ser cortos y precisos, mostrar los asuntos de manera clara para que facilite la búsqueda del mismo. Deben ser atractivos sin separarse nunca del tono formal, se recomienda usar estructuras que inviten a reflexionar como preguntas retóricas.
- ❑ Es importante publicar información con regularidad, de forma que se deje tiempo suficiente para los comentarios de los usuarios primando siempre la calidad sobre la cantidad.
- ❑ Se puede calendarizar las publicaciones, de manera que tengamos un repertorio de textos (o entradas) que publicar que pueden ser postergadas en el caso de que se nos ocurran otras más apropiadas para un momento concreto.
- ❑ Presentar el contenido de manera ordenada, primero la información principal y después la información adicional y detalles.
- ❑ Para que las entradas resulten más atractivas, es recomendable ilustrarlas con imágenes.



- ❑ Cuando publiquemos una nueva entrada en el blog, es aconsejable difundirlo en las redes sociales.
- ❑ Acompañar los mensajes con hipervínculos que permitan profundizar en el tema o dar ejemplos sin necesidad de incorporarlos en el mismo texto.
- ❑ Retroalimentar las discusiones que se presentan en el espacio de comentarios o dado el caso, responder las preguntas hechas.
- ❑ Un blog no será utilizado como agenda, únicamente se publicarán entradas sobre convocatorias de eventos relevantes cuando el objetivo sea generar un debate ni como un repositorio de notas de prensa.
- ❑ El contenido de la información que se publica en el blog debe tener valor añadido para captar el interés de los lectores, así como definir las líneas temáticas del blog. Los temas que más interés generarán serán los relacionados con Internet, innovación, gestión del conocimiento, tramitación telemática, accesibilidad, usabilidad, gestión del cambio en las organizaciones o legislación, etc.
- ❑ Enlazar con contenidos relevantes o relacionados en otros sitios o blogs.
- ❑ El contenido de los blogs puede ser sindicado, debiendo mostrar un aviso o términos adecuados de acceso al mismo.
- ❑ Para recordarlo mejor, utilice un único nombre y dirección web por ejemplo, *nombreblog.blogwebsite.com*, donde '*nombreblog*' es el nombre elegido para el blog y '*blogwebsite*' es la herramienta de blogging que se utiliza.
- ❑ Identificar el blog con la imagen corporativa.
- ❑ Moderar los comentarios de los blogs.
- ❑ Hacer públicas las directrices básicas de publicación de comentarios: pertinencia (comentarios relacionados con el hilo de la conversación); respeto (uso de un lenguaje no ofensivo); tipo de información (respeto de la protección de datos y de la privacidad de las personas y evitar las informaciones publicitarias).
- ❑ Sólo se publicarán los comentarios que cumplan estos requisitos, aunque se puede dar la oportunidad a sus autores para que los reformulen.
- ❑ Los responsables de la edición del blog garantizarán la corrección lingüística de los comentarios cuando sea necesario (corrección ortográfica y gramatical).
- ❑ El plazo adecuado para responder a los comentarios es de 24 horas como máximo.

R Recomendado Accesibilidad

- ❑ Compruebe que la herramienta de Blog que elija, permite publicar post por email, esto puede ayudar a una mayor accesibilidad.



- ❑ Cuando se integran en un blog los videos pueden perder características de accesibilidad tales como subtítulos o los botones de acceso. Incluya el enlace externo original para que se pueda ir directamente a la fuente de vídeo.
- ❑ Las imágenes con texto alternativo: Al añadir una imagen, asegúrese de que hay algún texto para describir la imagen. En la mayoría de los casos, la herramienta de blog le pedirá este texto.
- ❑ Asegúrese de que los enlaces están etiquetados con una descripción. Textos del tipo "clic aquí" en los enlaces pueden dificultar su comprensión por personas que usan lectores de pantalla.
- ❑ Usar una plantilla que sólo tenga una columna con un diseño sencillo para mejorar la accesibilidad para personas con dificultades para leer.
- ❑ Usar una fuente básica, como Verdana, Helvética, Arial... con un tamaño estándar.
- ❑ Si se usan enlaces que se abran en la misma ventana, los usuarios siempre pueden volver a su blog a través del botón 'atrás' en su navegador web.

7.3 Redes Sociales

Las redes sociales son, seguramente, el paradigma de la web 2.0. Constituyen uno de los mayores exponentes de la tecnología Web 2.0 y una nueva forma de interactuar con la ciudadanía. Se añaden a los medios tradicionales permitiendo publicar sin intermediación comunicaciones, presentaciones, ayudas, concursos, etc. y obtener retroalimentación inmediata de ello. En este sentido, deberían formar parte de la estrategia de comunicación de los distintos ministerios.

Su uso provoca cambios en nuestra esfera personal, social y profesional. Si nos centramos en el ámbito profesional, la situación actual, en la que se experimenta un alto nivel de conectividad interpersonal, así como la gestión de la información generada, favorecen el avance hacia formas de inteligencia colectiva que están cambiando a las organizaciones. El acceso a las redes sociales mediante dispositivos móviles garantiza la participación desde cualquier lugar y, cuanta más gente las use, más se multiplican sus utilidades. Constituyen, pues, una excelente plataforma para la mejora y la innovación.

Además de facilitar la participación y la implicación de la ciudadanía y de otros actores en la gobernanza, las redes sociales complementan los canales de comunicación bidireccional de la Administración (atención telefónica, presencial...).

Mientras que la web de la Administración General del Estado sirve para ofrecer información actualizada, las redes sociales:



- Proporcionan respuestas inmediatas a los usuarios, pero en este caso la información que se ofrece puede resultarle útil también a otras personas en la misma situación (se ganan tiempo y recursos, como suele ser habitual en el canal web). Todo ello se produce de una manera más cercana, ya que nos encontramos en el contexto personal del usuario.
- Redirigen a los usuarios hacia la web corporativa (o hacia otro recurso definido que proporcione información tan fiable como la generada por los canales oficiales) para ampliar la información oficial.
- Facilitan la creación de redes temáticas de usuarios que, a su vez, generan conocimientos fundamentales y complementarios que permiten que la organización conozca sus intereses y la información generada en estas redes y así poder tenerlos en cuenta.

El uso de redes sociales significa para las administraciones un avance en cuanto a reducción de tiempo en multiplicidad de trámites y una mejora de la calidad de las políticas públicas, que cada día se van haciendo más receptivas a los aportes de la ciudadanía.

Aquí radica una de las razones más importantes para tener presencia en las principales redes sociales, ayudar a dar más voz al ciudadano y hacer más difícil que éste pueda desligarse de sus deberes o desconocer sus derechos. El tipo de relación recíproca y multidireccional que promueven los nuevos canales de comunicación digital incentiva un rol activo en el ciudadano, debido a lo cual se estimula a opinar, contribuir y estar atento a las decisiones en cuanto a las políticas públicas que son tomadas en una ciudad o país.

La oferta de redes sociales existentes en la actualidad sigue aumentando y las estadísticas muestran que Facebook y Twitter, por este orden, son las dos redes sociales más populares en España. LinkedIn, orientado a profesionales, y Tuenti, a una audiencia más joven, son otras dos opciones a considerar para tener un perfil creado dependiendo, en todo caso del tipo de contenido que se quiera publicar y a quién va a ir dirigido.

R Recomendado

- Tener presencia en las redes sociales para poder llegar así al mayor número de usuarios.
- Crear perfiles con identidad verificada para las instituciones en las redes sociales para poder publicar contenidos bajo ese perfil cumpliendo con la legislación vigente, de tal forma que se tenga un espacio oficial dentro de la misma para poder comunicarse con su audiencia.
- Presentar el acceso al perfil de manera clara, con el icono de la red o redes sociales en las que se tenga presencia.



- ❑ Agrupar los distintos enlaces a cada una de las redes en una misma zona, preferentemente ocupando un lugar en la parte superior o inferior y a la derecha. Si se quiere resaltar de una manera especial estos accesos se ubicarán con un tamaño mayor a la derecha de la página y en el tercio superior.
- ❑ La información presente en el perfil ha de estar actualizada y ofrecer respuestas rápidas a las consultas realizadas.
- ❑ No se emitirán opiniones personales y la línea editorial estará alineada con la del sitio web oficial.
- ❑ El lenguaje utilizado no debe ser ni demasiado coloquial ni demasiado formal sino un lenguaje que aliente al usuario a establecer un vínculo más cercano. Se seguirán las recomendaciones de usos lingüísticos del fascículo de Aspectos de Comunicación.
- ❑ Generar contenidos útiles que despierten el interés de los potenciales seguidores. Un contenido carente de interés no generará recurrencia ni conocimiento valorable.
- ❑ Responder a los comentarios de los ciudadanos lo más rápido posible y dentro del mismo espacio donde se haya realizado la pregunta.
- ❑ Más que remitir notas de prensa, este canal será un espacio para la interacción con el ciudadano, para la resolución de dudas y recepción de sugerencias.
- ❑ Evitar las censuras para garantizar que no se dañe la imagen de la institución. En caso de problemas, entablar conversaciones privadas con el usuario para que se sienta escuchado y no ignorado y desestimado.
- ❑ Mostrar los términos y condiciones de uso para en base a ello y ante determinados casos poder eliminar comentarios inapropiados.
- ❑ Utilizar la opción de página oficial.
- ❑ Las cuentas serán dadas de alta y administradas por los servicios técnicos o por los gestores de contenidos del Ministerio u organismo.
- ❑ La gestión de los comentarios corresponderá al servicio promotor del alta de la página: Dirección General, Gabinete de Prensa, etc. Los comentarios y respuestas los harán con el nombre de la página y no con su perfil personal.
- ❑ Almacenar las respuestas a las consultas y quejas para reutilizarlas en caso de que se repitan.
- ❑ Todos los funcionarios públicos están sujetos a términos y condiciones incluidos en el Código de la Función Pública.
- ❑ Observar las mismas conductas que en la atención a los ciudadanos por otros canales: integridad, honestidad, objetividad e imparcialidad y las normas de comportamiento que se esperan de un servidor público.



- ❑ Incluir en el portal web una página con todas las referencias a las redes sociales (por ejemplo:
<http://www.mjusticia.gob.es/cs/Satellite/es/1215197775112/Suscripciones.html>)

7.3.1 Infraestructura, plataforma y software

En este punto trataremos las cuestiones sobre infraestructura, plataforma y software para afrontar en buenas condiciones el acceso a las redes sociales, ya que en un futuro próximo el canal de las redes sociales será utilizado regularmente en las relaciones de la administración con ciudadanos, empresas e incluso internamente en las relaciones interadministrativas. Los planes detallados sobre cómo implementar esta nueva forma de relacionarnos con los ciudadanos variarán mucho según los departamentos por las diferencias existentes en cuestiones de infraestructura tecnológica.

Hay que decidir qué áreas van a empezar a corto plazo a utilizar estos canales, con el correspondiente análisis coste/beneficio/riesgo y definir los requisitos, para ello habrá que implicar a diversas áreas de la organización: recursos humanos, centro promotor, tecnologías, seguridad, asesoría jurídica. Las decisiones deberán ser tomadas al más alto nivel pues hay cambios significativos a acometer e implicaciones importantes, incluidas las legales. Hay que determinar qué empleados públicos van a utilizar las redes sociales en su ámbito laboral y cómo deben utilizarlas.

Es conveniente hacer un esfuerzo en materia de formación de los empleados públicos sobre el uso adecuado de Internet y las redes sociales explicándoles las limitaciones y los riesgos potenciales, así como establecer los diferentes perfiles implicados: desarrolladores, productores de contenidos, editores, revisores de los contenidos, evaluadores, etc.

Hay que tener en cuenta que en el uso de las redes sociales nos estamos basando en servicios web del sector privado (Facebook, Twitter) para propósitos públicos, por lo que debemos garantizar especialmente la información y protegernos frente a posibles ciberataques.

Hay que considerar alternativas a las restricciones técnicas que se pusieron en marcha por parte de algunos departamentos para evitar el acceso a los sitios de las redes sociales ante la posibilidad de uso indebido por parte de los empleados públicos. Algunas de las restricciones existentes actualmente van a tener que ser relajadas para que no impidan el desarrollo legítimo de Internet y las redes sociales como nuevo canal de comunicación con los ciudadanos y las empresas en el ámbito laboral.



Las futuras aplicaciones web corporativas deben en lo posible ser independientes del navegador. En las organizaciones que arrastran el uso de versiones antiguas de navegadores porque son utilizados en ciertas aplicaciones web importantes para la organización, hay que tener en cuenta que estas versiones antiguas carecen de los mecanismos de seguridad ante ataques que poseen las últimas versiones. No soportan tecnologías tales como HTML5 cada vez más utilizadas al poner en marcha redes sociales y algunos de los plug-in propietarios que conllevan (JavaScript, ActiveX, Adobe Flash) implican riesgos en la seguridad, o no cumplen con los estándares de neutralidad tecnológica.

Para poner en funcionamiento el uso de las redes sociales debemos preparar nuestras instalaciones para ir hacia HTML5 e incorporar controles en las arquitecturas y otros controles de seguridad combinados con un enfoque proactivo a la aplicación de los parches de seguridad. Una opción es un enfoque de seguridad basado en roles o en segmentación por usuario, dando acceso a determinados sitios a los que lo necesitan realmente para desempeñar sus funciones. En todo caso será necesario reevaluar los riesgos y las vulnerabilidades y considerar el impacto y hacer las modificaciones en los sistemas de información y en las comunicaciones con otros sistemas.

Por razones de ancho de banda, accesibilidad y seguridad, nuestras organizaciones establecen bastantes restricciones a su uso tanto internamente como al conectarnos a través de intranets o Internet. Sin embargo cada vez hay más demanda de estos recursos para: formación, seminarios web, videoconferencia...

Además de los cambios en la infraestructura, en nuestras plataformas y en el software, hay otras implicaciones que hay que considerar como por ejemplo en los servicios de asistencia (Help-Desk). También es posible que haya que realizar cambios en los contratos que tenemos con nuestros proveedores.

R Recomendado

- Adaptar nuestras plataformas e instalaciones para la utilización de las redes sociales por aquellos empleados que se hayan determinado a los que se dará la formación correspondiente.
- Hacer un estudio detallado en materia de seguridad de manera que se permita el uso a los empleados que desempeñen puestos relacionados con las redes sociales sin poner en riesgo nuestras instalaciones.
- Implementación de help desk si es necesario.
- Utilizar la versión más moderna que sea posible del navegador de Internet y si es posible también un sistema operativo moderno.
- Asegurar que, en la medida de lo posible, todas las aplicaciones web corporativas son independientes del navegador.

- ❑ Actualizar o revisar la configuración de los *gateways* de las web corporativas.
- ❑ Aumentar el ancho de banda para permitir el mayor consumo que requiere esta tecnología.

7.3.2 Privacidad en las redes sociales

Las redes sociales están cada vez más presentes en nuestra vida cotidiana. Pero hasta ahora las medidas de autorregulación se han evidenciado insuficientes para preservar la privacidad de la ciudadanía y fomentar a la vez el potencial de innovación y de crecimiento económico que representan el Internet actual y las redes sociales. En este sentido, resultará útil tener claras unas pautas de actuación en estas plataformas por lo que a la privacidad se refiere:

R Recomendado

- ❑ Tomar las medidas necesarias en materia de privacidad y protección de datos personales.
- ❑ Los encargados de gestionar contactos y de la publicación de contenidos contarán con pautas claras al respecto.
- ❑ Disponer de la autorización de terceras personas que aparezcan en las imágenes o de propiedad de dichas imágenes.
- ❑ Conocer la política de las redes sociales respecto a la propiedad y explotación de la información que se publica en ellas.
- ❑ Conocer y asumir las responsabilidades inherentes al medio, por ejemplo, etiquetar fotografías de una tercera persona sin su consentimiento vulnera el derecho a la propia imagen.
- ❑ Se debe procurar la identificación de los usuarios para evitar el anonimato en las redes sociales (identidad cívica).
- ❑ Evitar trabajar directamente con el identificador y la contraseña de las diferentes aplicaciones de redes sociales para la administración óptima de estas cuentas, la adecuada protección de datos y la transferencia de responsabilidad y de control.

7.3.3 Analizar la presencia en las redes sociales

Medir la actividad que se lleva a cabo en la Red es siempre importante para conocer la evolución de los esfuerzos dedicados a esta tarea. En el mundo de las redes, que es tan cambiante, las métricas son necesarias para poder hacer un seguimiento de lo que se hace y evaluar y medir qué impacto tiene, en este caso, la presencia de la Administración en este entorno y qué beneficios aporta a la ciudadanía.



Se necesitan unos indicadores básicos del rendimiento de las Redes sociales. Se contabilizarán las cuentas oficiales abiertas en las redes sociales para cada Departamento y organismo. Cada Departamento u organismo recabará de las diferentes plataformas en las que está dado de alta. Se procurará siempre que sea posible, hacerlo de forma automatizada mediante las interfaces de programación de aplicaciones (application programming interface, API) y los agregadores (*feeds*) de las diferentes redes sociales. Los gestores de las diferentes cuentas, deben introducir aquellos datos que no se pueden automatizar, mediante un formulario, como son las consultas y las incidencias resueltas a través de las redes.

Se regulará el envío al Consejo Superior de Administración Electrónica por parte de las Subsecretarías de los datos de todas sus cuentas oficiales en las redes sociales. El Consejo agregará esta información recibida para elaborar un informe anual del uso de las redes en la AGE que se publicará en el Portal de la Administración electrónica <http://www.administracionelectronica.gob.es/> y que servirá para evaluar la efectividad del uso de las redes sociales en la AGE y el cumplimiento de los objetivos prefijados.

Una vez recogidos todos estos datos y extraídos los indicadores que interesen, se deberán relacionar con los datos de otros canales (web, teléfono, correo electrónico...) para poder comparar el impacto que tienen unos y otros. Por último, sería interesante poder relacionar el conjunto de datos con los objetivos de trabajo de la organización y para ver si se han cumplido. Además, la información obtenida ayudaría, por ejemplo, a prever actuaciones y a planificar campañas futuras.

Para homogeneizar la información se recogerán los siguientes indicadores:

- **Conversación:** mide el grado de diálogo que la Administración General del Estado mantiene con la ciudadanía en las diferentes redes sociales.
- **Amplificación:** recoge la difusión que hacen de los contenidos de la Administración General del Estado las personas que forman parte de la red relacional.
- **Acción:** indica si los contenidos que se comparten en las redes motivan que las personas actúen.
- **Interacciones:** muestra de manera global la relación entre una cuenta y su audiencia.
- **Aceptación (applause):** cuantifica el grado de satisfacción. Audiencia en Facebook (acumulado); Interacciones en Twitter.

7.3.4 Imagen institucional en las Redes sociales

Ver el fascículo de Imagen institucional de esta Guía de Comunicación Digital



7.3.5 Facebook

Facebook es la mayor red social del mundo con más de novecientos millones de usuarios activos. Esta red social constituye una plataforma para comunicarnos con otros usuarios. Mediante la creación de un perfil personal se puede compartir información, fotos, vídeos y enlaces o añadir a otros usuarios como amigos, enviar mensajes entre los miembros o establecer chats.



La extensión de Facebook y su número de usuarios activos la convierten en una plataforma adecuada para transmitir información a una audiencia amplia, así pues tiene sentido que la Administración General del Estado esté presente en ella.

Un perfil lo tienen las personas que a título individual se dan de alta en Facebook permite tener una Lista de amigos que el propietario de la cuenta agrega en base a invitaciones o mediante búsqueda de usuarios registrados. El Muro es un espacio en cada perfil de usuario que permite que los amigos escriban mensajes para que el usuario los vea. Sólo es visible para usuarios registrados. Permite ingresar imágenes y poner cualquier tipo de logotipos en tu publicación.

Grupos y páginas: Se trata de reunir personas con intereses comunes. En los grupos se pueden añadir fotos, vídeos, mensajes, etc. Un Grupo lo crea un usuario y las personas que se añaden pueden tener roles diferentes: administrador, vocal y miembro. Los grupos pueden ser públicos, privados o secretos. Las páginas, se crean con fines determinados y a diferencia de los grupos no contienen foros de discusión, ya que están encaminadas hacia marcas o personajes específicos y no hacia ningún tipo de convocatoria. Las páginas se gestionan directamente desde la interfaz de Facebook. Se darán permisos de administradores de la página a los usuarios que deban editar la información e introducir contenidos. Facebook se reserva la potestad de ordenar (y en algunos casos cerrar) los Grupos y las Páginas que no se ciñan a los criterios establecidos.

Las páginas de Facebook son la opción adecuada para tener presencia en esta red social como un departamento u organismo de la Administración Pública, además es la opción más conveniente porque Facebook atribuye un carácter diferencial a las organizaciones de todo tipo para distinguirlas de los perfiles personales.

Las páginas de Facebook tienen una serie de características que permiten monitorizar lo que sucede en la Red y disponen de estadísticas completas de las relaciones y actividades que suceden en este espacio. Además las páginas de Facebook de los diferentes departamentos y sitios de la AGE se pueden personalizar con la imagen institucional.



Apariencia corporativa desde Facebook



Obligatorio

- ❑ Mantener la cuenta actualizada continuamente.
- ❑ No mantener páginas que correspondan a una estructura organizativa anterior.
Por ejemplo:
<http://es-es.Facebook.com/pages/Ministerio-de-Cultura/24734522764>
- ❑ Identificar la página principal del perfil con el logo del Ministerio (ver fascículo de Imagen institucional).
- ❑ Poner un icono de suscripción a las redes sociales en la página de inicio del portal arriba a la derecha o junto a la caja del Buscador o en un lugar visible sin hacer scroll.
- ❑ Poner las direcciones con un nombre reconocible, aunque no se respete la ortografía puesto que no todos los navegadores interpretan tildes o caracteres especiales de la misma manera (por ejemplo, <http://es-es.Facebook.com/pages/Ministerio-del-Interior-de-Espa%C3%B1a/104315012936884> no es fácilmente interpretable)
- ❑ Cuando como consecuencia de reestructuraciones organizativas nuestro Departamento cambie de nombre se deberá también cambiar el nombre en la página de Facebook. La Secretaría de Estado de Comunicación ha negociado con la compañía Facebook para que se pueda cambiar el nombre a la página sin ser necesaria la migración de los *followers*. Cuando se produzca esta circunstancia se debe contactar con la Secretaría de Estado de Comunicación indicando el Real Decreto o la legislación que establece el cambio de nombre. Manteniendo la personalidad jurídica y ellos se encargarán de realizar las gestiones ante la compañía Facebook.



Recomendado

- ❑ Publicar en Facebook información procedente de fuentes propias:



- Publicación de nuevas entradas en el blog corporativo.
 - Eventos relacionados con la institución.
 - Publicación de nuevos vídeos, fotos, presentaciones, etc.
 - Novedades de la web, nuevas secciones, publicaciones.
- Utilizar las funcionalidades de privacidad en caso de que se quiera controlar quien ve la información en la cuenta.
 - Asociar la cuenta a una dirección de correo institucional.
 - Publicar los contenidos con una periodicidad determinada en función del tipo de actividad de la cuenta.
 - Para hacer más visibles las cuentas de Facebook de la Administración General del Estado, los gestores de las páginas de los diferentes departamentos u organismos deben hacerse seguidores con el objetivo de hacer difusión de la imagen oficial de las páginas de Facebook de la solución corporativa.
 - El administrador gestionará quién puede escribir en el muro de la página: sólo él, sólo los admiradores o todos, aunque lo mejor es que sólo el administrador pueda escribir en el muro.
 - Los seguidores podrán hacer comentarios en los mensajes publicados, ya que se trata de contenido abierto.
 - Se debe responder a los comentarios lo antes posible, dentro del mismo espacio donde se haya producido la pregunta o consulta. Es aconsejable agradecer al usuario su participación y añadir los contenidos complementarios necesarios.
 - Si el comentario es inapropiado o impertinente, habrá que buscar la manera adecuada de responder al usuario educadamente, enlazando información o redireccionando a otras webs que puedan ofrecer una respuesta adecuada, en su caso.
 - Responder de forma corporativa, es decir, en nombre de la página y no del perfil de administrador (hay que tener cuidado porque en Facebook es fácil confundirse).
 - Podemos clasificar los comentarios en:
 - Formulación de preguntas, dudas y solicitudes.
 - Críticas: en los casos de crítica constructiva en Facebook, se responderá públicamente en el apartado de comentarios, que es el único espacio donde los usuarios pueden escribir sus mensajes. Si la crítica es negativa, habrá que analizar la queja y responder de forma constructiva.
 - Propuestas y sugerencias.
 - Agradecimientos por el contenido.
 - Debate sobre la pregunta.

- ❑ En todos los casos la respuesta a los comentarios debe coordinarse con la unidad responsable de la información en cuestión y si procede se puede comunicar de manera privada con un correo electrónico si el usuario necesita más información.
- ❑ Se recomienda guardar en un archivo todas las consultas y quejas porque pueden resultar útiles para otras ocasiones.

R Recomendado Accesibilidad

- ❑ Utilizar la versión móvil [m.Facebook.com](https://m.facebook.com).
- ❑ Atajos de teclado: Facebook tiene algunos atajos de teclado disponibles adicionales.
- ❑ Subtítulos de fotos: las descripciones de la foto son de ayuda para usuarios de lectores de pantalla y se pueden añadir mediante el uso de la opción 'Agregar un título' debajo de una imagen.
- ❑ Los puntos de referencia de ARIA: el sitio web de Facebook cuenta con el apoyo de WAI-ARIA y permite a los lectores modernos de la pantalla saltar entre las secciones del sitio web.

7.3.6 Twitter

Twitter es una plataforma de microblogging que permite enviar mensajes de texto cortos (llamados *tuits*) de hasta 140 caracteres y conversar con los otros usuarios a través de navegadores web o a través de clientes de escritorio y de telefonía móvil publicando micromensajes o siguiendo los que publican otros usuarios o contribuir a un debate más amplio en línea basado en un tema o evento en particular. Las conversaciones se publican en Internet y se construyen redes sociales a partir del seguimiento de los usuarios que nos interesen (*seguidores* o *followers*). Se pueden proteger las conversaciones de una cuenta para que sólo las puedan ver los seguidores de un usuario.



<https://Twitter.com/logo>



Twitter permite agrupar mensajes relacionados con el mismo tema mediante una etiqueta o *hashtag*: se crea con el símbolo '#' seguido de una palabra relacionada con el tema en cuestión. El uso de etiquetas permite recuperar la información de una manera rápida, se pueden buscar y filtrar contenidos por medio de las etiquetas. Además, son un indicador de los temas de más actualidad en Twitter. Añadiendo el *hashtag* al *tuit* (da igual el orden) permite publicar la opinión sobre ese tema (ejemplo: #guiaAGE mensaje). Los *trending topics* son las palabras o frases más repetidas en un momento concreto en Twitter, los diez *trending topics* más relevantes se muestran en la página de inicio, pudiendo el usuario escoger el ámbito geográfico que prefiera, mundial o localizado, o personalizadas, en función además de a quién sigue el propio usuario. Los *trending topics* pueden ser *hashtags*.

Otra de las funciones que se permite es la de retransmitir un *tuit* (*retuitear*) de otro usuario que nos parezca interesante. La limitación de 140 caracteres exige concisión, generalmente la estructura es: *Texto* (a modo de titular)+ *enlace acortado* (para ampliar el contenido) + *#hashtag*. Hay que tener presente que una cuenta de Twitter que lleva sin actualizarse seis meses se considera inactiva y puede ser eliminada automáticamente.

Las cuentas de Twitter, por su carácter público, se pueden asociar a otros espacios mediante pequeñas aplicaciones (*widgets*) que permiten integrar información externa en una página web, para promocionarla. Estos *widgets* se pueden usar en:

- Espacios propios: blogs corporativos, webs de departamentos o webs especiales.
- Espacios propios externos: página de Facebook, de otros departamentos, etc.
- Espacios ajenos: posibilidad de integrar el *widget* para que cualquier persona lo pueda añadir a su página, blog, etc.

En el caso de las administraciones públicas, Twitter es una herramienta idónea para informar acerca de nuevos servicios, para referenciar informaciones diversas (de agenda, emergencias, nuevas publicaciones...), para retransmitir eventos, y como herramienta para dialogar y colaborar. Los perfiles de Twitter deben fomentar la comunicación y la interacción con los ciudadanos.



Ejemplos de tuits



Aunque Twitter nació como conversación, no es este el único uso posible y en el caso de las administraciones puede utilizarse como Emisor de mensajes, sin entrar en el diálogo, debate o conversación, para lo que ya están los formatos tradicionales (oficinas de prensa, para periodistas; CAU o ventanillas, para los ciudadanos). Por ello es conveniente limitarse a los siguientes cinco usos:

1) Cita Literal.

Ejemplo: - *Juan Español: "España es un Estado Social de Derecho"*

2) Cita no literal.

Ejemplo: - *El ministro Juan Español confirma que España es un Estado Social de Derecho*

3) Convocatoria.

Ejemplos:

- *Mañana miércoles 14 de enero, a las 12:30, el ministro Juan Español inaugura la Feria de Muestras*
- *Hoy se abre el periodo de veda de caza menor en _____.*

4) Titular de Nota.

Ejemplo:- *Inaugurada la Feria de Muestras Primavera Anual de _____.*

5) Información de utilidad.

Ejemplo: - *Decálogo para preparar la vivienda ante unas vacaciones.*
- *Consejos de la Delegación de Gobierno ante la Operación Salida del Puente de _____.*

En todos los casos, conviene acompañar este breve texto con un link a la noticia (nota original, más extensa. Para ello se cuenta con las aplicaciones online de acortamiento de URLs, que permiten optimizar el máximo de 140 caracteres. No existe un servicio estándar; entre los más usados están:


- <http://goo.gl/>
- <https://bitly.com/>
- <http://is.gd/>
- <http://tinyurl.com/>

Además, es conveniente recordar ocasionalmente que existen otras vías de comunicación directa con las instituciones de que se trate: vía web, teléfono, etc.

Las cuentas de Twitter serán dadas de alta y administrados por los servicios técnicos del departamento u organismo o por los gestores de contenidos, se asociarán a cuentas de correo corporativas genéricas creadas para ese propósito evitando que cuando cambie la persona que lo gestiona haya que hacer traslados de titularidad que siempre son costosos en tiempo y trámites ante la compañía americana (demostración fehaciente de derecho, etc.). Se designa a un usuario que ejerce de administrador.

La denominación de las cuentas de Twitter será representativa del nombre del organismo, de sus siglas, y en todo caso de su carácter oficial. Esto se puede hacer mediante la inclusión de la expresión GOB o cualquier otra que sirva para dicho uso.

Recientemente Twitter ha iniciado un sistema de verificación de cuentas que consiste en

el permiso para la colocación del icono  junto a la dirección de la cuenta. Este icono garantiza que «Quien dice ser, es». Por ahora Twitter no ha establecido un protocolo automatizado para otorgar este distintivo y debe hacerse de forma directa, caso a caso, y mediante el envío de solicitud y documentación por fax a Twitter, Inc. c/o: Trust & Safety 1355 Market St., Suite 900 San Francisco, CA 94103 Fax: 1-415-222-9958. Twitter se reserva derecho a decidir si acepta los argumentos aportados y por tanto la verificación de la cuenta. El procedimiento consiste en hacer llegar a la dirección indicada la siguiente documentación:

- Solicitud por escrito en inglés (no existe un formato predeterminado).
- Ficha descriptiva de la cuenta de Twitter que se desea verificar, con copia de la dirección de mail que la tiene registrada y, en su caso, pantallazos que demuestran la coherencia entre el sitio web, las cuentas en redes sociales, otras cuentas digitales, y Twitter.
- Copia del último Real Decreto de reestructuración del Gobierno y el ministerio correspondiente en el BOE (Real Decreto 1823/2011, de 21 de diciembre, por el que se reestructuran los departamentos ministeriales) y traducción al inglés de la parte que afecte al ministerio correspondiente.



Obligatorio

- ❑ Utilizar siempre cuentas genéricas y no personales, de tal forma que puedan ser “heredadas” entre distintos equipos, y que permanezcan activas cuando se formen nuevos equipos humanos.
- ❑ Cada cuenta debe estar asociada a un correo diferente, ya que el sistema que utiliza Twitter no permite que una misma dirección de correo esté asociada a varias cuentas.
- ❑ La denominación de las cuentas de departamentos o servicios se forma a partir del nombre propio del ámbito, servicio o marca y añadiendo el sufijo gob.es. El nombre de usuario está limitado a 15 caracteres. @nombreorganismoagegob.es. Por ejemplo: @justiciagob.es
- ❑ A los responsables de este canal se les autorizará y se les proporcionarán los medios necesarios y se les formará sobre las pautas para gestionarlo
- ❑ Las cuentas se personalizarán con la imagen gráfica adecuada (avatar y fondo) de acuerdo con los elementos de imagen institucional.
- ❑ La publicación de los tuits corresponderá al servicio promotor del alta de la página: Dirección General, Gabinete de Prensa, etc.




R Recomendado

- ❑ Establecer los canales internos de provisión de contenidos, las personas encargadas de gestionar el perfil de Twitter deben responsabilizarse de los contenidos que publican en el perfil, de las conversaciones que se deriven y de *retuitear* los contenidos que se consideren relevantes.
- ❑ Establecer normas de comportamiento previas, y comunicarlas a los usuarios de forma clara.
- ❑ Mantener un tono institucional en las comunicaciones.
- ❑ Los *tuits* seguirán la siguiente estructura: texto+enlaceacortado+#hashtag
- ❑ Los *retuits* seguirán la siguiente estructura: Autor+cita+#hashtag
- ❑ Utilizar preferentemente contenidos elaborados exclusivamente para Twitter a partir de información contrastada de la Red que añadan valor al perfil del departamento u organismo, favoreciendo así que el perfil se posicione como filtro de confianza de contenidos de alta calidad. Ejemplos: Anuncios e invitaciones de eventos; Comunicación de incidentes, emergencias y situaciones críticas. Una vez consolidada la actividad en Twitter, se puede automatizar la publicación de *tuits* mediante una sindicación RSS de ciertos contenidos (convocatorias públicas, subvenciones, diarios oficiales, etc.), siempre que no generen un volumen excesivo.
- ❑ Información de otras fuentes
 - Publicación de nuevos *posts* en el blog corporativo.
 - Retransmisión de eventos en directo.
 - Publicación de nuevos vídeos, fotos, presentaciones, etc., en los repositorios de Internet.
 - Convocatorias públicas de procesos de selección.
 - Novedades de la web, nuevas secciones, publicaciones.
 - Notas de prensa publicadas en la web. Cuando se *tuitée* una nota de prensa, conviene redactar de nuevo el titular para este medio y añadir el enlace a la web.
- ❑ Contenidos de interés que se pueden *retuitear*: Contenidos procedentes de fuentes de confianza (pueden ser instituciones o individuos expertos en el eje temático de la cuenta de Twitter), Contenidos publicados por usuarios de reconocido prestigio o Informaciones oficiales.
- ❑ No *retuitear* automáticamente a partir de una palabra clave. El volumen de *retuits* no debe superar el de *tuits* de producción propia, aunque al principio se puede considerar aceptable mantener un equilibrio entre las dos modalidades de publicación, con el objetivo inicial de ir construyendo red.
- ❑ Revisar las novedades 2-3 veces al día y enlazar con los contenidos cuando se estime oportuno



- ❑ Lanzar diferentes *tuits* a lo largo del día y no siempre a la misma hora primando en todo momento la calidad sobre la cantidad de los mismos. En circunstancias normales se recomienda publicar entre 1 y 10 *tuits* diarios, excepto cuando se retransmita un evento en directo, en cuyo caso puede ser interesante publicar más *tuits* que permitan a los usuarios seguir los puntos clave del evento, o cuando se informe sobre emergencias, etc.
- ❑ El uso de *Hashtags* se limitará a un máximo de 3 por *tuit*
- ❑ Evitar la publicación automática de *tuits* en Facebook, ya que la redacción es diferente en las dos herramientas.
- ❑ Cuando se crea un perfil de departamento, seguir a otros departamentos y organizaciones relevantes relacionadas con nuestra actividad
- ❑ No seguir a particulares o a cualquier seguidor de nuestra cuenta.
- ❑ Evitar seguidores con contenidos ofensivos o que hagan spam a los que bloquearemos para que no figuren entre los seguidores de nuestro perfil.
- ❑ Tiene que haber un equilibrio entre el número de nuestros seguidores y el de los usuarios a los que seguimos ya que el objetivo es compartir conocimiento de forma bidireccional y crear red social.
- ❑ En caso que se deba responder alguna pregunta, se debe escribir la respuesta teniendo siempre presentes las palabras clave; así la información, que puede ser de utilidad para otras personas usuarias, estará mejor posicionada en Internet y será más fácil de encontrar cuando se haga una búsqueda.
- ❑ Gestionar los contenidos, los comentarios y las respuestas de forma manual, lo que además permite depurar posibles usuarios o contenido no deseado (spam).
- ❑ Las consultas y otras aportaciones de los usuarios que lo requieran, deben responderse de forma constructiva lo antes posible mediante un mensaje directo privado o público si se estima oportuno. En los casos en los que sea necesario proporcionar más información, se puede remitir al interlocutor a una dirección de correo electrónico.
- ❑ Almacenar las respuestas a las consultas y quejas para reutilizarlas en caso de que se repitan.
- ❑ Leer bien los textos que se enlazan y asegurarse de que la fuente es fiable.
- ❑ No enlazar blogs personales, salvo en casos en que la información sea relevante por el contenido, seleccionado con el objetivo del perfil de Twitter de la Administración y no por la opinión, el autor o blogger.
- ❑ Para gestionar las publicaciones se hará siempre desde la aplicación oficial de Twitter, disponible para todos los sistemas operativos móviles, aprovechando la opción multicuenta que ofrece la aplicación.
- ❑ Realizar algún tipo de promoción de la página para aumentar el número de seguidores.



- ❑ Las marcas de Twitter no están limitadas al nombre de Twitter: el logo, *tuit*, el pájaro de Twitter, y cualquier palabra, frase, imagen o designación que identifique el origen de cualquiera de los productos de Twitter. Sobre el uso de las marcas Twitter ver: <https://Twitter.com/logo>
- ❑ Tramitar ante Twitter la verificación de la cuenta para obtener el distintivo 

R Recomendado Accesibilidad

- ❑ En lugar de utilizar el sitio web de Twitter, prueba este www.easychirp.com alternativa accesible.
- ❑ Utiliza la versión móvil de Twitter: m.Twitter.com.

R Recomendado Seguridad

- ❑ USURPACIÓN (Alguien se ha hecho con las contraseñas y está publicando contenido sin autorización del propietario de la cuenta). Denunciar inmediata ONLINE ante el Grupo de delitos telemáticos de la Guardia Civil: <https://www.gdt.guardiacivil.es/webgdt/pinformar.php> e informar a la Secretaria de Estado de Comunicación. La compañía Twitter bloqueará la contraseña y dará la oportunidad de crear una nueva y se borrará el contenido ilegítimo.
- ❑ SIMULACIÓN (Alguien utiliza el logo o nombre oficial, siendo difícil reconocer a primera vista que NO es una cuenta oficial). Realizar queja ante la compañía Twitter a través de la Secretaria de Estado de Comunicación describiendo el problema. La compañía Twitter estudiará si dicha simulación provoca confusión evidente y en ese caso suspenderá la cuenta que simula.
- ❑ DIFAMACIÓN (Alguien difama a personas o colectivos desde una cuenta que imita la cuenta oficial). Consultar con la Abogacía del estado de la institución para que valore si se atenta contra el derecho español. Comunicar a la compañía Twitter el informe de la Abogacía en <https://support.twitter.com/forms/abusiveuses>. La compañía Twitter estudiará si el informe español es coherente con el derecho de California.
- ❑ PARODIA (Alguien utiliza una foto o logo retocado o un nombre parecido al oficial o una descripción paródica sobre el titular de la cuenta oficial. Si se trata de una actuación en el ámbito del humor, aunque pueda ser considerado incomodo o excesivo, la compañía Twitter considera que entra en el ámbito de la libertad de expresión. Se recomienda realizar un seguimiento de dicha cuenta para verificar si sobrepasa los límites anteriormente descritos. La compañía Twitter admite la creación y mantenimiento de cuentas paródicas siempre que sea evidente que lo son.



7.3.7 LinkedIn

LinkedIn es una plataforma de interacción de profesionales, donde pueden intercambiar experiencias para mejorar su praxis laboral. LinkedIn permite a los usuarios crear un perfil profesional en línea, establecer contactos profesionales con otros profesionales e intercambiar mensajes internamente en la plataforma, participar en discusiones sobre determinadas materias de trabajo, seguir los eventos de las organizaciones en la red y buscar trabajo.



El portal permite también crear grupos de interés alrededor de iniciativas o proyectos concretos, hacer o responder preguntas, publicar o buscar puestos de trabajo. Los grupos de LinkedIn pueden ser abiertos o cerrados, a los que se accede por invitación y la privacidad de los contenidos del grupo está garantizada, ya que los grupos no son indexables. LinkedIn es una red de personas y no es conveniente que las organizaciones se abran perfiles personales con la idea de disponer de URL pública del tipo: www.Linkedin.com/in/nombreusuario



Únete a LinkedIn y averigua cómo estás conectado a datos.gov.es gratis.

Obtén información detallada sobre tu red en miles de empresas.

datos.gov.es



Datos.gov.es es el portal de carácter nacional que organiza y gestiona el Información Pública de la Administración General del Estado.

Asimismo, desde este portal se proporciona información general, material noticias de actualidad sobre la reutilización de la información

... más

Publicaciones en blog recientes

Formulario de inscripción en el Encuentro Aporta
13 de jun de 2012

26 de junio Nuevo Encuentro Aporta: iniciativas Open Data en España
[Entrada del portal datos.gov.es en LinkedIn](#)



Recomendado

- Hacer promoción propia del grupo por medio de blog, foros, etc.

- ❑ Automatizar la publicación de contenidos del apartado Noticias mediante *feeds* (vía RSS) de los contenidos publicados en los otros repositorios y redes (principalmente de Twitter, el blog, Facebook, etc.).
- ❑ Publicar manualmente sólo las noticias o informaciones relacionadas con el departamento o servicio para no saturar el canal, así conseguiremos ofrecer a los usuarios de este grupo contenidos más especializados.
- ❑ Se creará en LinkedIn un grupo por departamento u organismo y habrá un administrador-propietario que otorgará derechos de administrador para cada grupo departamental. En cualquier caso, como ocurre en todas las herramientas de redes sociales, el objetivo es fomentar una gestión descentralizada que garantice la viabilidad del sistema. Los usuarios que pertenezcan al grupo recibirán un correo electrónico de aviso automático cada vez que quienes administren publiquen un nuevo tema de debate.
- ❑ Identificar el Grupo con los elementos de imagen institucional.
- ❑ Apartados de un grupo en LinkedIn
 - Resumen. Se recomienda publicar contenidos que aporten un gran valor a partir de los debates completos iniciados en herramientas propias como los blogs.
 - Debates. Foros para debatir temas.
 - Noticias. Publicación para canal de contenidos (feeds).
 - Empleo. Anuncios de trabajo o convocatorias.
 - Subgrupos. Sólo en el caso de que se creen.
 - Gestión del grupo y otros aspectos.

R Recomendado Accesibilidad

- ❑ Si encuentra difícil añadir contactos usando la búsqueda interna de LinkedIn, hacerlo con un buscador de Internet buscando el nombre de la persona, el país y la palabra LinkedIn.
- ❑ Para la identificación correcta de un contacto a través de foto por personas ciegas o con deficiencias visuales, recuerde que los primeros resultados serán los más relacionados con usted y su trabajo.
- ❑ Si se utilizan teléfonos móviles inteligentes utilice “LinkedIn app” que funciona bien con lectores de voz de pantallas.

7.3.8 Tuenti

Tuenti es una red social similar a Facebook pero orientada a un público más joven.



Lanzada en 2006 por un equipo español, cuenta con más de 14 millones de usuarios en todo el mundo (y se estima en que casi un 50% de los mismos se conectan a través de un dispositivo móvil) y tiene un tremendo éxito en España

Los comentarios y recomendaciones hechos acerca de Facebook son válidos aquí también pero debemos tener en cuenta el perfil juvenil de sus usuarios para acercarnos de una manera más informal.

7.4 Contenidos multimedia distribuidos en la web

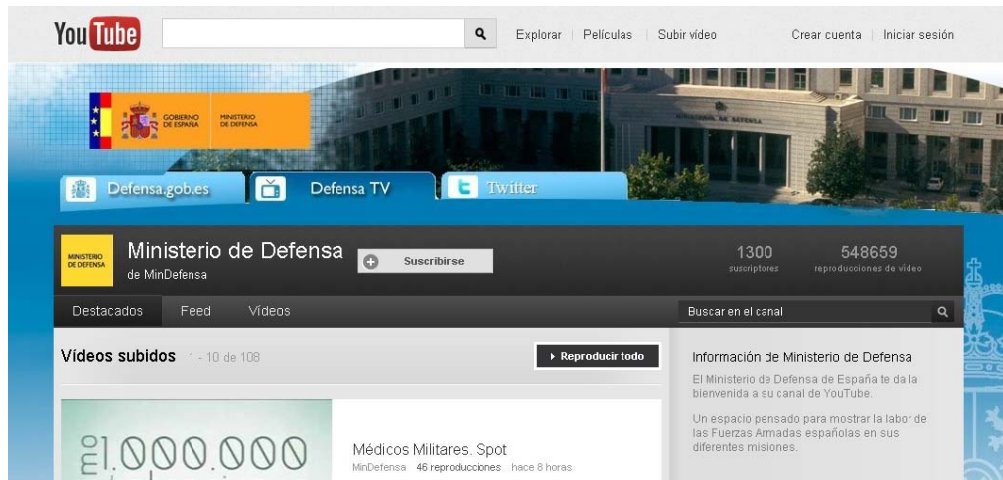
La mejora en el ancho de banda con el que los usuarios, en general, se conectan a Internet ha promocionado la aparición de sitios web dirigidos a albergar contenidos multimedia. En general, estos sitios permiten la aportación de comentarios de los usuarios que generan debates y conocimientos, siendo portales habituales de presentación de contenidos que complementan a otros estáticos o formando unidades comunicativas por sí mismos.

7.4.1 Youtube

YouTube es una plataforma que permite que los usuarios puedan buscar y visualizar, publicar, crear un canal propio y compartir vídeos propios. Se basa en Flash y en HTML5 (lo soportan los navegadores más utilizados). Los enlaces a vídeos youtube pueden ser insertados en sitios web utilizando API o incrustando código HTML. Es idóneo para difundir material audiovisual informativo o didáctico sobre la actividad de los ministerios.



La web de YouTube permite clasificar los vídeos en listas de reproducción y escoger una lista para que se reproduzca o seleccionar un vídeo para que aparezca como destacado en el apartado Vídeos y listas de reproducción. A la hora de publicar un vídeo, es necesario ponerle un título y añadir una breve descripción. Además, conviene rellenar el campo *Etiquetas* con palabras clave que hagan referencia al vídeo en cuestión, para facilitar su búsqueda.



Página de youtube del Ministerio de Defensa

La forma más habitual de integrar este servicio en otros sitios es mediante la incrustación de contenidos en otros medios, como los blogs. Así, quienes leen el blog pueden disfrutar del recurso sin tener que ir a otra web, lo que evita que se pierdan y optimicen el número de clics.

R Recomendado

- ❑ Al editar un vídeo, añadiremos al principio y al final de las imágenes una carátula con el título, la fecha y el organismo responsable y, a continuación, la licencia de propiedad intelectual que se aplica.
- ❑ Si se utilizan músicas, conviene que sean libres de derechos.
- ❑ Se deben tener controlados, asimismo, todos los derechos de las imágenes y citar sus fuentes si es necesario.
- ❑ Etiquetar los vídeos con las palabras clave correspondientes para optimizar su búsqueda.
- ❑ Los canales de Youtube de los diferentes departamentos y Ministerios de identificarán con los elementos de imagen institucional.
- ❑ Abrir canales en Youtube para mejorar el posicionamiento en los buscadores.
- ❑ No vincular la cuenta de Youtube a la de Facebook o Twitter. Es preferible controlar manualmente la difusión de vídeos en otras redes sociales, de forma que el contenido relacionado con lo que publicamos se adapte a cada red.
- ❑ Usar Youtube sólo como medio de difusión de vídeos y no utilizar sus funciones para interactuar con los usuarios, como la mensajería instantánea y el sistema de comentarios. Concentrar estas funciones en las herramientas de redes sociales tales como por ejemplo Facebook. En cada uno de los vídeos que se publiquen marcaremos: *No permitir comentarios, No permitir votaciones sobre comentarios, No permitir respuestas en vídeo y No permitir que se puntúe este vídeo.*

R Recomendado Accesibilidad

- ❑ Sitios web como *Accessible YouTube*, *Easy YouTube* y *Accessible Interface to YouTube* proporcionan sitios web para reproducir vídeos de YouTube con pantallas de lectura fácil.
- ❑ *YouTube app* proporciona un lector de pantalla VoiceOver.
- ❑ Si un vídeo de YouTube se subtitula, un botón "CC" estará disponible en la parte inferior derecha del vídeo. Seleccionando esta opción los subtítulos deben aparecer.
- ❑ YouTube puede subtitular vídeos de forma automática. Después de subir el vídeo seleccione el botón "Procesamiento de solicitudes" del panel de Leyendas y Subtítulos. Los subtítulos se devolverán en 24 horas.
- ❑ El servicio de auto-subtítulos, aunque útil, no siempre es exacto. Aplicaciones en línea como *Overstream* y *CaptionTube* permiten crear y editar los subtítulos.

7.4.2 Flickr

Flickr es un servicio de publicación de fotos en Internet que sirve como repositorio de imágenes.



En Flickr se pueden buscar, almacenar, ordenar, etiquetar, publicar y compartir fotografías y vídeos en alta definición, en línea. Las fotografías se distribuyen bajo licencia Creative Commons y cuenta con versión para móvil.

Es adecuado para difundir vídeos institucionales (un perfil por institución), de eventos, ruedas de prensa, presentaciones, etc., de cada ministerio, distribuidas en diferentes álbumes según la temática. Esta clasificación facilitará la búsqueda de temas y el posicionamiento en los buscadores.

La difusión de los materiales publicados en Flickr tiene lugar a través de las otras redes sociales, como Twitter y Facebook, con el fin de llegar a un mayor número de usuarios.

La forma más habitual de integrar este servicio es mediante la incrustación de contenidos en los blogs corporativos o usando aplicaciones (widgets) que permitan acceder a la galería de Flickr desde el propio blog.

R Recomendado para imágenes

- ❑ Se deberán etiquetar con palabras clave todas las imágenes que se añaden a la cuenta de Flickr para optimizar su búsqueda. Se recomienda clasificar las fotografías en álbumes.

- ❑ Se deberán etiquetar con palabras clave todas las imágenes que se añadan a la cuenta de Flickr para optimizar su búsqueda.
- ❑ Se recomienda clasificar las fotografías en álbumes.
- ❑ Se deben tener controlados, asimismo, todos los derechos de las imágenes y citar la fuente si es necesario.
- ❑ Configurar la cuenta de Flickr para que cumpla exclusivamente la función de repositorio de imágenes.
- ❑ Dar de alta con un correo corporativo.

Identificar la cuenta con los elementos de imagen institucional

7.4.3 Slideshare

Esta herramienta permite buscar, almacenar, compartir y publicar diapositivas, presentaciones, documentos de texto y PDF. Sirve para presentar determinadas informaciones de forma más esquemática: formación, gestiones y actividades específicas de un departamento. Permite subir presentaciones y añadir el título, la descripción y las etiquetas, que luego serán visibles desde la web de Slideshare.



Los archivos subidos se convierten en archivos flash para que se puedan ver desde cualquier navegador en Internet. Existe versión para móvil.

SlideShare permite personalizar la página con nuestro avatar de imagen institucional. Las medidas de la imagen son de 100 x 100 píxeles.

Las cuentas de Slideshare se crean desde correos electrónicos corporativos. Se puede acceder a los contenidos de Slideshare de nuestra cuenta sin tener que acceder al sitio web de Slideshare y funciona de una manera muy parecida a la lógica de un cliente FTP.

La difusión de los materiales publicados en Slideshare tiene lugar en otras redes sociales, como Twitter y Facebook, con el fin de llegar a un mayor número de usuarios. En el caso de Slideshare no se puede evitar que los usuarios hagan comentarios, pero se aconseja no promoverlos. La única parte de red de la aplicación que se usará será la de suscripción.

Todos los materiales que se publiquen en Slideshare, ya sean presentaciones o documentos, deben estar en formato PDF. Habrá que definir los siguientes parámetros: Título del documento, Etiquetas, Licencia CC correspondiente, Formato de página continua, Definición del fichero con el título del documento y Visualización a página completa.

La forma más habitual de integrar este servicio en otros sitios es mediante la incrustación de contenidos en el blog corporativo. Así, los lectores pueden disfrutar del recurso sin tener que ir a otra web para consultar el contenido, lo que evita que el lector se pierda y se optimiza el número de clics necesarios.

R Recomendado

- ❑ Indicar al principio y al final (si se quiere, también en cada diapositiva o página de documento) la licencia en la que se quiere presentar.
- ❑ Etiquetar las presentaciones y documentos con las palabras clave correspondientes para optimizar su búsqueda.
- ❑ Se deben tener controlados, asimismo, todos los derechos de las imágenes, y citar su fuente si es necesario

7.4.4 Otros canales

PINTEREST es una red social que permite buscar, almacenar, etiquetar, organizar y compartir imágenes. Funciona como un tablero propio o catálogo virtual. Las imágenes se distribuyen bajo licencia Creative Commons y cuenta con versión móvil.

INSTAGRAM es una aplicación gratuita para móvil que permite compartir fotos en las que los usuarios pueden aplicar efectos fotográficos como marcos, colores retro y *vintage* y compartirlas en diferentes redes sociales. Principalmente se utiliza en su versión para móvil.

En **FACEBOOK** Y **TWITTER** también se pueden publicar, etiquetar y crear álbumes para compartir imágenes y vídeos.



7.5 ANEXO I: material de referencia

- GUÍA ABREVIADA DE FACEBOOK. Unidad de Gestión de Contenidos en la Red, Secretaría General Técnica, Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas (2013)

(se puede solicitar por organismos públicos bajo demanda)

- GUÍA ABREVIADA DE TWITTER. Unidad de Gestión de Contenidos en la Red, Secretaría General Técnica, Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas (2013)

(se puede solicitar por organismos públicos bajo demanda)

- GUÍA DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES. Unidad de Gestión de Contenidos en la Red, Secretaría General Técnica, Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas (2013)

(se puede solicitar por organismos públicos bajo demanda)



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE HACIENDA
Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

MEJORA Y MANTENIMIENTO



Guía de Comunicación Digital para la Administración General del Estado



Guía de Comunicación Digital para la
Administración General del Estado:
MANTENIMIENTO



MEJORA CONTINUA DEL SITIO WEB	3
9. MEJORA Y MANTENIMIENTO	3
9.1. REVISIONES PERIÓDICAS.	4
9.2. ESTADÍSTICAS DE USO	5
9.2.1. MÉTRICAS	5
9.2.2. ANÁLISIS DE LAS MÉTRICAS	9
9.3. APORTACIONES DE LOS USUARIOS(<i>FEEDBACK</i>)	10



MEJORA CONTINUA DEL SITIO WEB

9. MEJORA Y MANTENIMIENTO

En la Guía de Comunicación Digital para la Administración General del Estado hemos abordado cómo construir portales: los *Requisitos antes de tener el sitio web* y los *Contenidos del sitio web*. Una vez que disponemos del sitio web hay que abordar la *Continuidad del sitio web*.

Este octavo fascículo de la Guía de Comunicación Digital de la Administración General del Estado¹ está dedicado a la fase posterior del ciclo de vida de nuestros sitios web, es decir a su mejora y mantenimiento. Si bien los requisitos técnicos presentan una durabilidad más longeva, los requisitos de usabilidad y contenidos en general se deben revisar periódicamente para evitar que el crecimiento natural del sitio degrade dichos requisitos y contenidos.

El mantenimiento de nuestro sitio web al igual que el de cualquier sistema de información es una tarea que hay que llevar a cabo y que es tan importante o más que la puesta en marcha de la web y la elaboración de sus contenidos.

Basaremos la mejora y el mantenimiento de nuestro sitio web en tres vías complementarias:

- **Revisiones periódicas** que realizarán nuestros responsables técnicos y de contenidos, que aportarán el criterio experto y vigilarán el cumplimiento de los requisitos y la actualización en materia de contenidos. Estas revisiones periódicas serán independientes de las revisiones necesarias o puntuales que se realicen por actualización, mejora o corrección de errores en los contenidos.
- Explotación de **Estadísticas de uso** realizadas con herramientas automatizadas que ofrezcan datos objetivos y permitan tomar decisiones sobre la mejora y el mantenimiento siguiendo criterios normalizados.
- Explotación de las **Aportaciones de los usuarios (feedback)**, el análisis de las opiniones y propuestas de los ciudadanos, nos ofrecerán un punto de vista distinto que nos permitirá mejorar nuestra web desde el punto de vista técnico y de los contenidos.

¹ Los fascículos de la Guía de Comunicación digital de la AGE son: Aspectos Generales, Imagen Institucional, Multilingüismo, Accesibilidad, Seguridad, Aspectos de Comunicación, Tecnología Web 2.0 y Mejora y Mantenimiento.



9.1. Revisiones periódicas.

La principal vía de mejora y mantenimiento de nuestros sitios web se basará en revisiones periódicas cuya frecuencia será determinada por los responsables de la web de acuerdo a sus características: diaria, semanal, mensual, trimestral, anual, o simplemente cuando sea preciso sin determinar el periodo.

Además de estas revisiones se realizarán de modo puntual aquellas que sean precisas cuando se detecten necesidades de actualización, mejora o corrección de errores en los contenidos.

Tanto los responsables técnicos como de contenidos deberán tener en cuenta las recomendaciones realizadas en esta Guía ya sean de legibilidad, imagen institucional, multilingüismo, accesibilidad, seguridad, usabilidad y aspectos de comunicación.

La revisión de contenidos debe incluir:

- Legislación vigente, asegurando la concordancia de nuestros contenidos.
- Enlaces, asegurando que todos los enlaces a disposición de cualquier usuario siguen conduciendo a la información deseada.
- Test de accesibilidad.
- Test de seguridad
- Correos electrónicos y canales de contacto, certificando que están vigentes.
- Nombres de Ministerios y Organismos y, en general, que la imagen institucional se corresponde con la actual, así como las responsabilidades de cada uno.
- Niveles de profundidad, manteniendo un árbol de contenidos ágil y no muy profundo (a ser posible inferior a 5 niveles). Es recomendable, si no se puede eliminar contenido, mantener un árbol “ancho” a un árbol “alto”. Es decir, con más páginas a primer nivel.
- Adecuación de contenidos, preguntando a los responsables propietarios de los contenidos cuando corresponda, si los contenidos que hemos alojado (o enlazado) en nuestro portal siguen vigentes
- Cumplimiento del manual de imagen institucional y ausencia de mensajes no apropiados.

Nos puede resultar útil ejecutar auditorías guiadas con las checklists ofrecidas como anexo a esta guía, que pueden valer como referencia pero deben adaptarse a cada situación concreta de una manera más específica.



R Recomendado

- ❑ Realizar una revisión de contenidos con la frecuencia programada por los responsables de la web de acuerdo a sus características.
- ❑ Ejecutar estas revisiones por el personal encargado de la gestión o coordinación de los sitios web, que propondrán a los responsables de los contenidos la modificación o actualización de dichos contenidos, cuando sea necesario.

9.2. Estadísticas de uso

Las estadísticas de acceso nos aportan información objetiva sobre la relevancia de nuestro sitio web y nos ayudan a interpretar la estrategia de gestión de comunicación conforme a las necesidades de usuario.

El objetivo principal de un estudio estadístico es conocer la relevancia de nuestros contenidos, ya sea para conocer los intereses del público, ofrecer los más visitados a primer nivel o relegar (incluso eliminar) los menos demandados.

La información que se puede obtener de un servidor es muy amplia y corremos el riesgo de intentar abarcar demasiado por lo que conviene definir qué queremos saber para realizar las mediciones convenientes, por lo que debemos usar una estrategia normalizada.

9.2.1. Métricas

Las métricas estándar propuestas por la DAA (Digital Analytics Association) para un universo estadístico relevante de un sitio web son:

- **Página:** Unidad de contenido.
- **Páginas vistas:** número de páginas que se han visto. El número total de páginas vistas se cumplimentará entendiendo por página el documento al que se accede desde una dirección y que puede contener texto, imágenes u otros elementos. Cuando la página está formada por varios marcos, el conjunto de los mismos tendrá, a efectos de cómputo, la consideración de página unitaria.
- **Visitas:** Es el recorrido que un usuario realiza por un sitio web dado, accediendo a una o más páginas de dicho sitio. Una visita puede ver una o varias páginas. A partir de esta métrica se podrán calcular otras como páginas vistas por visita, duración media de la visita, etc.



- **Visitantes únicos:** individuos que han visitado un sitio Web, un visitante puede generar una o varias visitas, siempre estará asociado al periodo de tiempo que se estudie. Se refiere a los usuarios desde IPs únicas que entran a un sitio web en un tiempo determinado (hora, día, semana, mes o año), es decir, cuenta el número de visitantes que no se repiten. El Sistema de información REINA toma como referencia la media de visitas únicas mensuales.
- **Popularidad:** número de enlaces a la página desde otras webs en la fecha de referencia.
- **Relevancia o Page Rank** de un sitio o página web en la fecha de referencia, este indicador mide la relevancia de nuestra página teniendo en cuenta la popularidad de las páginas que tienen enlaces a la nuestra y la presencia en buscadores. Es un valor entre 1 y 10. Google proporciona la funcionalidad "Page Rank". Otros buscadores ofrecen este indicador calculado con sus propios algoritmos. El Sistema de información REINA toma como referencia el Page Rank de Google.
- **Nueva visita:** visitantes únicos que visitan por primera vez la página en el periodo de tiempo estudiado.
- **Visita recurrente:** visitantes únicos que han visitado la página varias veces en el periodo estudiado.
- **Página de Entrada:** primera página de una visita.
- **Página de Salida:** última página de una visita.
- **Duración de la visita:** tiempo que ha estado una visita en el sitio, normalmente se mide con la última interacción que hace el usuario con la Web.
- **Referencia:** URL de la página desde donde ha venido la visita.
- **Referencia Interna:** URL interna desde donde ha venido la visita.
- **Referencia Externa:** URL externa al sitio desde donde ha venido la visita.
- **Referencia de Búsqueda:** referencia interna o externa de una búsqueda. En el caso externo, para saber si el visitante ha venido de un buscador y qué palabras ha usado para localizar nuestro sitio.
- **Click-through:** número de veces que un enlace ha sido clicado por visitante.
- **Páginas vistas por visita:** número de páginas vistas durante un periodo entre el número de visitas en el mismo periodo.
- **Ratio de Salidas:** número de salidas de una página entre el número de páginas vistas de la página.
- **Rebote:** visitas que consisten en la visualización de una única página.
- **Ratio de Rebote:** visitas que sólo han visualizado una página entre las visitas que han entrado en esta página.
- **Evento:** acción que se ha realizado en una página.



- **Conversión:** objetivo completado por un visitante.
- **Tiempo de carga:** cuanto tiempo tarda la Web en ser ofrecida al visitante.
- **Visitantes con búsqueda:** porcentaje de visitas que han utilizado el buscador.
- **Visitantes sin búsqueda:** el complementario al anterior.
- **Procedencia de los visitantes:** por el idioma o lengua cooficial seleccionado.
- **Términos de búsqueda:** qué términos son los más frecuentes.
- **Navegador:** Navegador que ha generado la visita.
- **Sistema operativo:** Sistema operativo del ordenador de la visita.

Móviles: Acceso desde móviles.

En el caso de las redes sociales recogemos aquí lo expuesto en el fascículo de Tecnologías Web2.0 para evaluar su rendimiento y decidir en su caso algún cambio o mejora.

- **Conversación:** mide el grado de diálogo que la Administración General del Estado mantiene con la ciudadanía en las diferentes redes sociales.
- **Amplificación:** recoge la difusión que hacen de los contenidos de la Administración General del Estado las personas que forman parte de la red relacional.
- **Acción:** indica si los contenidos que se comparten en las redes motivan que las personas actúen.
- **Interacciones:** muestra de manera global la relación entre una cuenta y su audiencia.
- **Aceptación (applause):** cuantifica el grado de satisfacción. Audiencia en Facebook (acumulado); Interacciones en Twitter.

Cada organismo de acuerdo a sus recursos decidirá las métricas que va a explotar.

No obstante se propone un conjunto mínimo de Métricas que nos permitirán contribuir a la mejora y el mantenimiento de nuestra web siguiendo criterios objetivos.

Así mismo nos permitirá disponer de datos homogéneos para poder agregarlos a nivel Ministerial o de toda la Administración General del Estado.

Las siguientes Métricas propuestas se pueden obtener con productos muy utilizados como Open Web Analytics, GoogleAnalytics o WebTrends.



Obligatorio

- **Visitas:** Es el recorrido que un usuario realiza por un sitio web dado, accediendo a una o más páginas de dicho sitio. Una visita puede ver una o varias páginas. A partir de esta métrica se podrán calcular otras como páginas vistas por visita, duración media de la visita, etc.



- ❑ **Visitantes únicos:** individuos que han visitado un sitio Web, un visitante puede generar una o varias visitas, siempre estará asociado al periodo de tiempo que se estudie. Se refiere a los usuarios desde IPs únicas que entran a un sitio web en un tiempo determinado (hora, día, semana, mes o año), es decir, cuenta el número de visitantes que no se repiten. El Sistema de información REINA toma como referencia la media de visitas únicas mensuales.
- ❑ **Páginas vistas:** número de páginas que se han visto. El número total de páginas vistas se cumplimentará entendiendo por página el documento al que se accede desde una dirección y que puede contener texto, imágenes u otros elementos. Cuando la página está formada por varios marcos, el conjunto de los mismos tendrá, a efectos de cómputo, la consideración de página unitaria.
- ❑ **Popularidad:** número de enlaces a la página desde otras webs en la fecha de referencia.
- ❑ **Relevancia o Page Rank** de un sitio o página web en la fecha de referencia, este indicador mide la relevancia de nuestra página teniendo en cuenta la popularidad de las páginas que tienen enlaces a la nuestra y la presencia en buscadores. Es un valor entre 1 y 10. Google proporciona la funcionalidad "Page Rank". Otros buscadores ofrecen este indicador calculado con sus propios algoritmos. El Sistema de información REINA toma como referencia el Page Rank de Google.

R Recomendado

- ❑ **Página de Entrada:** primera página de una visita.
- ❑ **Página de Salida:** última página de una visita.
- ❑ **Duración de la visita:** tiempo que ha estado una visita en el sitio, normalmente se mide con la última interacción que hace el usuario con la Web.
- ❑ **Referencia:** URL de la página desde donde ha venido la visit
- ❑ **Referencia de Búsqueda:** referencia interna o externa de una búsqueda. En el caso externo, para saber si el visitante ha venido de un buscador y qué palabras ha usado para localizar nuestro sitio.
- ❑ **Click-through:** número de veces que un enlace ha sido clicado por visitante.
- ❑ **Páginas vistas por visita:** número de páginas vistas durante un periodo entre el número de visitas en el mismo periodo.
- ❑ **Ratio de Salidas:** número de salidas de una página entre el número de páginas vistas de la página.
- ❑ **Rebote:** visitas que consisten en la visualización de una única página.
- ❑ **Evento:** acción que se ha realizado en una página.
- ❑ **Conversión:** objetivo completado por un visitante.



- ❑ Tiempo de carga: cuanto tiempo tarda la Web en ser ofrecida al visitante.
- ❑ Visitantes con búsqueda: porcentaje de visitas que han utilizado el buscador.
- ❑ Términos de búsqueda: qué términos son los más frecuentes.
- ❑ Navegador: navegador que ha generado la visita.
- ❑ Sistema operativo: sistema operativo del ordenador de la visita.
- ❑ Relevancia: popularidad de un sitio de la página web en la fecha de referencia, teniendo en cuenta la popularidad de las páginas que tienen enlaces a la nuestra. Es un valor entre 1 y 10 conforme al algoritmo Page Rank.
- ❑ Móviles: acceso desde móviles.

9.2.2. Análisis de las Métricas

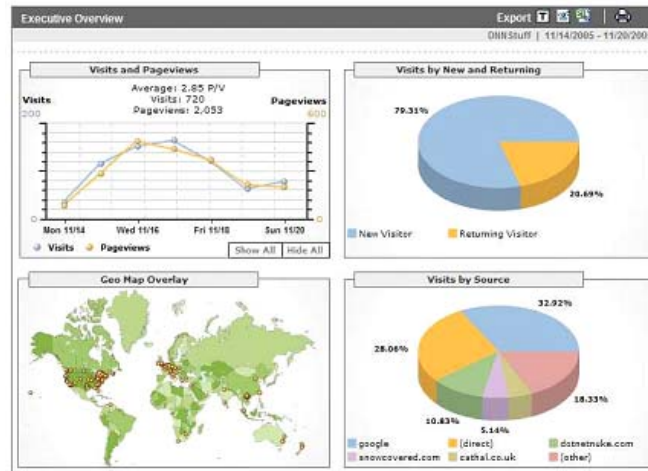
Un portal web no es más que un medio de comunicación por lo que es vital contar con un barómetro de la audiencia que nos guíe a la hora de captar el *feedback* de los usuarios. Es por ello importante el uso de herramientas que permitan la explotación de las métricas y, tan importante o más, que las métricas y los conceptos que representan estén normalizados para que puedan compararse.

Existen muchas y diferentes herramientas para el estudio de estadísticas en el mercado, amén de desarrollos a medida para cada sitio web. Entre las más conocidas aparecen:

- ❑ Open Web Analytics <http://www.openwebanalytics.com/>
- ❑ Google Analytics <http://www.google.com/intl/es/analytics/>
- ❑ Webtrends <http://webtrends.com/>

En general, las herramientas de estadísticas leen ficheros *logs* o directamente campos escritos con tal fin, lo que se consigue mediante la inserción de código en todas las páginas. Es sencillo programar las plantillas de los gestores de contenido para que incluyan dicho código pero se deben tener siempre en cuenta las recomendaciones de creación y sobre todo las expuestas en el fascículo de Seguridad de esta Guía de Comunicación Digital.

Una vez definido el universo completo de búsqueda, cada usuario podrá definir qué métricas concretas estudiar para deducir la información relevante en su trabajo, por ejemplo, los responsables de sistemas tendrán más interés en conocer los porcentajes del tiempo de carga mientras que los generadores de contenidos buscarán información más relacionada con el manejo del buscador.



Ejemplo: resultados mostrados por una herramienta de análisis estadístico.

Gracias a este servicio, se conseguirá identificar las necesidades reales del usuario y mejorar así tanto la eficiencia como el sitio y por otro lado, solucionar los problemas relacionados con los accesos a las páginas.

9.3. Aportaciones de los usuarios(*feedback*)

La responsabilidad de prestar un servicio eficiente a los ciudadanos es y será nuestra pero debemos apoyarnos en la potencialidad de las observaciones de nuestros usuarios a la hora de descubrir puntos de mejora.

Dentro de la Parte de Contenidos, en los fascículos de Aspectos de Comunicación y el de Tecnologías Web 2.0, hemos visto cómo establecer contacto con los usuarios de nuestros sitios web, tanto para resolver cuestiones técnicas, como para resolver sus dudas o contestar a sus preguntas sobre la materia a la que se dedica nuestro portal o sede electrónica, ya sea por los Canales de atención más tradicionales o por medio de las redes sociales.

Las estadísticas nos ofrecen una visión cuantitativa de la navegación por nuestro portal pero podemos conseguir la visión cualitativa del mismo a través de los usuarios.

Con las tecnologías actuales, el mejor canal para captar la opinión del ciudadano son las redes sociales. Aún sabiendo que es más habitual criticar que felicitar, tenemos que aprovechar la ventaja que la tecnología ofrece para conocer estas opiniones. En el capítulo dedicado a la Tecnología Web 2.0 ya hemos comentado cómo beneficiarnos de las mismas pero podemos añadir también un formulario de contacto mediante el cual el usuario pueda comentar aspectos sobre la página o, directamente, ofrecerle rellenar una encuesta (Ver fascículo de Aspectos de Comunicación, apartado 6.4 Canales de Atención).



Las encuestas deben orientarse a la consecución de la mejora de nuestro sitio web y las preguntas que planteemos tendrán exclusivamente dicho propósito.

Del mismo modo, es necesario determinar nuestro público objetivo, puesto que nos ayudará a definir las preguntas. Podemos incluir, si es necesario, preguntas sobre edad, sexo, profesión... que nos permitan acotar los resultados, garantizando siempre la confidencialidad y el anonimato para lo cual se recomienda en la medida de lo posible solicitar esta información agrupada (tramos de edad, sector de actividad, nivel de estudios...)

Aunque existen varias páginas que permiten hacer y explotar encuestas de manera gratuita, es normal que los gestores de contenidos incluyan un módulo a medida con esta funcionalidad, por lo que se recomienda utilizar dichos módulos para que la información la gestionemos nosotros.

A la hora de preguntar al ciudadano deberíamos tener presente ciertas reglas:

R Recomendado		
<input type="checkbox"/>	Conviene que las encuestas sean breves, el usuario está dedicando su tiempo.	
<input type="checkbox"/>	Plantear tres o menos encuestas al año para que no se nos perciba como intrusivos.	
<input type="checkbox"/>	Hacer preguntas directas y lo más claras posible (minimizar la posibilidad de ambigüedad).	
<input type="checkbox"/>	Hacer preguntas abiertas sólo en casos puntuales. Son las que más información dan pero también las más difíciles de procesar; si no tenemos un equipo dimensionado adecuadamente, puede resultar extremadamente costoso.	
<input type="checkbox"/>	Agradecer siempre al usuario su participación.	
<input type="checkbox"/>	Ofrecer los resultados para que el ciudadano perciba como útil su aportación.	
<input type="checkbox"/>	Aclarar explícitamente que la información que aporten será utilizada de manera agregada y que se garantiza la protección de los datos personales.	

Además de encuestas ad-hoc, ver el fascículo de Aspectos de Comunicación, apartado 6.4 Canales de Atención, en el que se contempla posibilidad de disponer de un sistema de información a medida para la gestión sistemática de las interacciones con los usuarios e incluso la posibilidad de creación de una sección de Preguntas Frecuentes a partir de las respuestas que elaboramos en el caso de que haya preguntas recursivas respecto al funcionamiento del sitio o de algún aspecto relacionado con los contenidos.





GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE HACIENDA
Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

ANEXO : PERFILES



Guía de Comunicación Digital para la Administración General del Estado



Guía de Comunicación Digital para la
Administración General del Estado.

ANEXO PERFILES



ANEXO: PERFILES.	3
1. REQUISITOS ANTES DE TENER EL SITIO WEB.	4
1.1 TOMA DE REQUISITOS.	4
1.2 ANÁLISIS FUNCIONAL.	4
1.3 DISEÑO, CONSTRUCCIÓN Y PRUEBAS DEL SITIO.	4
1.4 IMPLANTACIÓN DEL SITIO.	5
2. CONTENIDOS DEL SITIO WEB	5
2.1 GENERACIÓN DE CONTENIDOS.	5
3. MEJORA CONTINUA DEL SITIO WEB	6
3.1 MANTENIMIENTO DEL SISTEMA	6
4. ANEXO: RESUMEN DE PERFILES PARTICIPANTES.	7



ANEXO: PERFILES.

Para la gestión adecuada de la Web, la Organización debe contar con los recursos humanos y técnicos necesarios: para que la Web pueda cumplir satisfactoriamente con sus objetivos debe establecerse y documentarse un procedimiento de gestión definiendo las responsabilidades y recursos asignados y asegurar que el portal responde a los requisitos generales de comunicación de la organización a la que pertenece.

En el presente Anexo se detallan las etapas en las que se dividirá el proceso de creación de los sitios así como los perfiles genéricos que van a participar en todo el proceso para su creación.

La definición de perfiles se realizará, por cada Departamento u organismo, en función de los siguientes criterios:

- Misión u objetivo principal del portal.
- Competencias afectadas y órganos titulares de las mismas.
- Compatibilidad e integración con la estructura de atención al ciudadano y el uso de otros canales alternativos.

Con estas premisas, y siguiendo las partes en que hemos dividido esta Guía de Comunicación Digital, podemos definir los perfiles que intervienen en:

1. REQUISITOS ANTES DE TENER EL SITIO WEB

- 1.1. Toma de Requisitos.
- 1.2. Análisis Funcional.
- 1.3. Diseño, Construcción y Pruebas del sitio.
- 1.4. Implantación del sitio.

2. CONTENIDOS DEL SITIO WEB

- 2.1. Generación de contenidos.

3. MEJORA CONTINUA DEL SITIO WEB

- 3.1. Mantenimiento del sistema



1. REQUISITOS ANTES DE TENER EL SITIO WEB.

1.1 Toma de Requisitos.

La toma de requisitos estará desarrollada por el Proveedor de requisitos y el encargado de recogerlos. Este proveedor no se limita a una persona si no que es conveniente que intervengan varios perfiles que puedan aportar requisitos tanto a nivel funcional como de seguridad, accesibilidad, etc., teniendo siempre en mente, a su vez, la base común a todos los sitios apoyada en las recomendaciones de la presente guía.

1.2 Análisis Funcional.

El propósito de este proceso es conseguir la especificación detallada del sistema, a través del catálogo de requisitos y de los modelos para cubrir las necesidades de información de los usuarios y que serán la entrada para el proceso de Diseño del Sistema.

Para este proceso, el perfil participante será el de los Analistas funcionales especializados, los cuales proporcionarán la documentación técnica necesaria para las siguientes etapas.

1.3 Diseño, Construcción y Pruebas del sitio.

Este proceso comprende la creación del sitio en base a todas las recomendaciones incluidas en esta guía, las cuales han sido tomadas a la hora de realizar el análisis funcional del sistema.

Los perfiles que llevarán a cabo esta tarea son los de arquitecto de sistemas para la parte de seguridad e inclusión en el plan de sistemas, así como la implantación cuando sea necesario usar alguna herramienta de base, y los desarrolladores y diseñadores para la creación y programación del sitio

Para concluir este proceso, se realizarán las pruebas del sitio para ver que se cumplan todos los estándares de seguridad, accesibilidad, etc. y, evidentemente, los requisitos definidos antes de su implantación definitiva. Este control será llevado a cabo por control de calidad y testers (además de los propios desarrolladores y encargados de sistemas) para comprobar que se están cumpliendo los objetivos, que el proceso funciona correctamente y que el producto presenta las características adecuadas.



1.4 Implantación del sitio.

El proceso de implantación del sitio es la puesta en producción del mismo y será llevada a cabo por los administradores de sistemas.

Puede ser necesario dar formación del sistema a los usuarios, tareas que conviene que realice, o supervise, el equipo de desarrollo.

2. CONTENIDOS DEL SITIO WEB

2.1 Generación de contenidos.

Tras la finalización de la etapa anterior, se tendrá el esqueleto del sitio web resultante, el cual a partir de ahora será necesario dotar de contenidos para lo cual, serán los Generadores de contenidos los que se encarguen de ello.

Deberemos identificar las personas responsables de generar contenido (ya sea escribiéndolo directamente localizando la información a incluir), Publicador de contenido (responsable de validar el contenido generado y de publicarlo, así como de dónde hacerlo) y el Administrador de contenidos (o encargado de crear y mantener la estructura del árbol de navegación).

Cada uno de los responsables de contenido dirigirá sus esfuerzos para lograr:

- Mantener informadas a las personas relevantes dentro de la organización sobre la evolución de la Web, en términos de comunicación, audiencia y feedback de usuario.
- Asegurar que la información del portal cumple los requisitos de comunicación establecidos por la organización, y también los requisitos legales, tales como las Leyes de Protección de Datos, de Propiedad Intelectual u otros.
- Asegurar que se responde adecuadamente al feedback de los usuarios, por ejemplo quejas, sugerencias o consultas por correo electrónico.

En redes sociales y portales multimedia este trabajo de publicación lo puede hacer un CommunityManager, que se encargará además de saber qué publicar/publicitar conforme a la estrategia de comunicación del correspondiente organismo.



3. MEJORA CONTINUA DEL SITIO WEB

3.1 Mantenimiento del sistema

Una vez puesto en producción el sitio, entra en la etapa de mantenimiento. Esta etapa se divide en:

- **Mantenimiento correctivo-evolutivo:** actualizaciones del software debidas a posibles problemas que presente el sitio y que sea necesario reportar a los responsables de desarrollo para que apliquen parches y corrijan los errores o a los administradores de contenido por posibles contenidos erróneos, correos, direcciones, noticias, etc. o bien a mejoras detectadas o funcionalidades aplazadas. Estas tareas las gestionará el personal dedicado a garantizar la calidad.
- **Revisiones de contenidos** por parte de nuestros responsables de publicación que aportarán el criterio experto y vigilarán la optimización y normalización de los canales de comunicación de la AGE. La revisión de los contenidos será orquestada por los Administradores de contenidos, los cuales decidirán la estructura del árbol de navegación, la posible creación o eliminación de nuevas ramas, etc.



4. ANEXO: Resumen de perfiles participantes.

Es conveniente que se lleve un seguimiento que implique a todos los participantes en cada etapa del proyecto; cuanta más variedad haya en un equipo de trabajo, más rico será el fruto de éste, por tanto se recomienda contar con perfiles específicos y diversos para cada etapa de la creación o evolución del sitio web, aunque la realidad nos dice que esto no es siempre posible y tendremos que adaptar nuestras necesidades a nuestros recursos. Se puede resumir la intervención de los perfiles más significativos en cada etapa con la siguiente tabla:

	Responsable Ejecutivo	Proveedor de Requisitos	Analista Funcional	Arquitecto de Sistemas	Desarrollador / Diseñador	Tester	Administrador de Sistemas	Generador de Contenidos	Publicador de Contenidos	Administrador de Contenidos	Community Manager	Control de Calidad
Antes de tener el sitio Web	X											X
Aspectos generales		X	X		X	X						
Sistemas de Navegación			X		X							
Legibilidad			X		X							
Consideraciones Técnicas		X		X								
Optimizar Web móvil			X		X							
Acceso con Autenticación			X	X	X							
Imagen Institucional			X		X	X						
Logotipos			X		X			X	X	X		
Elementos de imagen			X		X			X	X	X		
Campañas			X		X			X	X	X		
Multilingüismo			X		X	X						
Normativa			X		X							
Accesibilidad			X		X	X						
Normativa			X		X							
Seguridad			X	X	X	X	X					
Contenidos del sitio Web	X											X
Aspectos de comunicación		X				X						
Contenidos					X			X	X	X		
Posicionamientos en Buscadores					X			X	X	X		
Canales de atención				X	X			X	X	X		
Tecnología Web 2.0						X					X	
Generación de Contenidos			X		X			X	X	X	X	
Redes Sociales			X		X			X	X	X	X	
Contenidos Multimedia			X		X			X	X	X	X	
Mejora continua del sitio Web	X											X
Mejora y mantenimiento				X	X	X	X				X	
Revisiones periódicas								X	X	X		
Estadísticas de uso								X	X	X		
Aportaciones de los usuarios								X		X	X	X



Además de estos perfiles de carácter técnico, tendremos a nivel supervisor los perfiles de:

- **Responsable ejecutivo**: será el coordinador general del proyecto. Definirá los objetivos de comunicación del portal, las necesidades y requisitos y asegurará los recursos humanos, financieros y técnicos necesarios para el mantenimiento y gestión adecuados de la web.
- **Responsable general de contenidos**: coordinará la tarea de los responsables de contenidos (puede existir uno por departamento, por ejemplo) y de los responsables técnicos, definirá de manera general qué contenidos debe tener el portal y cómo deben difundirse, así como aprobar y evaluar periódicamente los requisitos de niveles de servicio, calidad, medidas, plazos y costes adecuados. Velará por mantener las especificaciones editoriales y de estilo para los contenidos.
- **Responsables técnicos**: Garantizarán la explotación eficaz de la web determinando, adquiriendo y contratando los recursos técnicos adecuados para la explotación de la Web (verificar que el servicio ISP/hosting cumple con los estándares acordados de nivel deservicio) y asegurando que la Web funciona adecuadamente en los distintos tipos de ordenadores, navegadores y tipos de conexión.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE HACIENDA
Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

ANEXO: NORMATIVA



Guía de Comunicación Digital para la Administración General del Estado



Guía de Comunicación Digital para la
Administración General del Estado:
ANEXO NORMATIVA



ANEXO: NORMATIVA.

Tema	Norma
REGULACIÓN WEB	<u>Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal</u>
	<u>Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el REGLAMENTO de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de datos de carácter personal.</u>
	<u>Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones</u>
	<u>Orden PRE/1716/2011, de 9 de junio, por la que se publica el Acuerdo de Consejo de Ministros de 29 de abril de 2011, por el que se aprueba el Plan de fomento para la incorporación del protocolo IPv6 en España.</u>
	<u>Ley de Medidas para el Impulso de la Sociedad de la Información (LMISI). Ley 56/2007, 28 de diciembre de 2007</u>
	<u>Ley de acceso electrónico de los ciudadanos a los Servicios Públicos (LAECSP). Ley 11/2007, 22 de julio de 2007</u>
	<u>Real Decreto 1671/2009, de 6 de noviembre, por el que se desarrolla parcialmente la Ley 11/2007, de 22 de junio, de Acceso electrónico de los ciudadanos a los Servicios Públicos</u>
	<u>Orden PRE/878/2010, de 5 de abril, por la que se establece el régimen del sistema de dirección electrónica habilitada previsto en el artículo 38.2 del Real Decreto 1671/2009, de 6 de noviembre</u>
	<u>Ley 37/2007, de 16 de noviembre, sobre reutilización de la información del sector público</u>
	<u>Real Decreto 1495/2011, de 24 de octubre, por el que se desarrolla la Ley 37/2007, de 16 de noviembre, sobre reutilización de la información del sector público, para el ámbito del sector público estatal</u>



ACCESIBILIDAD

Ley 34/2002 de 11 de julio , de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico Disposición adicional quinta. Accesibilidad para las personas con discapacidad y de edad avanzada a la información proporcionada por medios electrónicos. Uno. Las Administraciones Públicas adoptarán las medidas necesarias para que la información disponible en sus respectivas páginas de Internet pueda ser accesible a personas con discapacidad y de edad avanzada, de acuerdo con los criterios de accesibilidad al contenido generalmente reconocidos, antes del 31 de diciembre de 2005.

Ley 51/2003, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.

El Artículo 2, "c) Accesibilidad universal: la condición que deben cumplir los entornos, procesos, bienes, productos y servicios, así como los objetos o instrumentos, herramientas y dispositivos, para ser comprensibles, utilizables y practicables por todas las personas en condiciones de seguridad y comodidad y de la forma más autónoma y natural posible."

Ley 11/2007, de acceso electrónico de los ciudadanos a los Servicios Públicos

Art. 4 c, Principio de accesibilidad a la información y a los servicios; Art. 6 c, Derecho a la igualdad en los accesos electrónicos a los servicios de las AAPP; Art. 10.3 y 10.5 accesibilidad de las Sedes electrónicas y Disposición Final séptima, obligación de desarrollo reglamentario del art. 4 c. Art. 4c) Principio de accesibilidad a la información y a los servicios por medios electrónicos en los términos establecidos por la normativa vigente en esta materia, a través de sistemas que permitan obtenerlos de manera segura y comprensible, garantizando especialmente la accesibilidad universal y el diseño para todos de los soportes, canales y entornos con objeto de que todas las personas puedan ejercer sus derechos en igualdad de condiciones, incorporando las características necesarias para garantizar la accesibilidad de aquellos colectivos que lo requieran. Plazo: 24 de junio de 2007.

Ley 27/2007, Lenguas de signos españolas. Artículo 14, 4. Las páginas y portales públicos se adaptarán a los estándares establecidos para la accesibilidad de las personas sordas, con discapacidad auditiva o sordo ciegas. Plazo: 25 de octubre de 2009.

Ley 49/2007, de 26 de diciembre, por la que se establece el régimen de infracciones y sanciones en materia de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.

Ley 56/2007, de Medidas de Impulso de la Sociedad de la información. Art 4.18 la accesibilidad páginas web públicas a nivel medio de los criterios de accesibilidad reconocidos (se interpreta Accesibilidad a prioridad 2 de la Norma UNE). «A partir del 31 de diciembre de 2008, las páginas de Internet de las Administraciones Públicas satisfarán, como mínimo, el nivel medio de los criterios de accesibilidad al contenido generalmente reconocidos. Excepcionalmente, esta obligación no será aplicable cuando una funcionalidad o servicio no disponga de una solución tecnológica que permita su accesibilidad.»



ACCESIBILIDAD

[Ley 26/2011, de 1 de agosto, de adaptación normativa a la Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad.](#)

Artículo 16. Modificación de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico. Se adiciona un apartado nuevo en la disposición adicional quinta de la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, con la siguiente redacción: «Disposición adicional quinta. Accesibilidad para las personas con discapacidad y de edad avanzada a la información proporcionada por medios electrónicos: Las páginas de Internet que sirvan de soporte o canal a las redes sociales en línea, desarrolladas por entidades cuyo volumen anual de operaciones, calculado conforme a lo establecido en la normativa del Impuesto sobre el Valor Añadido, exceda de 6.101.121,04 euros, deberán satisfacer, a partir del 31 de diciembre de 2012, como mínimo, el nivel medio de los criterios de accesibilidad al contenido generalmente reconocidos. Excepcionalmente, esta obligación no será aplicable cuando una funcionalidad o servicio no disponga de una solución tecnológica que permita su accesibilidad.»

[RD 366/2007, por el que se establece las condiciones de accesibilidad y no discriminación de las personas con discapacidad en sus relaciones con la AGE.](#)

Art 12.3 : Además, los documentos e impresos deberán estar en todo caso disponibles en las correspondientes páginas web y en formato electrónico accesible. Plazo: 25 de marzo de 2008.

[RD 1494/2007, Condiciones básicas para el acceso de las personas con discapacidad a las tecnologías, productos y servicios relacionados con la sociedad de la información.](#)

- Art 5.1: Las páginas de Internet públicas deberán como mínimo cumplir con la prioridad 1 y 2 de la norma UNE 139803:2004 (esta norma se acaba de actualizar UNE 139803:2012).
- Art. 5.3 Las páginas de Internet de las administraciones públicas deberán contener de forma clara la información sobre el grado de accesibilidad al contenido de las mismas que hayan aplicado, así como la fecha en que se hizo la revisión del nivel de accesibilidad expresado.
- Art. 5.5. Las páginas de internet de las administraciones públicas deberán ofrecer al usuario un sistema de contacto para que puedan transmitir las dificultades de acceso al contenido de las páginas de Internet, o formular cualquier queja, consulta o sugerencia de mejora. Los órganos competentes realizarán periódicamente estudios de carácter público sobre las consultas, sugerencias y quejas formuladas.
- Disposición transitoria única. 2. Las páginas de internet de las administraciones públicas o con financiación pública deberán adaptarse a lo dispuesto en el artículo 5 de dicho reglamento, en los siguientes plazos:
 - a) Las páginas nuevas deberán ajustarse a la prioridad 1 de la Norma UNE 139803:2004 a partir del 22 de noviembre de 2007.
 - b) Las páginas existentes deberán adaptarse a la prioridad 1 de la Norma UNE 139803:2004 a partir del 22 de mayo de 2008.
 - c) Todas las páginas, actualmente existentes o de nueva creación, deberán cumplir la prioridad 2 de la Norma UNE 139803:2004 a partir del 31 de diciembre de 2008.

[Real Decreto 1276/2011 de 16 de septiembre, de adaptación normativa a la Convención Internacional sobre los derechos de las personas con discapacidad.](#)

Se adecua lo dispuesto en el Reglamento sobre las condiciones básicas para la accesibilidad de las personas con discapacidad a las tecnologías, productos y servicios relacionados con la sociedad de la información y medios de comunicación social, aprobado por el Real Decreto 1494/2007, de 12 de noviembre, a lo establecido en la Ley 56/2007, de 28 de diciembre, de Medidas de Impulso de la Sociedad de la Información, en materia de accesibilidad a Internet.



MULTILINGÜISMO	Constitución Española (Artículo 3)
	Ley 11/2007 de acceso electrónico de los ciudadanos a los Servicios Públicos (LAECSP) , 22 de julio de 2007. (Disp. Adicional sexta)
	Real Decreto 1671/2009, de 6 de noviembre, por el que se desarrolla parcialmente la Ley 11/2007, de 22 de junio, de Acceso electrónico de los ciudadanos a los Servicios Públicos.
	Real Decreto 905/2007, de 6 de julio, por el que se crean el Consejo de las Lenguas Oficiales en la Administración General del Estado y la Oficina para las Lenguas Oficiales.
	Real Decreto 489/1997, de 14 de abril, sobre publicación de las leyes en las lenguas cooficiales de las comunidades autónomas.
	Certificación de los acuerdos adoptados en materia de lenguas cooficiales por el Consejo de Lenguas Oficiales en la Administración. General del Estado el pasado 14 de julio de 2010.

IMAGEN INSTITUCIONAL	RESOLUCIÓN de 2 de abril de 2007, de la Secretaría General para la Administración Pública, por la que se modifica el Manual de Imagen Institucional de la Administración General del Estado y la Guía para la edición y publicación de páginas web en la Administración General del Estado aprobada por Resolución de 9 de marzo de 2005 de la Secretaría General para la Administración Pública.
	REAL DECRETO 1465/1999, de 17 de septiembre, por el que se establecen criterios de imagen institucional y se regula la producción documental y el material impreso de la Administración General del Estado.
	Orden TAP/953/2011, de 12 de abril, por la que se aprueba la nueva imagen promocional de las actividades de administración electrónica y se establecen criterios para su utilización. DEROGA ORDEN APU/959/2003, de 11 de abril
	ORDEN de 27 de septiembre de 1999 por la que se aprueba el Manual de Imagen Institucional de la Administración General del Estado y se dictan normas de desarrollo del Real Decreto 1465/1999, por el que se establecen criterios de imagen institucional y se regula la producción documental y el material impreso de la Administración General del Estado.



PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS

[Ley 4/1999, de 13 de enero, de modificación de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común](#)

[Real Decreto 137/2010, de 12 de febrero, por el que se establecen criterios para la emisión de la comunicación a los interesados prevista en el artículo 42.4 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.](#)

[Real Decreto 209/2003, de 21 de febrero, por el que se regulan los Registros y las Notificaciones Telemáticas, así como la Utilización de medios telemáticos para la sustitución de la aportación de certificados por los ciudadanos.](#)

[Orden PRE/3523/2009, de 29 de diciembre, por la que se regula el Registro Electrónico Común. Modificada por la Orden TAP/1955/2011, de 5 de julio, \(BOE: 15/7/2011\) que añade la siguiente disposición adicional: "Disposición adicional segunda. Inscripción en procesos selectivos".](#)

[Orden HAP/1637/2012, de 5 de julio, por la que se regula el Registro Electrónico de Apoderamientos](#)

[Real Decreto 523/2006, de 28 de abril, por el que se suprime la exigencia de aportar el certificado de empadronamiento, como documento probatorio del domicilio y residencia, en los procedimientos administrativos de la Administración General del Estado y de sus organismos públicos vinculados o dependientes.](#)

[Real Decreto 522/2006, de 28 de abril, por el que se suprime la aportación de fotocopias de documentos de identidad en los procedimientos administrativos de la Administración General del Estado y de sus organismos públicos vinculados o dependientes.](#)

[Real Decreto 1553/2005, de 23 de diciembre, por el que se regula la expedición del Documento Nacional de Identidad y sus certificados de firma electrónica](#)

[Real Decreto 136/2010, de 12 de febrero, por el que se modifica el Real Decreto 772/1999, de 7 de mayo, por el que se regula la presentación de solicitudes, escritos y comunicaciones ante la Administración General del Estado, la expedición de copias de documentos y devolución de originales y el régimen de las oficinas de registro](#)

[Orden PRE/2794/2011, de 5 de octubre, por la que se publica el Acuerdo del Consejo de Ministros, de 19 de octubre de 2011, por el que se determina el marco de ejercicio de las competencias estatales en materia de factura electrónica, se crea el Foro Nacional Multilateral sobre facturación electrónica y se impulsa el Servicio Central de Gestión de la Facturación Electrónica en el ámbito de la Administración General del Estado.](#)

[Real Decreto 368/2010, de 26 de marzo, por el que se regulan las especificaciones y condiciones para el empleo del Documento Único Electrónico \(DUE\) para la puesta en marcha de las empresas individuales mediante el sistema de tramitación telemática](#)



INTEROPERABILIDAD	<u>Real Decreto 4/2010, de 8 de enero, por el que se regula el Esquema Nacional de Interoperabilidad en el ámbito de la Administración Electrónica.</u>
	<u>Resolución de 19 de julio de 2011, de la Secretaría de Estado para la Función Pública, por la que se aprueba la Norma Técnica de Interoperabilidad de Digitalización de documentos</u>
	<u>Resolución de 19 de julio de 2011, de la Secretaría de Estado para la Función Pública, por la que se aprueba la Norma Técnica de Interoperabilidad de Documento Electrónico</u>
	<u>Resolución de 19 de julio de 2011, de la Secretaría de Estado para la Función Pública, por la que se aprueba la Norma Técnica de Interoperabilidad de Expediente Electrónico.</u>
	<u>Resolución de 19 de julio de 2011, de la Secretaría de Estado para la Función Pública, por la que se aprueba la Norma Técnica de Interoperabilidad de Política de Firma Electrónica y de certificados de la Administración.</u>
	<u>Resolución de 19 de julio de 2011, de la Secretaría de Estado para la Función Pública, por la que se aprueba la Norma Técnica de Interoperabilidad de Procedimientos de copiado auténtico y conversión entre documentos electrónicos.</u>
	<u>Resolución de 19 de julio de 2011, de la Secretaría de Estado para la Función Pública, por la que se aprueba la Norma Técnica de Interoperabilidad de Requisitos de conexión a la red de comunicaciones de las Administraciones Públicas españolas. (Red SARA).</u>
	<u>Resolución de 19 de julio de 2011, de la Secretaría de Estado para la Función Pública, por la que se aprueba la Norma Técnica de Interoperabilidad de Modelo de Datos para el Intercambio de asientos entre las entidades registrales (Sicres 3.0).</u>
	<u>Resolución de 28 de junio de 2012, de la Secretaría de Estado de Administraciones Públicas, por la que se aprueba la Norma Técnica de Interoperabilidad de Política de gestión de documentos electrónicos.</u>
	<u>Resolución de 28 de junio de 2012, de la Secretaría de Estado de Administraciones Públicas, por la que se aprueba la Norma Técnica de Interoperabilidad de Protocolos de intermediación de datos</u>
	<u>Resolución de 28 de junio de 2012, de la Secretaría de Estado de Administraciones Públicas, por la que se aprueba la Norma Técnica de Interoperabilidad de Relación de modelos de datos</u>
	<u>Resolución de 3 de octubre de 2012, de la Secretaría de Estado de Administraciones Públicas, por la que se aprueba la Norma Técnica de Interoperabilidad de Catálogo de estándares.</u>
	SEGURIDAD
<u>Orden PRE/2740/2007, de 19 de septiembre, por la que se aprueba el Reglamento de Evaluación y Certificación de la Seguridad de las Tecnologías de la Información</u>	



IGUALDAD DE GÉNERO	<u>ORDEN PRE/525/2005, de 7 de marzo, por la que se da publicidad al Acuerdo de Consejo de Ministros por el que se adoptan medidas para favorecer la igualdad entre mujeres y hombres.</u>
	<u>LEY ORGÁNICA 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.</u>
CALIDAD	<u>RD 951/2005 por el que se establece el marco general para la mejora en la calidad de la Administración General del Estado</u>
INFORMACIÓN ESTADÍSTICA	<u>Acuerdo de la Comisión Delegada de la Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos sobre mejoras en la transparencia en el ámbito de la información económica y estadística proporcionada por el Gobierno</u>



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE HACIENDA
Y ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

ANEXO: GRUPO DE TRABAJO



Guía de Comunicación Digital para la Administración General del Estado



Guía de Comunicación Digital
para la Administración General del
Estado: ANEXO Grupo de Trabajo



ANEXO: GRUPO DE TRABAJO

En el presente Anexo se detallan las personas que han formado parte del Grupo de Trabajo constituido por designación de la Comisión Permanente de Consejo Superior de Administración Electrónica para la revisión y validación de la Guía de Comunicación Digital para la Administración General del Estado.

<input type="checkbox"/> M ^a Victoria Sancho-Sopranis Sampol	Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación
<input type="checkbox"/> Marisa Gutiérrez Acebrón	Ministerio de Justicia
<input type="checkbox"/> Manuel Fernández Regidor	Ministerio de Defensa
<input type="checkbox"/> Antonio Sánchez	
<input type="checkbox"/> Isabel Criado Gómez	Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas
<input type="checkbox"/> Dolores Hernández Maroto	
<input type="checkbox"/> M ^a José de Mariano Sánchez-Jáuregui	
<input type="checkbox"/> Eloísa Paredes Bordegé	
<input type="checkbox"/> Claudio Pérez-Olea Meyer-Dohner	
<input type="checkbox"/> M ^a Luisa Valdenebro	
<input type="checkbox"/> Rosa Subías	Ministerio del Interior
<input type="checkbox"/> Juan Jesús Ballesteros Arjona.	Ministerio de Fomento
<input type="checkbox"/> Carmen Cabanillas Serrano	Ministerio de Educación, Cultura y Deporte
<input type="checkbox"/> Miguel Gendive	Ministerio de Empleo y Seguridad Social
<input type="checkbox"/> Berta González García	
<input type="checkbox"/> Teresa Cruz Herrera	Ministerio de Industria, Energía y Turismo
<input type="checkbox"/> Javier Lucas Rodríguez	
<input type="checkbox"/> Soledad Gómez Andrés	Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente
<input type="checkbox"/> Jaime Albert	Ministerio de la Presidencia
<input type="checkbox"/> Noemí Cívicos	
<input type="checkbox"/> Pedro Cortegoso Fernández	Ministerio de Economía y Competitividad
<input type="checkbox"/> Adolfo Gálvez Moraleda	
<input type="checkbox"/> Guadalupe Jarillo García	Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad

Para la Realización de esta Guía se ha contado también con la colaboración de la empresa consultora BABEL Sistemas de Información.