

Manual DE ESTILO

WEB | Universidad de Cádiz
www.uca.es

UCA.es

Manual de Estilo Web Universidad de Cádiz
Elaborada por: **Vicerrectorado de Recursos Docentes y de la Comunicación**
Gabinete de Comunicación y Marketing

Índice

1. Introducción y objetivos | pág.4

1.1. Comportamiento adaptativo | pág.5

2. El portal principal | pág.5

2.1. Cabecera dinámica | pág.7

3. Las webs de las unidades organizativas de la Universidad de Cádiz | pág.7

3.1. Estructura general | pág.7

3.2. Código de colores | pág.8

3.3. Cabecera y menú | pág.10

3.4. Diferentes vistas de una página | pág.10

3.5. El portal de acceso | pág.11

3.6. Plantillas de edición de páginas web | pág.13

3.6.1. *Plantilla sin barra lateral* | pág.14

3.6.2. *Plantilla predeterminada* | pág.14

3.6.3. *Plantilla sin título* | pág.15

3.6.4. *Plantilla con Siderbar2* | pág.15

3.7. Recomendaciones de edición | pág.17

3.7.1. *Sobre la edición de textos* | pág.17

3.7.2. *Sobre la edición de tablas* | pág.17

3.7.3. *Sobre el uso de imágenes* | pág.18

4. Anexo I. Carta de colores | pág.20

5. Anexo II. Tipografía | pág.23

1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

En este documento se describen las principales herramientas disponibles para configurar la web de la Universidad de Cádiz, las normas que deben adoptarse en su uso y las recomendaciones que faciliten su mantenimiento y gestión.

En la web institucional se diferencian:

- El portal web (www.uca.es), la principal vía de entrada de acceso a información sobre la Universidad de Cádiz, que dispone de herramientas de comunicación exclusivas para este espacio gestionadas por el Gabinete de Comunicación y Marketing.
- Las webs de las unidades organizativas (vicerrectorados, centros, departamentos, unidades administrativas, ...).

El portal web recibirá en este documento un tratamiento general descriptivo que no entrará en el detalle de cómo se emplean los servicios informativos que lo constituyen ya que son objeto de gestión profesional por parte del Gabinete de Comunicación y Marketing.

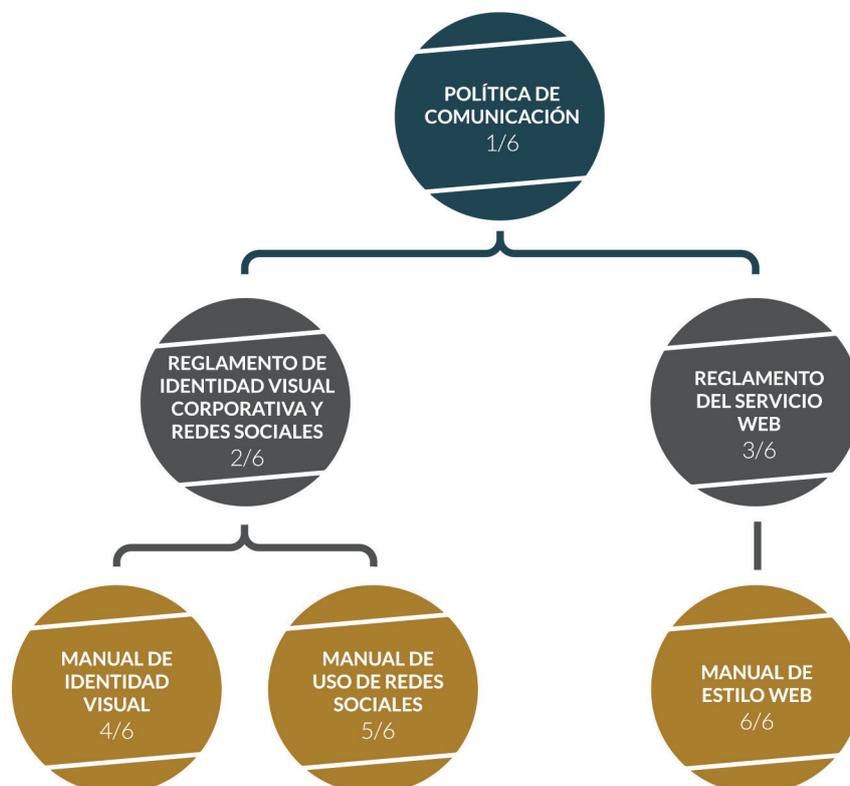


Ilustración 1.

Sin embargo, las webs ligadas a las unidades organizativas y las herramientas disponibles para ellas recibirán un tratamiento más completo y profundo con objeto de proporcionar a sus responsables y editores información que facilite la configuración de sus espacios con el estilo y contenido más afines al servicio que prestan, y coherentes con la identidad visual corporativa de la Universidad de Cádiz.

Este manual forma parte de la política de comunicación que se describe a lo largo de los documentos que se muestran en la Ilustración 1.

1.1. Comportamiento adaptativo

La web de la Universidad de Cádiz está basada en el gestor de contenidos WordPress que cuenta, entre sus características, con un diseño adaptativo, esto es, que se adecúa al tamaño y resolución de la pantalla en la que se visualiza. En términos prácticos, esto significa que cuenta con tres diseños diferentes para optimizar su visualización en ordenadores, tabletas y teléfonos inteligentes.

La información que se aporta en este documento se ciñe al diseño elaborado para su visualización en pantallas de ordenadores.

2. EL PORTAL PRINCIPAL

La Ilustración 2 muestra una visión global del portal principal de la web de la UCA.

En la parte superior se sitúa la barra intranet (1) que engloba, en la zona izquierda, enlaces de interés por perfil de usuario, y a la derecha, una serie de accesos directos a herramientas de uso frecuente (BOUCA, correo, directorio, CAU, ...).

Debajo está la banda de cabecera (2) que incluye la marca digital de la Universidad de Cádiz. A su derecha, el enlace al SEA-EU liderado por nuestra universidad y debajo, los elementos que constituyen el menú principal (CONÓCENOS, ACCESO, ESTUDIOS, ...).

La zona de campañas (3) muestra en bucle diseños de alta resolución que ocupan todo el ancho del navegador para dar cobertura a tareas de difusión institucional.

El movimiento de las imágenes cesa cuando el ratón se sitúa sobre su superficie y al hacer clic sobre cualquiera de las imágenes, el sistema redirecciona a la página web que



se haya establecido como referencia.

Bajo esta zona se muestran bandas horizontales (4.1 - 4.4) que alternan fondos de color gris y blanco para albergar diversas herramientas de comunicación (canal de noticias, agenda, ..., disponibles también para las webs de unidades organizativas).

El orden en el que aparecen estos servicios de información puede alterarse, reconfigurarse, ampliarse o reducirse dependiendo de los criterios gestionados desde el Gabinete de Comunicación y Marketing. Más abajo se sitúa la sección de logos (5) de instituciones académicas lideradas o participadas por la Universidad de Cádiz a la que sigue la banda ocupada por los sellos de calidad de la institución (6).

Finalmente, la zona inferior del portal (7) sobre fondo azul, muestra a la izquierda el logotipo de la Universidad de Cádiz junto a información de contacto y enlaces de servicios y redes sociales.

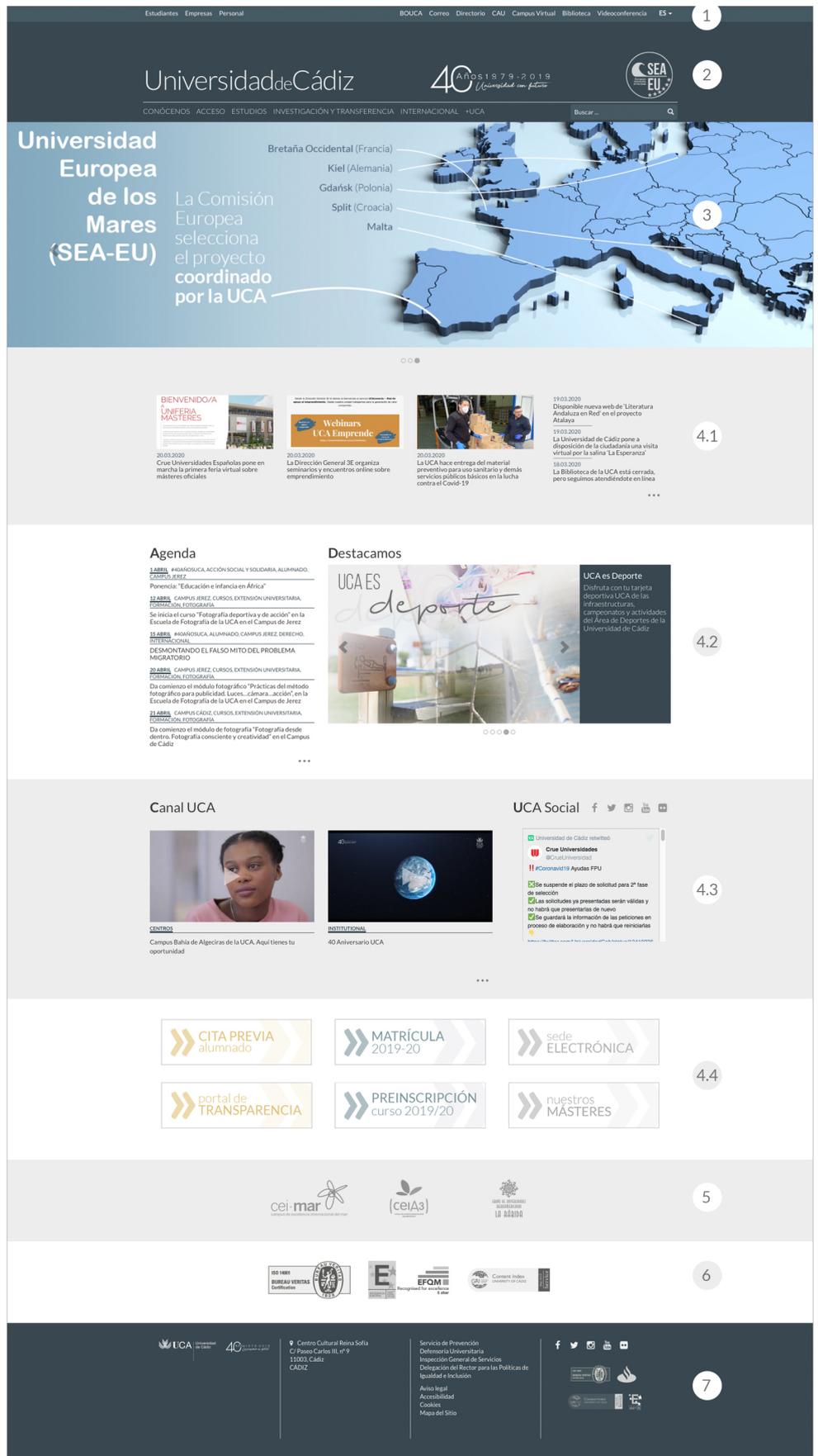


Ilustración 2. Estructura genérica del portal.

La banda se cierra en zona derecha con un espacio reservado para mostrar el conjunto de sellos de calidad junto a logosímbolos de otras instituciones con los que la universidad dispone acuerdos de visualización mutua.

2.1. Cabecera dinámica

Para facilitar la navegación, la zona superior de la página colapsa cuando el usuario desplaza el contenido de la página hacia arriba. Al hacerlo desaparece la banda de intranet, se reduce la altura de la cabecera y el tamaño de las fuentes de sus textos maximizando con ello la superficie de pantalla navegable (Ilustración 3).



Ilustración 3. Arriba la versión principal de la cabecera del portal web. Abajo la versión colapsada.

3. LAS WEBS DE LAS UNIDADES ORGANIZATIVAS DE LA UCA

3.1. Estructura general

Las webs de las unidades organizativas disponen de ciertos elementos comunes con el portal principal de la Universidad de Cádiz. Coinciden en que en ambos casos está presente la barra de intranet y la parte superior de la cabecera, justo hasta donde comienza la barra de menú en el portal principal (Ilustración 3 (arriba) e Ilustración 4).

Se distinguen en que, bajo estos elementos comunes, las páginas web de las unidades organizativas muestran una imagen de alta resolución que ocupa todo el ancho del navegador e inserta en su parte inferior un recuadro con el nombre de la unidad y los elementos del menú.

A partir de ahí y hasta el pie de la página, la web puede albergar una o varias herramientas de comunicación idénticas a las que se muestran (4.1 a 4.4) en la Ilustración 2.



El pie de página también coincide con el del portal, con la salvedad de que los datos que figuran en la segunda columna, junto a logotipo de la marca UCA, son configurables para mostrar la información que corresponda a la propia unidad (correo electrónico, teléfono dirección postal, ...).

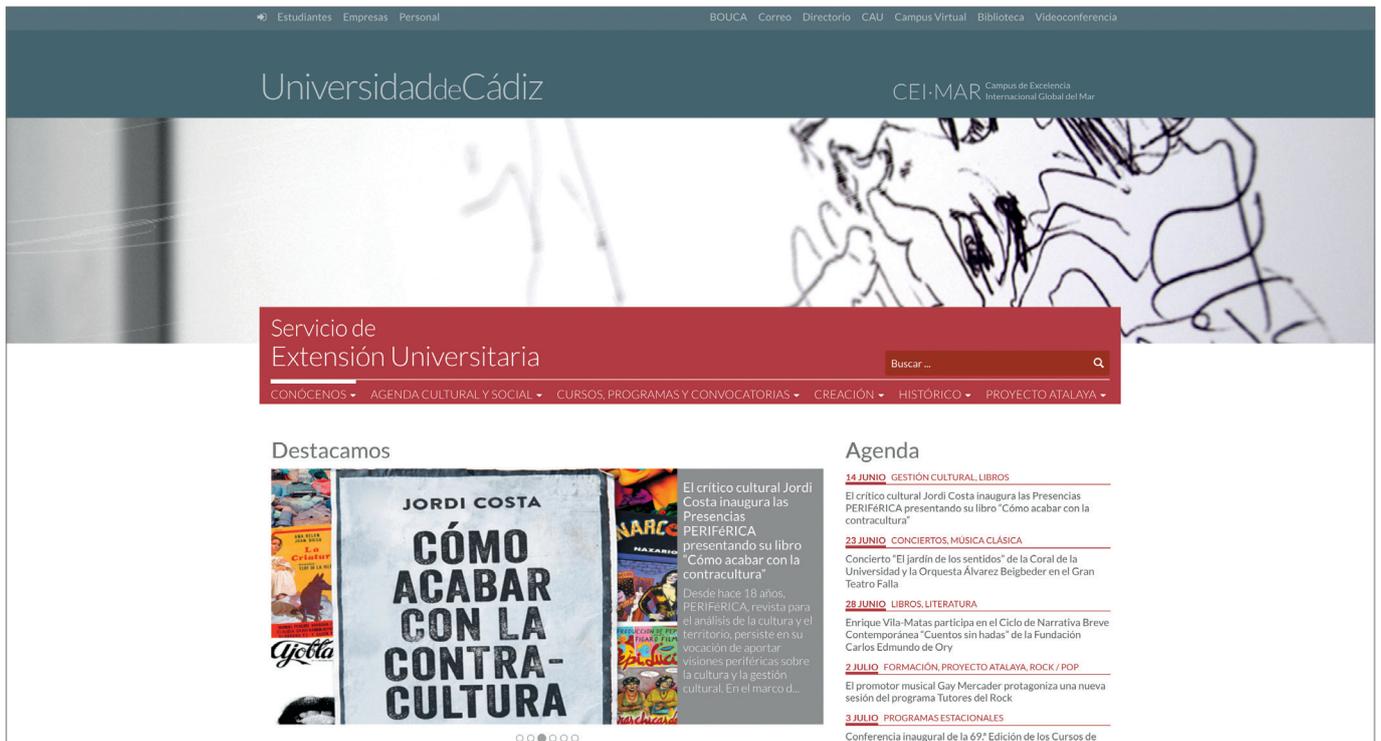


Ilustración 4.

3.2. Código de colores

El color de fondo del recuadro que enmarca tanto el nombre de la unidad como el menú de navegación, identifica el tipo de servicio que presta según el código de colores establecido desde el Gabinete de Comunicación y Marketing (Ilustración 5 a Ilustración 10) (ver Anexo I):



Ilustración 5. Plantilla para vicerrectorados, direcciones generales y unidades del equipo de gobierno.



Ilustración 6. Plantilla para centros.



Ilustración 7. Plantilla para departamentos.



Ilustración 8. Plantilla para unidades administrativas.



Ilustración 9. Plantilla para grupos de investigación.



Ilustración 10. Plantilla para órganos de representación, cátedras, aulas, congresos y otros fines específicos.

3.3. Cabecera y menú

Sobre el recuadro de fondo coloreado se identifica en dos líneas el nombre de la web. La línea superior se reservará para la parte inicial del nombre (en castellano)¹ (Vicerrectorado ..., Facultad de ..., Escuela ..., Departamento de ...) que se muestra con una fuente de tamaño inferior al contenido de la segunda línea, reservada para el resto de la denominación.

Las palabras se escribirán con la primera letra en mayúsculas excepto en el caso de preposiciones o artículos.

El menú es de vital importancia para facilitar la navegación del usuario y la búsqueda intuitiva de los servicios que se prestan. Para ello es aconsejable disponer ítems que se concentren en una o dos palabras (tres a lo sumo) con objeto de que el menú se concentre en una sola línea. Para hacerlo posible es aconsejable concentrar los enlaces que se consideren oportunos en un ítem a emplazar en el extremo derecho del menú y que se identifique como +INFO.

3.4. Diferentes vistas de una página

Al igual que el portal principal, la cabecera de las páginas de unidades organizativas colapsan cuando el usuario desplaza el contenido hacia arriba. De esta manera, el nombre de la Universidad de Cádiz se mantiene visible en todo momento en la zona superior de la pantalla sobre el de la propia unidad, maximizando la superficie navegable de la pantalla (Ilustración 11).

¹ La web de la Universidad de Cádiz permite establecer versiones en diferentes idiomas. Para contar con este servicio debe solicitarlo vía CAU al Área de Sistemas de Información.



Ilustración 11. Versión principal (arriba) y colapsada (abajo). Este comportamiento es generalizable a todas las webs de unidades organizativas.

Los propios textos dispuestos en ambas cabeceras: Universidad de Cádiz y el de la unidad organizativa, contienen direcciones URL de acceso a las correspondientes webs, en consecuencia, bastará hacer clic sobre ellos para acceder a la pantalla inicial de estas páginas.

3.5. El portal de acceso

El portal de acceso a la web de una unidad organizativa puede configurarse para incluir una o varias herramientas informativas. En el caso más simple se puede diseñar para que muestre un texto a modo de presentación, pero también puede configurarse a la carta para mostrar distintas herramientas informativas como las que se muestran (4.1 – 4.4) en la Ilustración 2:

- Canal de noticias
- Agenda
- Elementos destacados
- Canal de vídeos
- Elementos de interés
- Acceso a redes sociales
- Galería de imágenes

Estas herramientas pueden colocarse en el portal a distintas alturas y en el caso de alguna de ellas, ocupando un tercio, dos tercios o la totalidad del ancho de pantalla.

Las dos primeras herramientas del listado anterior están diseñadas para dotarlas periódicamente con contenido actualizado. Si la unidad no está en disposición de alimentar estas herramientas continuamente, se recomienda emplear una configura-



ción de portal que emplee otras opciones: elementos destacados, canal de vídeos, elementos de interés, acceso a redes sociales o, como se indicaba anteriormente, planteando un portal que muestre, simplemente, un texto.

A modo de ejemplo se muestra la configuración de una web de unidad administrativa (Ilustración 12), cuya portada cuenta con diversos recursos informativos. En la primera banda sobre fondo blanco, bajo el menú aparece un elemento *Destacamos* a 2/3 acompañado de un elemento *Agenda* a 1/3.

The screenshot displays the website for the University of Cádiz, specifically the 'Servicio de Extensión Universitaria' (University Extension Service). The layout includes a top navigation bar with links like 'Estudiantes', 'Empresas', 'Personal', 'BOUCA', 'Correo', 'Directorio', 'CAU', 'Campus Virtual', 'Biblioteca', and 'Videoconferencia'. Below this is a search bar and a menu with items like 'CONOCÉNGENOS', 'AGENDA CULTURAL Y SOCIAL', 'CURSOS, PROGRAMAS Y CONVOCATORIAS', 'CREACIÓN', 'HISTÓRICO', and 'PROYECTO ATALAYA'. The main content area is divided into several sections: 'Destacamos' (Featured) with a large image and text about a registration deadline; 'Agenda' (Calendar) with a list of events for June and July; 'Noticias' (News) with three article thumbnails; 'De interés' (Of interest) with six buttons for various services; and a map of the university campus. The footer contains contact information for the UCA and the University Extension Service, along with social media icons.

Ilustración 12.

Debajo se despliega el recurso *Noticias* que ocupa todo el ancho de la pantalla y el elemento *De interés*, también a ancho completo.

Justo antes del pie de página, el portal web destaca un mapa con la localización de la unidad que presta el servicio. Se trata de un recurso común que se muestra en todas las páginas de unidades organizativas.

A continuación, el pie característico de toda la web UCA sobre fondo azul que cuenta en zona izquierda con el logotipo UCA calado en blanco.

Si se opta por simplificar la portada y configurarla de una manera más simple, con un texto de presentación, es importante que consulte las diversas fórmulas de edición que se describen en el siguiente epígrafe.

3.6. Plantillas de edición de páginas web

El modo de edición de páginas web de la Universidad de Cádiz cuenta con un campo denominado Plantilla (Ilustración 13) en el que se puede escoger entre diversas opciones:

- Plantilla sin barra lateral
- Plantilla predeterminada
- Plantilla sin título
- Plantilla con sidebar2

Dependiendo de la selección, el contenido de la página se mostrará de manera diferente.

The screenshot shows the 'Gabinete de Comunicación y Marketing' web editor. The main content area displays a 'Presentación' section with a rich text editor. On the right sidebar, the 'Plantillas' dropdown menu is open, showing four options: '(sin superior)', 'Plantilla predeterminada', 'Plantilla con Sidebar2', and 'Plantilla sin barra lateral'. The 'Plantilla sin barra lateral' option is currently selected. Other sidebar sections include 'Publicar', 'Atributos de página', and 'FooBox Javascript & CSS'.

Ilustración 13. En la parte derecha del escritorio de edición de la web se ubica un campo que permite seleccionar diversos modos de plantilla.

3.6.1. Plantilla sin barra lateral

Es el modo de edición más simple. El texto ocupa todo el ancho disponible, encabezado con el nombre de la página (en el ejemplo de la Ilustración 14: “Presentación”).



Ilustración 14.

3.6.2. Plantilla predeterminada

La principal diferencia de esta plantilla con respecto a la anterior radica en el hecho de que ésta habilita un espacio en la zona derecha de la página para mostrar los elementos informativos (widgets) que se hayan seleccionado desde el menú de edición en la pestaña Sidebar (Ilustración 15).

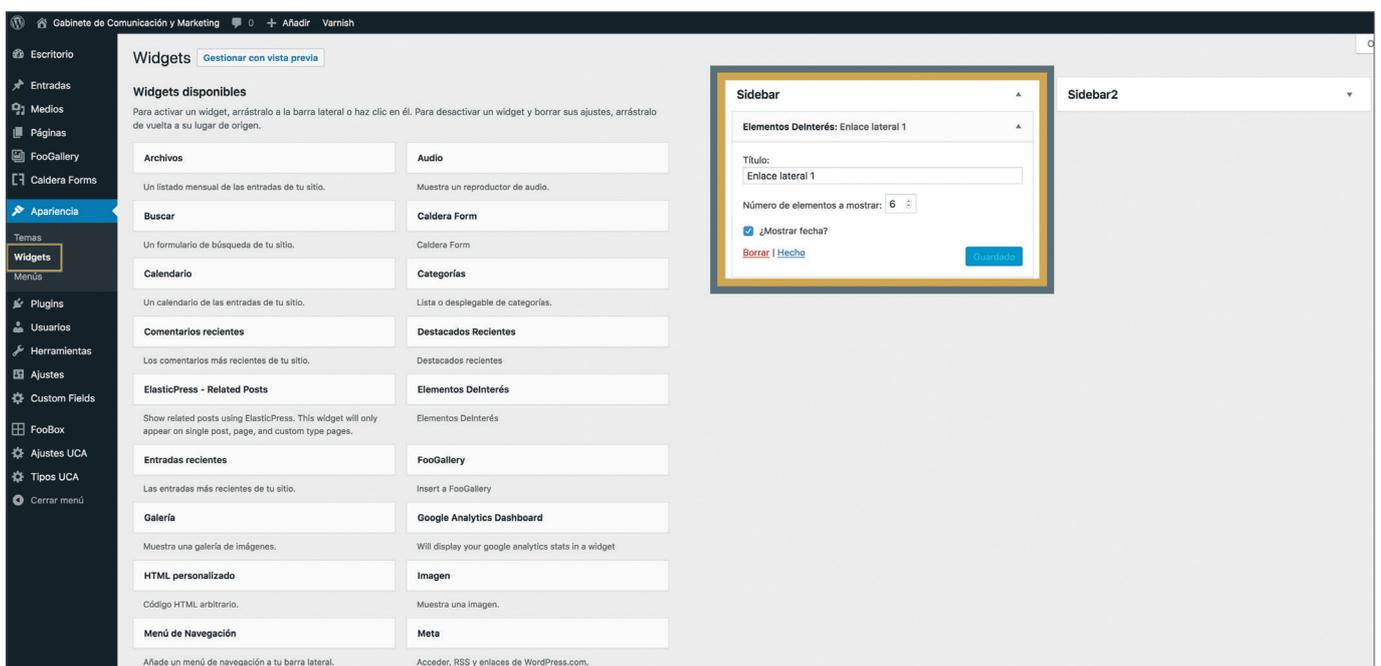


Ilustración 15. Los widgets son herramientas informativas. Cuando se utiliza la plantilla predeterminada, los widgets que se coloquen en el casillero Sidebar se mostrarán a la derecha del texto.

En el ejemplo de la Ilustración 16, junto al texto, aparecen seis elementos destacados en recuadros grises que corresponden con el recurso denominado Elementos Deinterés, incluido en la ventana de edición dentro de la casilla Sidebar (Ilustración 15).



Ilustración 16.

3.6.3. Plantilla sin título

Reproduce literalmente la plantilla predeterminada con la única excepción de que no muestra, en la zona del texto, el título de la página (en este caso “Presentación”) (Ilustración 17).



Ilustración 17. Plantilla sin título.

3.6.4. Plantilla con Siderbar2

Todas las páginas que elijan la plantilla predeterminada mostrarán en la parte derecha los widgets seleccionados en el espacio Sidebar. Con objeto de que en una misma web



se puedan disponer dos tipos de página con distinto contenido en zona derecha, está disponible en el escritorio de edición el Sidebar2 (Ilustración 18). Será el contenido incluido en esta opción el que se muestre en las páginas que empleen esta plantilla (Ilustración 19).

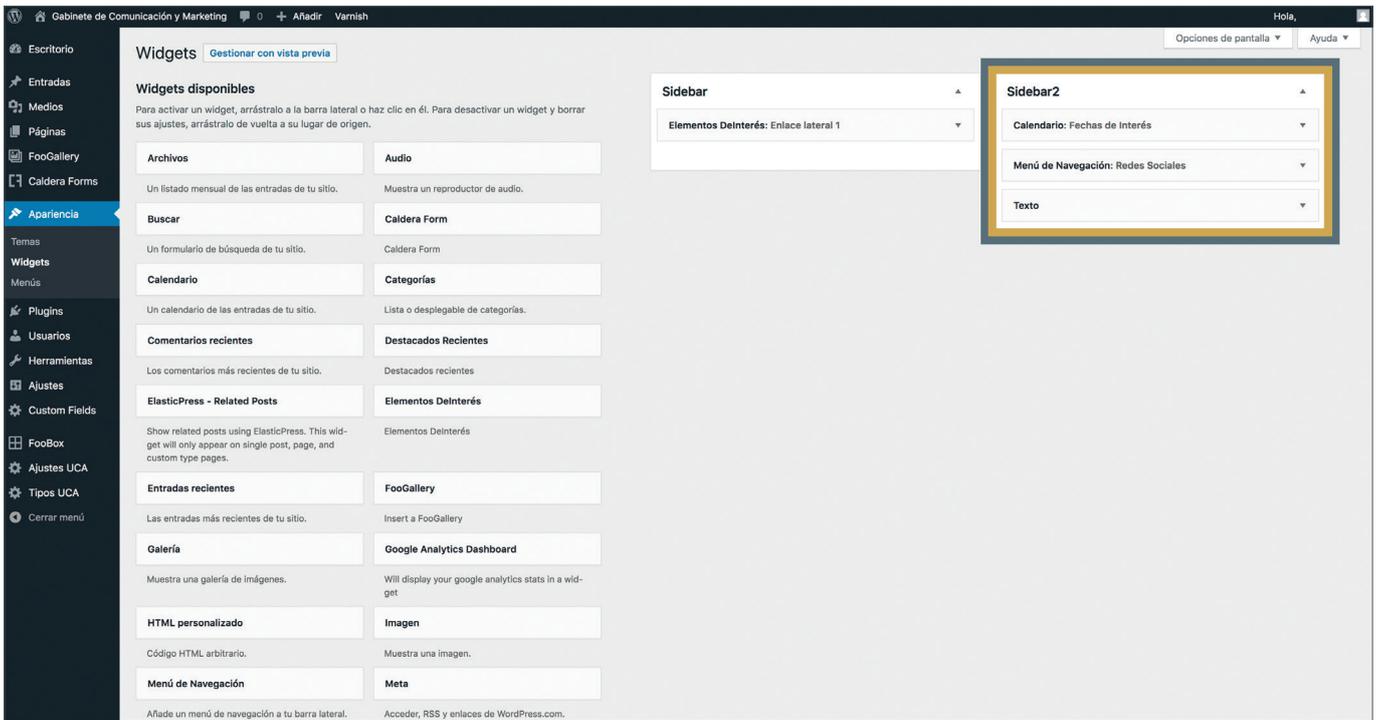


Ilustración 18.

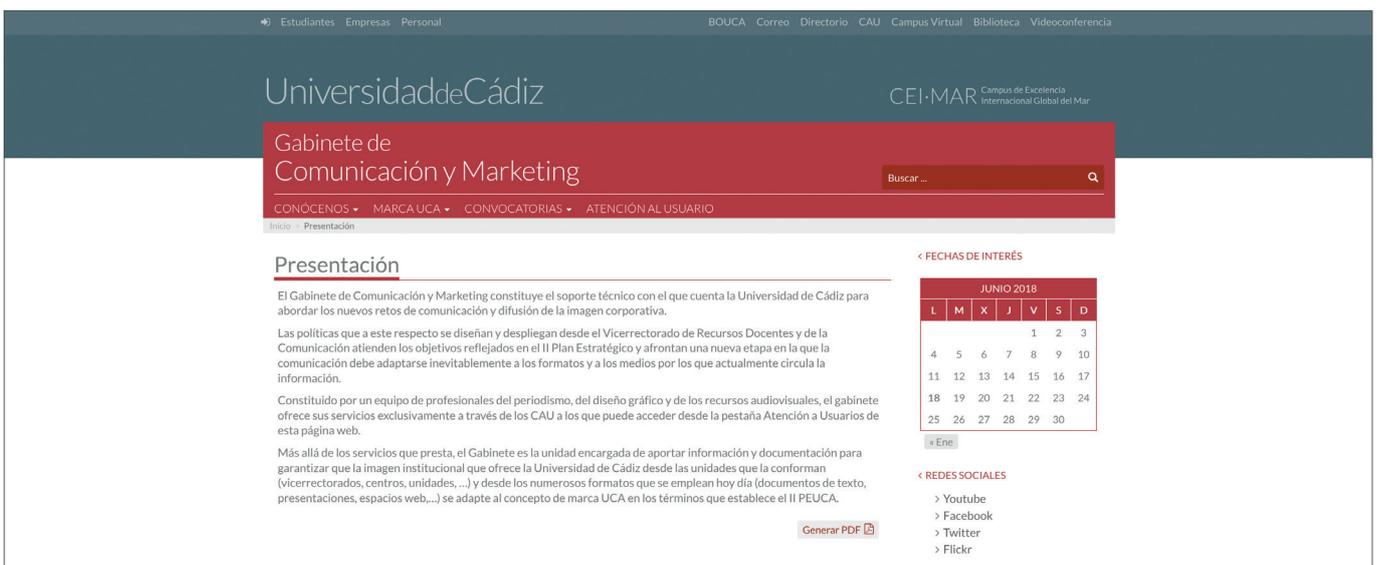


Ilustración 19. Plantilla con Sidebar2.

3.7. Recomendaciones de edición

3.7.1. Sobre la edición de textos

Con base en la experiencia del Gabinete de Comunicación y Marketing se recomienda:

1. Alinear el texto a la izquierda (resuelve problemas de visibilidad cuando la pantalla del navegador cambia su tamaño).
2. Sobre el empleo de fuentes en cursiva o negrita:
 - Si se emplea con criterio y de forma comedida es útil para destacar las ideas fuerza.
 - Si se utiliza en exceso dificulta la lectura.
3. En la medida de lo posible, evitar el texto subrayado ya que puede confundirse con texto enlazado.
4. Organizar el contenido empleando la técnica de pirámide invertida, esto es, iniciar el texto mencionando lo más importante en el primer párrafo, y continuar en los párrafos siguientes, recogiendo otros aspectos de esa información en orden decreciente de importancia.
5. Concentrar la redacción de textos en párrafos breves limitando en la medida de lo posible cada idea a un párrafo.
6. Incluir subtítulos en el texto para separar contenidos.
7. Disponer espaciado en la parte anterior de los subtítulos.
8. Usar las tablas predeterminadas por el editor para mantener la cohesión estilística de la web en su conjunto.

3.7.2. Sobre la edición de tablas

El editor web cuenta con diseños de tablas predeterminadas que guardan una relación estética directa con el resto de herramientas disponibles. Para salvaguardar una imagen cohesionada de la web de la Universidad de Cádiz es importante hacer uso de estas opciones preconfiguradas desde el Área de Sistemas de Información.

The screenshot shows the website header for the University of Cádiz, specifically the Gabinete de Comunicación y Marketing. The header includes the university name, the CEI·MAR logo, and a search bar. Below the header is a navigation menu with links to 'CONÓCENOS', 'MARCA UCA', 'CONVOCATORIAS', and 'ATENCIÓN AL USUARIO'. The main content area features a table titled 'Tablas' and a sidebar with links to 'CATÁLOGO MERCHANDISING', '¿QUIERES SER NOTICIA?', 'FOTOS UCA Búscate', and 'PLANTILLAS UCA'.

	2012	2013	2014	2015	2016
Movilidad	329	356	361	380	390
Ayudas	456	476	476	478	479
Proyectos	67	68	75	78	84

Ilustración 20.

3.7.3. Sobre el uso de imágenes

La web de la Universidad de Cádiz cuenta con diversas herramientas informativas que se apoyan en el empleo de imágenes que deben respetar unas dimensiones establecidas², de lo contrario, darían lugar a una visión pixelada, deformada, truncada o desplazada.

a. Noticias (1.500 x 700 píxeles)

Se trata de una herramienta especialmente crítica para los centros ya que los monitores informativos ubicados en las zonas de paso se nutren, en parte, de las noticias que se colocan en sus webs. En el caso de que los tamaños fuesen diferentes a los establecidos, los problemas que surgirían para visibilizar correctamente las imágenes no solo afectarían a la web, también a la información que se despliega desde estos monitores.

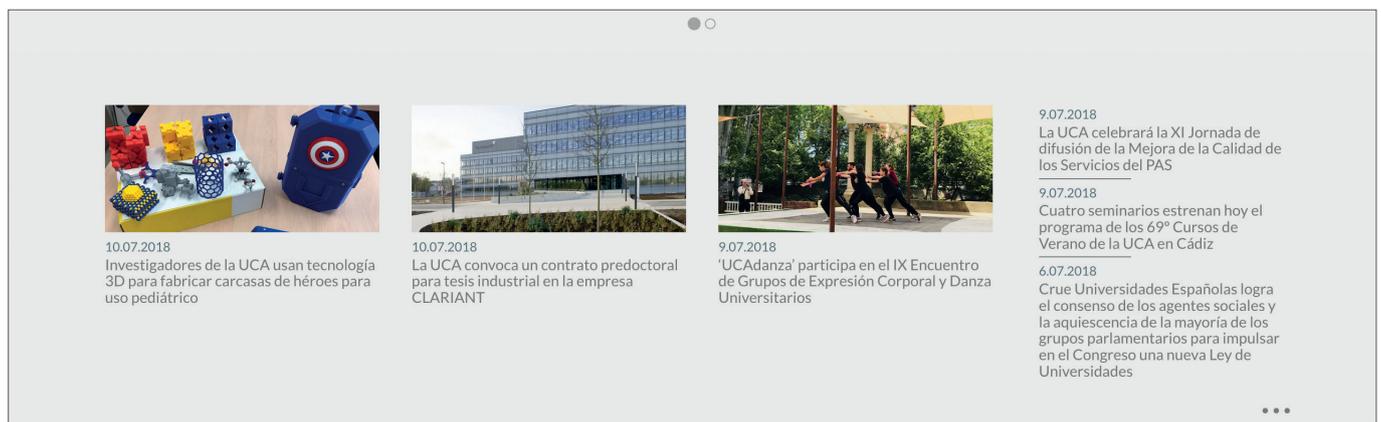


Ilustración 21.

b. Destacamos (550 x 350 píxeles)



Ilustración 22.

2 Acceso a vídeo tutorial para aprender a dimensionar imágenes: <https://www.youtube.com/watch?v=j6eCb4LLt4w>

c. Canal UCA

Herramienta que enlaza vídeos dispuestos en plataformas públicas (YouTube, VIMEO, ...). El editor web escala automáticamente las dimensiones del fotograma.



Ilustración 23.

d. Menú acordeón (750 x 200 píxeles)

Grupos de Investigación

Relación de grupos de investigación de la Universidad de Cádiz por área de investigación:

- Agroalimentación (AGR) ▾
- Biología y Biotecnología (BIO) ▾
- Ciencias Sociales, Económicas y Jurídicas (SEJ) ▾
- Ciencias y Técnicas de la Salud (CTS)
- Física, Química y Matemáticas (FQM) ▾
- Humanidades (HUM) ▾
- Recursos Naturales y Medio Ambiente (RNM) ▾
- Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) ▾

Ilustración 24.

e. Cabecera de portales (1.600 x 200 píxeles)

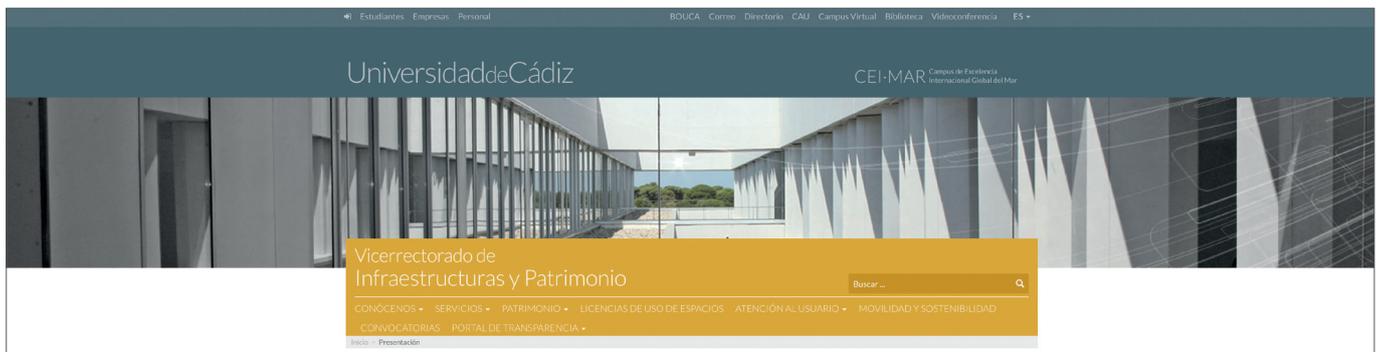


Ilustración 25.

f. Campañas (1.600 x 450 píxeles)

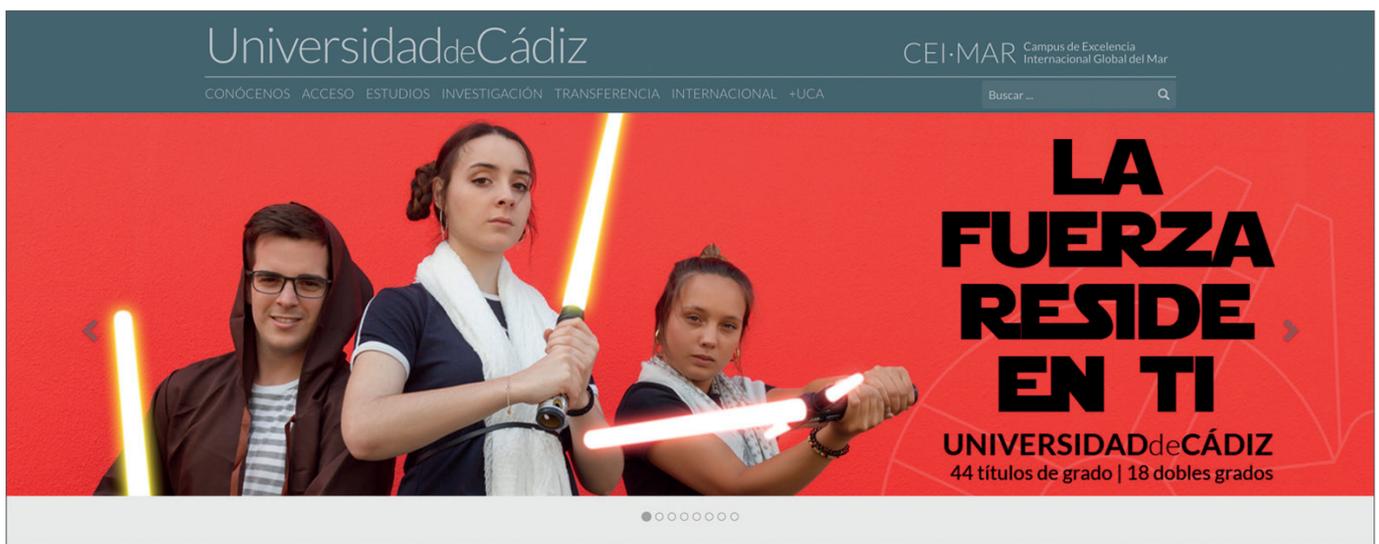


Ilustración 26.

4. ANEXO I. CARTA DE COLORES

La marca UCA.es, diseñada por el Gabinete de Comunicación y Marketing como conjunto de identidad visual complementario al conjunto UCA aprobado en Junta de Gobierno en 2002, tiene como objetivo disponer de una imagen actualizada, acorde a los tiempos y a los soportes de la tecnología digital.

Se basa en los mismos colores corporativos que caracterizan la marca UCA, conservando la misma gama cromática, pero con una menor saturación con el fin de ofrecer un marco elegante que transmita serenidad y confianza al usuario. Los colores UCA.es que se muestran en la Ilustración 27 ofrecen un tono general sobrio para destacar los elementos más importantes de la información que se transmite a través de la web.

PORTAL UCA

CABECERAS



#384850



#455a64



#2e3d43

GRIS BANDAS



#ededed

GRIS TEXTO



#3c3c3b

BLANCO TEXTO



#f0f0f0

BLANCO TEXTO INTRANET Y RECUADRO BÚSQUEDA



#ffffff

RECUADRO DESTACAMOS



#384850

SITES

GENERAL CENTROS



#767819



#656615



#535412

GENERAL VICERRECTORADOS



#9e6a00



#8c5e00



#7a5200

GENERAL GRUPOS DE INVESTIGACIÓN



#62485e



#4f3a4c



#3d2d3b

GENERAL DEPARTAMENTOS



#585858



#474747



#363636

GENERAL UNIDADES



#90351f



#7d2f1b



#6b2818

GENERAL EVENTOS, CONGRESOS



#306056



#284f46



#1f3d37

5. ANEXO II. TIPOGRAFÍA

El conjunto de identidad corporativa UCA.es incluye la familia de fuentes LATO, un tipo de caracteres sin serif diseñado en 2010 por el diseñador Lukasz Dziedzic que admite más de 100 idiomas basados en latín, 50 más basados en cirílico, fonética griega y alfabeto fonético internacional.

Se trata de una fuente de proporciones clásicas, particularmente visible en las mayúsculas que dota de armonía y elegancia a las letras. Puede descargarse gratuitamente³ bajo licencia SIL Open Font License 1.1 sin limitaciones respecto al tipo de uso.

LATO HAIRLINE

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzáéíóü

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÁÉÍÓÜ

1234567890\$%&(,;:"!?

LATO HAIRLINE ITALIC

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzáéíóü

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÁÉÍÓÜ

1234567890\$%&(,;:"!?

LATO LIGHT

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzáéíóü

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÁÉÍÓÜ

1234567890\$%&(,;:"!?

LATO LIGHT ITALIC

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzáéíóü

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÁÉÍÓÜ

1234567890\$%&(,;:"!?

3 <http://www.latofonts.com/lato-free-fonts>

LATO REGULAR

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzáéíóü
ABCDEFGHIJKLMNOPQXYZÁÉÍÓÜ
1234567890\$%&(.,:;!?

LATO ITALIC

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzáéíóü
ABCDEFGHIJKLMNOPQXYZÁÉÍÓÜ
1234567890\$%&(.,:;!?

LATO BOLD

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzáéíóü
ABCDEFGHIJKLMNOPQXYZÁÉÍÓÜ
1234567890\$%&(.,:;!?

LATO BOLD ITALIC

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzáéíóü
ABCDEFGHIJKLMNOPQXYZÁÉÍÓÜ
1234567890\$%&(.,:;!?

LATO BLACK

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzáéíóü
ABCDEFGHIJKLMNOPQXYZÁÉÍÓÜ
1234567890\$%&(.,:;!?

LATO BLACK ITALIC

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzáéíóü
ABCDEFGHIJKLMNOPQXYZÁÉÍÓÜ
1234567890\$%&(.,:;!?



UCA

Universidad
de Cádiz