



*Manual de Estilo  
para el Sitio Web de la  
Universidad Tecnológica de Panamá*

- mayo de 2015-

## INDICE

- ¿Cómo Escribir para la Web?
  - *Redacción, Formato y Estilo* ..... 04
  - *Redacción* ..... 04
  - *Titulares y Encabezados* ..... 05
  - *Negritas* ..... 06
  - *Cursivas o itálicas* ..... 06
  - *Siglas* ..... 07
  - *Abreviaturas* ..... 07
  - *Listas Desordenadas o Viñetas y Listas Ordenadas* ..... 07
  - *Párrafos* ..... 08
  - *Subrayado* ..... 08
  - *Etiquetas Meta (Metatags)* ..... 08
  - *Fotografías e Imágenes* ..... 09
  - *Tablas* ..... 14
  - *Documentos Sitio Web UTP* ..... 16
  - *Enlaces* ..... 19
  
- Reglas básicas para escribir
  - *Colgados* ..... 22
  - *Guiones y rayas* ..... 23
  - *Idioma* ..... 23
  - *Comillas* ..... 24
  - *Citas* ..... 24
  - *Nombres* ..... 24
  - *Uso de las mayúscula y minúscula* ..... 25

- *Números* ..... 26
- *Acentos* ..... 26
- *Comas* ..... 27
  
- Lineamientos del Sitio Web de la UTP
  - *Contenidos* ..... 28
  - *Tipografía* ..... 28
  - *Logo UTP* ..... 29
  - *Contáctenos* ..... 29
  - *Promoción de eventos* ..... 31
  - *Directorios* ..... 31
  - *Sección Conoce la UTP* ..... 31
  - *Estructura de las páginas de las direcciones en la Sección Conoce la UTP* ..... 32
  - *Autoridad para modificar este documento* ..... 34

Los usuarios leen de forma distinta un documento impreso y uno en la web. Los usuarios ingresan a nuestro sitio en busca de información, debemos ofrecerle de forma clara y concisa. Los buscadores y los lectores de pantalla deben ser considerados también ya que mejoran la accesibilidad del sitio. A continuación se presentan una serie de lineamientos para mejorar los contenidos de nuestro sitio web.

## ¿Cómo Escribir para la Web?

### Redacción, Formato y Estilo

El desarrollo del contenido de la página Web se basará en el principio de la “pirámide invertida”. Esta medida se toma en atención al tiempo promedio que un usuario invierte en los contenidos Web. Esto es, debe escribir organizando la información con los datos presentados de mayor a menor importancia, a través de la respuesta a las denominadas seis preguntas periodísticas: ¿Qué, quién, cuándo, dónde, por qué y cómo?.

Posteriormente en caso de las noticias desarrolle el gancho noticioso o informativo, con información de apoyo, entrevistas, vistazos o referencias.

Por último coloque la información menos relevante, teniendo en cuenta que el lector dedica unos pocos segundos a procesar cada información en la página web.

Todo el contenido a colocar en la página Web debe someterse a una revisión ortográfica y gramatical antes de ser publicadas. Además de aplicar la función de "corrección ortográfica" de procesadores de texto como Word, debe revisarse todo el contenido en forma no automatizada, ya que los correctores ortográficos no detectan todos los errores o problemas. Luego de terminar de crear su contenido debe pasarlo al editor para que este le dé una revisión final de ortografía, redacción y estilo.

### Redacción

1. El estilo y redacción de los textos debe ser sencillo, concreto y claro.
2. Se usan las fechas, no “hoy”, ni “mañana”.
3. Los párrafos deben ser de un máximo de cinco líneas, excepto en artículos, columnas y entrevistas.
4. Las notas informativas deberán presentar con claridad la noticia, respondiendo las seis preguntas básicas (qué, quién, cómo, cuándo, dónde y por qué) y citando al final de la misma la fuente informativa y su cargo.

5. El desarrollo de las notas informativas se basará en el principio de la “pirámide invertida”, redactando la información en orden decreciente, de manera que la nota se entienda cuando sea necesario recortarla, lo cual se hará sólo en casos estrictamente necesarios y en orden ascendente. Es decir, de lo más importante de la noticia a lo menos trascendental.
6. Evitar los adjetivos calificativos que hagan el contenido subjetivo.
7. Evitar editorializar, lo que significa hacer una interpretación o juicio personal sobre la noticia.
8. Evitar usar un lenguaje peyorativo (insultos), sin excepciones.
9. Usar vocabulario adecuado a la Institución.
10. Tanto en los créditos como en los textos se usarán los títulos académicos (ejemplo: Licenciado, Doctor, Ingeniero, Técnico); es válido también referirse a ellos mencionando su ocupación (ejemplo: litigante, mentor, catedrático, facultativo, profesional).
11. No llamar al Rector(a) por el apellido.
12. No repetir una palabra en el mismo párrafo, a menos que no exista un sinónimo que se pueda utilizar.
13. No repetir la misma palabra para iniciar párrafos consecutivos.
14. Procurar no iniciar párrafos consecutivos con palabras que comiencen con la misma letra. (Este vicio de estilo es muy frecuente al iniciar los párrafos con artículos determinados como el o la, entre otros).
15. No iniciar la entrada de un texto periodístico con comillas. En caso de iniciar con una cita textual, simplemente se omitirán las comillas.
16. No use palabras que puedan resultar inapropiadas u ofensivas. Si un título es corto y significativo, pero puede interpretarse de varias maneras, elija otro título.

## Titulares y Encabezados

1. Deben ser concretos y breves (hasta diez (10) palabras).
2. Todos los titulares deben ser capaces de entenderse por sí solos.
3. Deben ser lo más cortos posible y con suficiente fuerza para atraer la atención del lector.
4. Usar información en positivo. Escriba el título después de la nota.
5. Debe limitarse el uso de los signos de admiración e interrogación.
6. Las palabras del título no deben partirse.
7. Debe evitarse el uso de caracteres especiales.

8. El título de la página debe emplear la etiqueta de encabezado H1. (El sitio principal y subsitios coloca esta etiqueta de forma automática para el título de la página). El uso de titulares dentro del contenido debe ser estructurado usando encabezados de esta forma se facilita a los buscadores y a los lectores de pantalla la estructura del documento. H2 corresponde al primer nivel de encabezados dentro del contenido, H3 para los encabezados dentro de H2 y así sucesivamente (permite hasta H6).

### Negritas

1. Las palabras en negritas dentro del contenido deben facilitar la lectura al usuario, le indican a google que son importantes y están asociadas a los KEYWORDS.
2. La negrita servirá para destacar algunas palabras en el cuerpo del texto. No usaremos oraciones en negrita en el cuerpo del texto.
3. Las fuentes en negritas llaman la atención del lector siempre que no se usen en exceso. Reserve el uso de negritas para palabras y mensajes claves de forma que facilite el escaneo de la página al usuario.
4. Es positivo incluir dentro del texto en negrita la palabra Universidad Tecnológica de Panamá o UTP, siempre que el texto a resaltar lo amerite.
5. Es positivo incluir dentro del texto en negrita el nombre de la unidad o centro regional, siempre que el texto a resaltar lo amerite.

### Cursivas o itálicas

Las palabras en cursivas dentro del contenido atraen la atención del usuario y le indican a los buscadores que hay que tomarlas en cuenta.

Use cursivas para:

1. Los títulos de las publicaciones: libros, revistas, periódicos.
2. Los nombres propios de barcos.
3. Los apodos o sobrenombres.
4. Las palabras extranjeras.
5. Las palabras mal escritas a propósito.
6. Las iniciales o abreviaturas al final de una nota; las locuciones latinas.
7. Las marcas registradas.
8. Los nombres de las especies biológicas.

9. Las locuciones y expresiones en latín.
10. Los extranjerismos crudos.
11. Para indicar que una palabra o expresión es impropia, vulgar, procede de otra lengua o se utiliza irónicamente o con un sentido especial.
12. Los títulos de los libros, por el contrario, se escriben en cursiva cuando aparecen en textos impresos en letra redonda.
13. Las citas textuales se escriben en cursiva y entre comillas.

### Siglas

1. No deben utilizarse siglas en los títulos, al menos que sean muy conocidas.
2. **UTP** en los títulos siempre va en siglas.
3. Cuando se mencione, por primera vez, una dependencia gubernamental o empresa privada, debe escribirse el nombre completo y correctamente y encerrar sus siglas entre paréntesis, ejemplo: **Universidad Tecnológica de Panamá (UTP)**. A partir de entonces se usarán solamente las siglas o se referirá a ella como la dependencia, el organismo, etc., según sea el caso.
4. Las siglas se utilizarán en mayúscula y sin punto sin importar cómo se lean.

### Abreviaturas

1. Una abreviatura nunca debe quedar como único componente de una línea de texto; en esos casos, debe escribirse la palabra completa.
2. No debe escribirse una cantidad con letras seguida de la abreviatura del concepto cuantificado: veinte cts. por veinte centavos.
3. La palabra “ingeniería” no se abrevia en el sitio Web **UTP**.
4. Los nombres de las facultades no se abrevian.
5. Los nombres de las carreras no se abrevian.
6. Los nombres de las materias no se abrevian.

### Listas Desordenadas o Viñetas y Listas Ordenadas

Las listas ordenadas o desordenadas no solo permiten ordenar el contenido sino que le dicen a Google y lectores de texto que estas listas pertenecen a un grupo. También facilitan la lectura a los usuarios.

## Párrafos

Es importante dar un salto del línea (ENTER) cuando escribimos párrafos para facilitar la lectura a los usuarios y que google y lectores de texto entiendan que son bloques separados.

## Subrayado

Solo se utilizan en Link o enlaces para evitar confusión con estos. Por esta misma razón no se recomienda utilizar el azul ni el morado para resaltar texto en una página web.

## Etiquetas Meta (Metatags)

Las etiquetas meta o meta tags se usan para resumir la información de una página para buscadores, navegadores web y lectores de texto.

1. **Title:** actúa como título de la página, debe ser descriptivo, conciso e incluir palabras clave presentes en el contenido de la página. Debe utilizar un título diferente para cada página. No debe contener más de 65 caracteres.
2. **Description:** actúa como una descripción de la página y también debe estar formada por palabras clave y frases que resuman el contenido de la página web. No debe contener más de 145 caracteres. Debe utilizar una descripción diferente para cada página. La misma debe informar y a su vez crear interés en los usuarios al encontrarla dentro de un resultado de búsqueda.

Evite:

- una metaetiqueta description con contenido no relacionado con la página
  - descripciones genéricas como “Esto es una página web” o “Página sobre cromos de béisbol”
  - una descripción con sólo palabras clave, sin sentido para el usuario.
3. **Keywords:** se utiliza para resumir el contenido de un documento en base a unas cuantas palabras clave. Para elegir las debe buscar las palabras y frases relevantes (o keywords) que mejor definen el contenido de la página (aquellas que utilizarían los usuarios en un buscador para encontrar información sobre el tema del que trata su página). Las palabras deben separarse con comas y no deben contener más de 145 caracteres.

▼ **Meta tags**

**Description: \***  
Descripción general de la Dirección General de Tecnología de la Información y Comunicaciones  
Introduzca una descripción. Limite su descripción a 20 palabras, con un máximo de 160 caracteres. No debe de contener ninguna etiqueta HTML o cualquier otro formato.

**Keywords: \***  
Panamá, Universidad Tecnológica de Panamá, UTP, Dirección General de Tecnología de la Información y Comunicaciones, DITIC,  
Introduzca una lista de palabras clave separadas de comas. Evite duplicar palabras ya que esto produce un ranking menor en los buscadores.

## Fotografías e Imágenes

El uso de elementos visuales como fotos y gráficos estadísticos, entre otros, de forma efectiva puede mejorar la legibilidad de su página cuando los mismos reemplazan o refuerzan bloques largos de contenido.

La página Web está diseñada para ser vista en un monitor estándar de 1200 pixeles de ancho. Recuerde que la imagen y el contenido deben apreciarse bien.

Paralelo a la web de la **UTP** se está creando un banco fotográfico. Sin embargo, DICOMES está abierta al hecho de aceptar fotografías de otros autores para ser usadas dentro del sitio web. DICOMES revisará todas las imágenes y gráficos publicados en el sitio antes de que estos sean publicados.

Si la unidad responsable del contenido no tiene fotos propias, entonces solicitará a DICOMES su asistencia, y coordinar la producción de las mismas escribiendo a [dicomes@utp.ac.pa](mailto:dicomes@utp.ac.pa) Tel. 560-3328.

Las fotos para pantallas y banners la suministrará DICOMES directamente a DITIC.

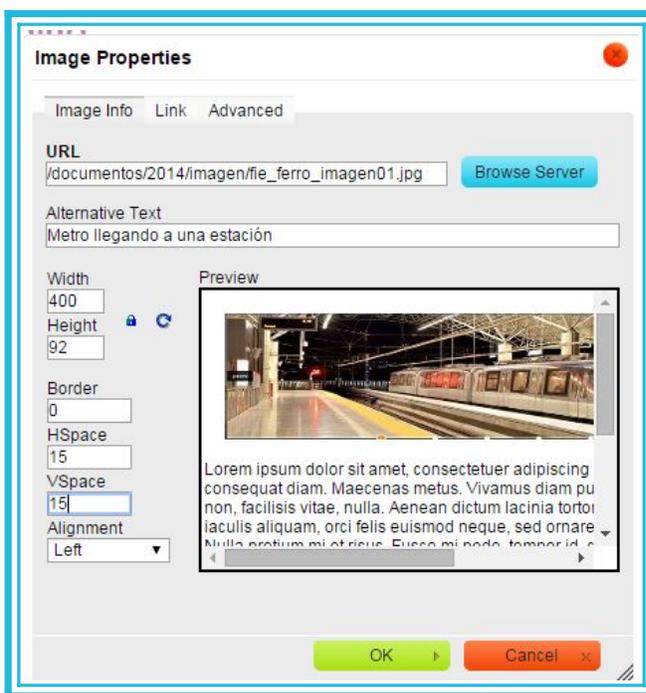
1. **Cuándo utilizar una imagen.** Asegúrese que las imágenes que utiliza ilustren (apoyen) el contenido textual o brinden información adicional sobre el tema. Cada imagen y gráfico debe tener un motivo para estar en la página. Apoyada por su alto grado de credibilidad, las imágenes deben aportar información agregando valor al contenido. Las imágenes del Sitio Web cumplen dos funciones distintas:
  - Documentación: registra los hechos sin que el fotógrafo intervenga en la acción, sólo es un observador.
  - Ilustración: utiliza recursos expresivos para recrear una situación, un ambiente o un personaje. Aquí se puede manipular la imagen con un fin artístico, pero debe quedar explícito.
  - **No utilice imágenes genéricas**, cliparts y otros elementos visuales sin significado. No utilice imágenes genéricas obtenidas de sitios gratuitos utilice imágenes de la UTP. Los usuarios prestan gran atención a fotos e imágenes que contienen información relevante. Sin embargo, ignoran imágenes comunes

gratuitas o compradas a terceros que se han incluido con un fin decorativo. Incluso hay estudios que demuestran que se mejora la retención en memoria cuando las imágenes meramente decorativas son removidas.

- Se permite el uso de imágenes de tablas, afiches, cuadros y comunicados siempre que el objetivo sea presentar el documento oficial (Rectoría, Consejos, otros). Pero el usuario debe incluir en forma textual la información presente en cada una de las imágenes.
- No se extralimite en el uso de fotos y gráficos. Recuerde que queremos mantener el mínimo "peso" en cada página, para que las personas que no tienen la mejor conexión a Internet puedan tener acceso al sitio Web. Pero por favor trate siempre de ilustrar. Como regla, limite el número de gráficos a no más de dos (2) por página.

## 2. Calidad y contenido de las imágenes

- Las fotografías deben ser a color. Sólo las imágenes históricas podrán ser en blanco y negro.
- Las imágenes a utilizar deben ser preferiblemente horizontales.
- Las fotografías deben tener valores de contraste y foco en un nivel óptimo
- Las imágenes deben tener buena iluminación y enfoque.
- Se debe revisar qué quedó registrado en las fotos, de forma que los elementos presentes en las mismas contribuyan a la buena imagen de la institución. Las fotografías deben exaltar los valores y principios de la UTP. Las personas, las edificaciones, las actividades, el patrimonio artístico, humano y/o cultural, deben sentirse en las muestras seleccionadas.
- Cualquier gráfico o imagen creado en otro formato (Ej. .tif) debe convertirse al formato .gif, .jpg o .png. antes de publicarse en una página Web.
- Utilice un programa de edición que le permita optimizar las imágenes para web y utilícelo siempre. Si la imagen que quiere colocar en el contenido es demasiado grande, no la escale dentro de la página web. Esto afecta la calidad de la imagen y el peso de la página. Si necesita editar una imagen, utilice un programa editor de



- imágenes para generar una copia de la imagen con el cambio de dimensiones ya realizado como: GIMP o PHOTOSHOP.
- Es posible minimizar los espacios de fondo superfluos o innecesarios de una imagen “recortándola”. Esto ayudará a que se centre la atención en la foto misma y reducirá el tamaño general de la imagen. Asegúrese de no sacar la imagen de contexto al recortarla.
  - No debe alterar el contenido de las imágenes.
3. **Texto alternativo.** El texto alternativo permite proveer más detalles acerca de la imagen o el destino de una imagen que tiene un hipervínculo. Mejorando con ello la accesibilidad a una página web para personas con determinada discapacidad. Permite proveer más información sobre la imagen para que los buscadores sepan de qué trata y proveer información a aquellos usuarios que navegan sin ver los gráficos web o que utilizan navegadores de sólo texto. Al redactar su texto alternativo tome en cuenta lo siguiente:
- Describir fielmente el contenido de la imagen
  - Incluir la palabra clave principal
  - Ser conciso
4. **Nombre del archivo.** El nombre del archivo es un indicador del contenido de la imagen. Una imagen llamada “edificio-postgrado-utp.jpg” probablemente muestre una imagen del Edificio de Postgrado de la UTP. Al escoger el nombre del archivo tome en cuenta lo siguiente:
- Incluir la palabra clave principal
  - Ser descriptivo. Debe representar el contenido de la imagen
  - Ser muy conciso. No es necesario que incluya tanta información.
  - Utilizar guiones para separar palabras.
  - No utilizar caracteres especiales
- Ejemplo:** El uso de un nombre genérico, como “foto.jpg”, no trae ningún beneficio en los buscadores. Debe ser más descriptivo, por ejemplo “discurso-rector-oscar-ramirez.jpg”. El uso de un nombre más específico, nos brinda más posibilidades de posicionarnos de primero en los buscadores.
5. **Formatos.** Cualquier gráfico a utilizar en el sitio debe estar en alguno de los tres formatos principales de imagen permitidos en la Web UTP son: .jpg, .png y .gif.
- .jpg: es el formato más popular. Permite comprimir imágenes que tienen grandes escalas cromáticas de color y degradados). Debe utilizarla para todas sus fotos.
  - .png. Utilícelo para imágenes con degradado y con transparencia.
  - .gif: Utilícelo para imágenes planas.
6. **Dimensiones**
- **Resolución:** Para todas las imágenes utilice 72 DPI.
  - **Tamaño:** Debe ajustar la imagen al tamaño establecido utilizando Gimp u

otro editor de imágenes no con el editor del sitio.

- Para ilustrar textos: ancho de 275px (vertical) / 300px (horizontal), alto proporcional.
  - Fotos de autoridades: ancho = 215px alto = 275px
  - Banner principal Home UTP ancho = 1150px alto = 350px
  - Banner de noticias - página inicial de secciones principales ancho=515px alto =300px
  - Banner de contenido - secciones principales web UTP / Centros Regionales / Facultades
  - Banner principal del Home Page de Centros Regionales / Facultades ancho = 1150px alto = 350px
- **Peso (kb).** Para lograr que su imagen tenga el menor peso posible y se visualice más rápido en la web, al momento de grabar la imagen, debe probar distintas opciones de calidad en el editor de imágenes y utilizar la menor calidad que le permita visualizar la imagen correctamente (sin que se distorsione). Para las imágenes del texto se recomienda lograr un peso aproximado de 45 Kb.
7. **Metadatos.** Los metadatos ayudan a los motores de búsqueda a encontrar sus imágenes. Por ello le recomendamos colocar metadatos apropiados y descriptivos en cada una de imágenes. Al crear los metadatos piense del modo que lo haría su audiencia - utilice en el título, descripción, etiquetas y comentarios las palabras que utilizaría su audiencia para buscar el tipo de contenido disponible en su página. Asegúrese de usar Panamá y UTP, además de las que describen el contenido de la imagen .
- Para agregar los Metadatos a la imagen, en Windows utilice botón derecho sobre la imagen, luego haga click en detalle y haga doble click sobre el valor del campo a modificar.
8. **Se recomienda llenar los siguientes:**
- **Título:** debe ser corto e incluir palabras clave sobre la imagen.
  - **Asunto:** Debe describir la imagen. Puede ser un poco más extenso que el pie de página.
  - **Etiquetas:** palabras clave sobre la imagen.
  - **Fecha de captura o adquisición:** Fecha en que se tomó la foto o fue adquirida por la UTP.
  - **Copyright:** Derechos de propiedad de la imagen.
9. **Contexto.** El texto que rodea las imágenes debe estar relacionado con el contenido de la imagen. No sólo el pie de foto o el título, sino también el contenido de la página en la que aparece la imagen, especialmente, los encabezados y título de la página (en la medida de lo posible). En otras palabras, la imagen que coloque en una página no debe tener un fin decorativo, sino ilustrativo. Si el texto cercano a la imagen no tiene relación con la misma, la relevancia para el buscador será baja.

10. **Copyright (Derecho de autor).** Como regla, en sus Sitios Web, la UTP no utiliza gráficos con derechos registrados. Si se requiere una excepción, comuníquese con DICOMES y Asesoría Legal, para recibir orientación.
- Para utilizar una foto, imagen o gráfico usted debe poseer, comprar u obtener los derechos de la misma.
  - Las fotos que usted tome en eventos especiales de la UTP o las fotos oficiales de los funcionarios y estudiantes de la UTP pueden publicarse libremente en los productos Web de UTP. Las fotos tomadas en eventos que no sean los eventos oficiales de la UTP ni proporcionadas por DICOMES necesitan del permiso por escrito de las personas que aparecen en las fotos, antes de su publicación.
  - Las fotos tomadas de otras fuentes (periódicos, libros, organizaciones no gubernamentales, etc.) necesitan del permiso de la organización por escrito, antes de publicarse.
  - Las imágenes captadas por beneficiarios o contratistas de UTP se convierten en propiedad de la UTP, por lo tanto, son de dominio de la comunidad UTP para uso oficial de la UTP. Verificar validez de este texto. No aplica en el caso de noticias y reportajes.
  - No está permitida la atribución personal (nombres personales de individuos, contratistas o beneficiarios) en las páginas Web de UTP. Verificar validez de este texto.
11. **Pie de Foto de una imagen (Utilizado en las noticias – Galerías).** Un pie de foto o imagen, es el texto breve que aparece debajo de la misma y debe seguir algunas pautas tales como:
- No debe repetir lo que aparece como título de la imagen.
  - Debe aportar los datos informativos necesarios para esclarecer y/o complementar lo que muestra la imagen.
  - Debe ser narrativo o descriptivo, según el caso.
  - Las personas enumeradas en los pies de las imágenes llevarán títulos profesionales u honoríficos debido al carácter académico de la Institución.
  - Las imágenes distintas no deben tener el mismo pie de fotos.
12. **Espacio Horizontal y Espacio Vertical.** Agregue espacio alrededor de una imagen, utilice las propiedades espacio vertical y espacio horizontal que ofrece el editor de contenidos de la página Web. Utilice 15 píxeles como medida estándar en este espacio.
13. **Créditos**
- Las fotos del portal UTP no llevan créditos. En las publicaciones sí llevan crédito.
  - Las notas periodísticas UTP no llevan créditos.
  - Los créditos pueden colocarse en la metainformación de la imagen

## Tablas

Las tablas existen en la web por un motivo: desplegar data tabular de una forma en que se mantenga la relación entre los elementos de la misma, aún cuando el usuario no vea (por ejemplo: Google, persona no vidente utilizando un lector de pantalla).

Cuando son utilizadas correctamente permiten presentar la información de manera concisa y utilizando mucho menos espacio del que podría requerir un texto a una sola columna.

**El uso de tablas para diseñar no es accesible.** Al igual que los motores de búsqueda, los lectores de pantalla leen las páginas web como aparecen en el código HTML. El uso de una tabla para representar información que no guarda una relación entre filas y columnas dificulta innecesariamente la lectura del contenido. Por ello no se recomienda su uso para diseño.

### Lineamientos para el uso adecuado de las Tablas:

1. **Deben ser utilizadas solo para presentar data tabular.** Aquella que se adecúa de forma natural a una rejilla, en otras palabras donde la data describe un número de objetos que comparten las mismas propiedades. Cada columna y fila comparten contenido similar.
2. **Defina encabezados para columnas y filas.** Según corresponda, con el fin de facilitar la lectura por personas con discapacidad.
3. **Coloque el título de la tabla.** Esto debe realizarse en el campo título cuando crea la tabla y no como un texto del contenido ubicado cerca de la misma. Debe describir brevemente el contenido de la tabla.
4. **No utilice las tablas para diseñar (estilizar o diagramar)** el contenido que esté colocando.
5. **No utilice bordes en las tablas.** Los bordes pueden verse de manera diferente en los distintos navegadores y plataformas.
6. **Utilice los colores de fondo habilitados en el editor predeterminado.** para permitir una mejor lectura.
7. **Utilice tablas simples.** Sus tablas deben ser lo más simples posible, ya que las tablas de por sí son de difícil lectura para los lectores de pantalla y el grado de complejidad de la misma lo dificulta aún más. Esto se debe a que al leerlas de forma lineal, es difícil mantener la información por columna y entre más compleja es la tabla más difícil es definir en la lectura, cada relación.
8. **Utilice el atributo summary para brindar información sobre el contenido de la tabla.** El objetivo del summary es brindar un breve resumen de cómo se encuentran organizados los datos en la tabla o una breve explicación de como leer la tabla. Esta información no se muestra visualmente sino a aquellas personas que utilizan lectores de pantalla. Este resumen es especialmente útil cuando la tabla tiene una estructura compleja (por ejemplo, cuando hay varios conjuntos de encabezados de fila o columna,

o cuando hay varios grupos de columnas o filas). Este resumen también es útil para las tablas simples que tienen muchas columnas y filas de datos. El atributo summary no debe duplicar el título de la tabla. **En el editor el campo a llenar es “síntesis”.**

Se considera que una información es tabular cuando la relación lógica entre texto, número, imágenes u otros datos existen en dos dimensiones (vertical y horizontal). Estas relaciones son representadas mediante filas y columnas. El uso del elemento table con los elementos hijos tr, th y td permite que esta relación se perciba. El uso de elementos visuales como tabs, negritas o el elemento pre no implica la relación lógica requerida. **En el editor el campo a llenar es “encabezados”.**

### **Puntos para verificar si se ha utilizado la tabla de forma apropiada:**

1. Determine si el contenido de la celda guarda relación con otro contenido tanto en cuanto a columna como en fila. De no ser así se está usando la tabla para diagramar.
2. Verifique que se han utilizado los encabezados de columna y fila.
3. Verifique que se ha utilizado el caption para colocar el título de la tabla y el summary para describir la organización de la tabla o explicar cómo utilizar la misma.

### **Ejemplos**

Ejemplos de tabla utilizada para diagramar.

En estos ejemplos se ha utilizado la tabla para ubicar las imágenes a izquierda y/o derecha del texto.

Se deben utilizar las propiedades de alineación de la imagen (izquierda y derecha).

En este ejemplo se utilizó la tabla nuevamente para diagramar en este caso el fin fue colocar el texto debajo de la foto. Como ya se explicó esto dificulta la lectura a los buscadores y lectores de pantalla.

Se presentan a continuación dos ejemplos de cómo presentar la misma información de forma más legible para los mismos.

Docentes e Investigadores Miembros del Sistema Nacional de Investigación (SIN) en la UTP – Período 2012-2014

Nombre	Área de Especialidad	Facultad	Categoría Nacional
Dra. Casilda Saavedra	Ingeniería Ambiental	Facultad de Ingeniería Industrial (FII)	1
Dr. Abdiel O. Pino	Ingeniería Óptica	Facultad de Ciencias y Tecnología (FCT)	1

VS

Docentes e Investigadores Miembros del Sistema Nacional  
de Investigación (SIN) en la UTP – Período 2012-2014

1. **Dra. Casilda Saavedra**  
Área de Especialidad: Ingeniería Ambiental  
Facultad de Ingeniería Industrial  
Categoría Nacional: 1
2. **Dr. Abdiel O. Pino**  
Área de Especialidad: Ingeniería Ambiental  
Facultad de Ingeniería Industrial  
Categoría Nacional: 1

**Más información revisar:**

- <http://accesibilidadweb.dlsi.ua.es/?menu=guiabreve-9>
- <http://usuarios.discapnet.es/disweb2000/blog/2005/06/paso-13-tablas-accesibles.html>

## Documentos Sitio Web UTP

No utilice documentos en lugar de páginas web cuando lo que se desea es que el usuario lea el contenido en línea. Las páginas web son más usables y accesibles para los usuarios, colocar la información en un documento interrumpe su navegación ya que el usuario debe descargar y abrir el documento.

Al acceder a un documento el usuario se ve obligado a ajustarse a un formato de navegación no diseñado para una pantalla sino para una hoja de papel. Sin embargo son adecuados cuando

dicho documento es lo que buscaban al navegar. Por ejemplo un libro, revista, documento que desea imprimir, etc. También es adecuado colocar información muy extensa o compleja en un documento para descargar cuando no se cuenta con los recursos para colocarlo en formato de página web.

1. **Formatos de documentos (pdf, doc, xls, tiff, jpg, gif...):** Existe varios formatos con lo que se pueden crear los documentos, pero en el sitio web de la UTP, se recomienda los siguientes formatos por ser los más utilizados:
2. **.pdf:** para documentos extensos o que se desean imprimir. También para aquellos documentos creados con Latex.
3. **.doc o .docx:** para aquellos documentos que sean editables. Si el documento no debe ser editado, conviértalo a pdf optimizado para web.
4. **.ppt o pptx:** para presentaciones que se puedan visualizar o utilizar. En ocasiones es conveniente colocar también una versión pdf de las mismas.
5. **.xls oxlsx:** para hojas de cálculo que se desea sean editadas o que puedan efectuarse operaciones sobre la misma. Si el documento no se desea que sea editado o que se ejecuten operaciones sobre el mismo, es mejor convertirlo a pdf optimizado para web.
6. **.jpg o .png:** para las imágenes con degradados.
7. **.gif:** para las imágenes planas.

**Nota:** la visualización correcta de estos archivos dependerá de si el usuario cuenta con el programa apropiado para abrir el documento. Al guardar un documento no se recomienda el uso de la última versión, ya que limita el número de personas capaces de accederlo.

8. **Optimización de los documentos:** El tamaño o peso de los archivos es muy importante por ello debe esforzarse en que estén lo más optimizados posible. Un archivo que pese varios megas al momento de la descarga tomará mucho tiempo e incluso puede llegar a no descargarse. Se sugiere utilizar las herramientas: LibreOffice Draw para los archivos en PDF y Gimp para la optimizar las imágenes.No se debe convertir un documento textual a imagen.
9. **Tamaños:** Para documentos muy pesados, es necesario dividirlos en dos o más partes.
10. **Nombres de documentos:** Los nombres de los archivos deben tener relación con la información que se hace referencia, por ejemplo.

Utilice: “**calendario-pago-junio-2014.pdf**”

No utilice: “**informe-mes.pdf**”

Los títulos extensos pueden abreviarse y puede utilizar siglas conocidas en el nombre. Todos los nombres de archivos deben ser alfanuméricos. No deben utilizarse espacios en un nombre, ni tildes, ni caracteres especiales. Puede utilizar el guión para separar palabras pero no el subrayado. Los nombres de los archivos en la Web son sensibles a las distintas formas de escritura. Para evitar problemas o confusión, procure que todos los nombres de archivos y de carpetas de los sitios de la UTP en Internet y en la intranet se

escriban en minúscula.

Utilice: **www.utp.ac.pa/correo-utp.pdf**

No utilice: **www.utp.ac.pa/Correo\_UTP.pdf**

11. **Metadatos del documento:** Los metadatos ayudan a los motores de búsqueda a indexar sus documentos. Por ello le recomendamos colocar metadatos apropiados y descriptivos en cada uno de ellos. Al crear los metadatos piense del modo que lo haría su audiencia - utilice las palabras que utilizaría su audiencia para buscar el contenido del documento. **Cuando tenemos nuestro archivos en LibreOffice antes de convertir el archivo a pdf**, tenemos que agregarle algunos datos (**Título, Keywords, subject**) a nuestro documento, estos datos son los metadatos que ayudan en la indexación de los documentos.
12. **Copyright:** Todos los archivos utilizados en cualquiera de los productos Web de la UTP deben ser propiedad de la misma, o poseer los derechos requeridos para su publicación y/o utilización. La información publicada en la página principal de UTP en Internet debe mantenerse en forma consecuente con las leyes vigentes. Todo documento que se suba al sitio web UTP debe ser revisado y aprobado por el jefe de la unidad. Deben ser válidos y actualizados.
  - Siendo la UTP una entidad educativa de nivel superior oficial, el sitio Web de la UTP en Internet y todo su contenido son de dominio público. Cualquier persona puede establecer un enlace a cualquier material redactado o creado en el sitio Web de UTP. En caso de duda, dirigirse a DICOMES o a Asesoría Legal UTP.
  - Como regla, en sus sitios Web la UTP no utiliza gráficos con derechos registrados. Si se requiere una excepción, comuníquese con DICOMES, DITIC y Asesoría Legal, para recibir orientación.
  - Las fotos y gráficos realizados por beneficiarios o contratistas de UTP se convierten en propiedad de la UTP, por lo tanto, son de dominio de la comunidad UTP para uso oficial de la UTP. Verificar con DICOMES---No aplica en noticias ni reportajes.
  - Mantenimiento: Las páginas tendrán una barra inferior indicando que persona y unidad que la actualiza y la fecha de la última actualización, esto solo será visible para los usuarios del sitio web UTP, para llevar una estadística y no serán visible para nuestros visitantes.
13. **Antivirus:** En todos los archivos debe verificarse la ausencia de virus utilizando la versión más reciente del software antivirus estándar de la UTP antes de publicarlos en el sitio Web.

14. **Enlace al documento.** Las palabras subrayadas que conducen a un documento deben describir el contenido del documento, debe especificar en el texto del enlace, el tamaño y tipo del documento. Además, el documento debe ser abierto en una nueva página. (Para mayor información vea el punto enlaces). Por ejemplo:

No utilice: Descargue la guía aquí.

Utilice: Descargue la guía de Física 1 (pdf, 4Mb).

## Enlaces

Los enlaces facilitan al usuario navegar a través de la web. Pueden ser utilizados para llevar al usuario a otra página del sitio, a otro sitio de la misma empresa o a un sitio externo.



### 1. Texto de los enlaces definidos

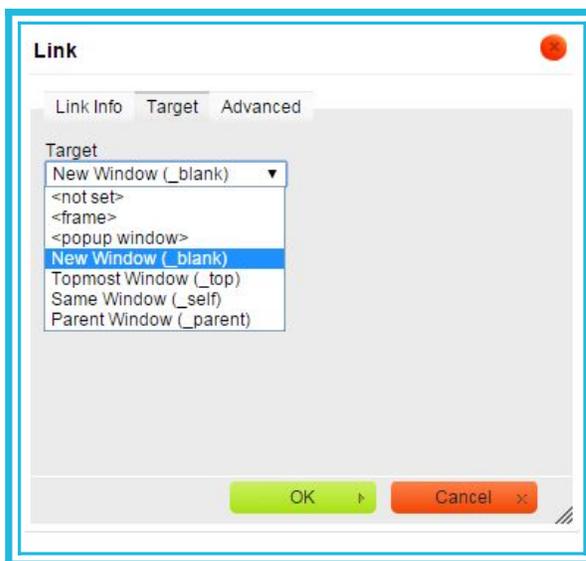
- **Debe describir lo que el usuario encontrará en la página vinculada.** El software que "lee" el enlace a una persona con dificultades visuales literalmente lee las palabras subrayadas. Dos enlaces distintos no deben tener el mismo nombre ya que es confuso para el usuario. **No utilice** palabras genéricas como: **haga click aquí, ver más, más información.** Por ejemplo.
  - Utilice: Visite nuestros planes de Estudio.
  - No utilice: Planes de Estudio. Haga click aquí.
- **Deben iniciar con palabras clave y similares al título de la página o documento que enlaza.**
- **No debe estar en mayúscula o minúscula cerrada.** La mezcla de ambas es más escaneable por el usuario.
  - No utilice: minúscula cerrada: visite nuestra oferta académica.
  - No utilice: mayúscula cerrada: VISITE NUESTRA OFERTA ACADÉMICA.
- **No utilice palabras inventadas, sólo abreviaturas universalmente aceptadas.** Se debe evitar confundir al usuario y a los motores de búsquedas.
  - No utilice: CIDITIC (porque no es una abreviatura conocida universalmente)
  - Puede utilizar: ADN, OEA, ONU, FAO, etc.
- **Longitud.** Deben ser concisos y lo suficientemente claros, para que no sean cortados por google. Aproximadamente no más de 10 palabras.

- No utilice: Visite nuestra oferta académica en los Centros Regionales de ciudad de Panamá y Provincias del territorio nacional.
  - Puede utilizar: Visite nuestra Oferta Académica en Panamá.
  - **No debe utilizar imágenes en lugar del texto.** Las imágenes en reemplazo de texto, en un enlace, dificultan el buen posicionamiento en los buscadores, la lectura de los mismos por los lectores de pantalla e incluso por el usuario común. En la ilustración se muestra como ha sido colocada una imagen en lugar de un enlace. Debió utilizarse en lugar de la imagen: Calendario de Pago y Cierre de Planilla del Primer Semestre 2014 (pdf, 400 Kb).
2. **Colores de los enlaces.** El sitio web ya tiene configurado los colores que tendrá un enlace en sus distintos estados, por lo que no debe variar. En caso de que desarrolle su propio sitio no altere estándar establecido para los enlaces.
3. **Destino del enlace.** Un aspecto, que podemos variar al crear un enlace, es el lugar en el que se debe desplegar el nuevo contenido al que vamos a acceder. Habitualmente dejamos que se abra en la misma ventana en la que esté la página web o que sea el usuario el que decida si quiere crear una nueva pestaña o ventana. No obstante, podemos influir en esa decisión indicando mediante el parámetro target, un destino determinado. Al atributo target se le puede asignar los siguientes valores: `_blank`, `_parent`, `_self` y `_top`. De ellos son relevantes:

- **`_blank`:** Abre el documento vinculado en una ventana nueva del navegador.
- **`_self`:** Es la opción predeterminada, si usted no especifica el atributo está es la opción que se aplicará. Abre el documento vinculado en el mismo marco o ventana en que se encuentra el vínculo.

**Cuándo utilizar uno u otro dependerá del tipo de enlace.** Por ejemplo,

- Cuando lo que se desea enlazar es un archivo, el mismo debe establecerse en una página en blanco (`_blank`).
- Si se enlaza a un sitio ajeno a la universidad, debe de enlazar a una página en blanco (`_blank`).
- Si es un enlace a una página de la UTP distinta de la actual (ej. Portal enlaza a un Centro de Investigación de la UTP), entonces no se necesita establecer el destino del enlace.



4. **Tipos de enlaces.** Es posible colocar enlaces hacia:
- **Otras páginas.** Pueden crearse enlaces a otras páginas siempre que el enlace agregue valor al sitio UTP y no repita la información en el sitio Web.
  - **Otras páginas de nuestro sitio o de otros sitios de la UTP.**
  - **Páginas que no pertenecen a la UTP.** No se puede incluir en el sitio web un enlace hacia información de la UTP alojada fuera del servidor de la UTP. Como regla, los enlaces no pueden promocionar productos o servicios específicos con fines de lucro. Nota: Sólo se permite realizar enlaces a las páginas principales o a las direcciones de correo electrónico de asociados a la UTP con fines de lucro, previa autorización de Rectoría o DICOMES, cuando se promuevan los objetivos de servicio a la comunidad UTP y los programas de la UTP. La norma es que un enlace lleve al usuario a una página dentro del sitio cuando no sea así debe indicársele esto al usuario. Utilice como **destino \_blank**.
  - **Documentos (pdf, doc, xls, ppt).** Estos archivos deben de residir en los servidores de la universidad. Los enlaces a estos archivos solo pueden crearse a través del módulo para adjuntar archivos a un contenido, o enlazarlos a través del editor de texto. Utilice como destino **\_blank**. Por usabilidad y accesibilidad cuando se enlaza a un documento se recomienda especificar en el texto del enlace el tamaño y tipo del documento. Por ejemplo:
    - No utilice: Descargue los documentos del curso de Física 1.
    - Utilice: Descargue los documentos del curso de Física 1 (pdf, 4Mb).
  - **Archivos de imagen (gif, png, jpg, jpeg).** Estos archivos deben de residir en los servidores de la universidad. Los enlaces a estos archivos solo pueden crearse a través del módulo para adjuntar archivos a un contenido, o enlazarlos a través del editor de texto. Utilice como **destino \_blank**.
  - **Hacia direcciones de correo electrónico.** No es muy apropiado colocar enlaces hacia correo electrónico ya que el método no es confiable ya que depende del cliente de correo instalado en la máquina del usuario. Debe solicitar un formulario si lo que desea es retroalimentación del usuario. Si desea que el usuario conozca el correo de la o las personas que puede contactar asegúrese de que el mismo se muestre visible en el texto del hiperenlace. Utilice como **destino \_blank**.
    - No utilice: Contacte a María Pérez
    - Utilice: Contacte a maria.perez@utp.ac.pa
  - **Hacia protocolo ftp:** Los navegadores son capaces de gestionar otros protocolos distintos a HTTP, por ejemplo el protocolo FTP. Utilice como destino **\_blank**.

**Nota:** El URL del enlace es sensible a las distintas formas de escritura; por lo tanto, la forma de escritura de las carpetas, nombres de archivos y extensiones deben coincidir con la forma de escritura de la URL de la página Web a la cual está realizando el enlace. Como norma debe nombrar sus archivos completamente en minúscula y sin espacios en blanco puede utilizar el guión para separar palabras pero no el subrayado.

5. **Título del enlace.** Es posible brindar mayor claridad sobre el destino del enlace mediante el campo de título. El texto del enlace debe ir acorde a la redacción en donde aparece por lo que mediante el título se puede colocar información un poco más detallada acerca de adonde me llevará el mismo. Esta información se le muestra al usuario cuando ubica el mouse sobre el mismo.
  - **Por ejemplo:** en la página “Hoja de Vida de las Autoridades”
  - [Dr. Oscar M. Ramírez R. \(pdf, 2Mb\)](#) El título del enlace podría decir “Hoja de Vida del Rector de la UTP”

## Reglas Básicas para Escribir

Debido a la universalidad del lenguaje periodístico y las múltiples fuentes de información de que se nutre, con frecuencia surgen dudas en cuanto a la forma correcta de escribir frases, palabras o cifras.

El Manual de Estilo permite un entendimiento entre todos los actores de la redacción: articulistas, reporteros, jefes, correctores, diseñadores, escritores, publicistas; en fin, todos los que hacen uso del lenguaje escrito. Es importante leerlo todo, pero lo más importante es aplicar todas y cada una de sus reglas.

Cualquier tema estrechamente relacionado con la Universidad se puede considerar, siempre bajo los parámetros y criterios de edición de la Institución, confiados a DICOMES.

Se permitirá un tono menos formal en el Boletín RADAR y en las áreas relacionadas con el Sistema de Ingreso Universitario (SIU). (Sección de Admisión y Estudiantes)

## Colgados

Son aclaraciones del título, sólo se emplean cuando el titular requiere de algunos detalles, como complemento del mismo. Se escriben en itálica, negrita y letra Arial de ocho 8 puntos (Arial 8).

## Guiones y rayas

- La raya (-) se usa para:
  1. Señalar oraciones incidentales
  2. Indicar a los interlocutores de un diálogo
  3. Sustituir palabras mencionadas inmediatamente antes (en una bibliográfica, por ejemplo).
- Menos (-). Tiene el mismo ancho que otros signos matemáticos ( $\%$   $+$   $\div$   $=$ ) y se usa en operaciones aritméticas y números negativos. Lo usaremos únicamente como signo matemático.
- Guión (-). Sus funciones principales son:
  1. Unir palabras compuestas o que tienen entre sí algún grado de dependencia.
  2. Relacionar dos o más palabras, números, etc.
  3. Indicar la división silábica de una palabra y al final de un renglón cuando no cabe entera la palabra. (no lo utilice con este fin).

## Idioma

1. No deben utilizarse palabras de otras lenguas cuando existe una en el español para expresar lo que se desea comunicar.
2. El contenido de la página va en español, salvo excepciones autorizadas por DICOMES.
3. Los nombres de las organizaciones de la administración pública, centros de salud, universidades, centros de investigación, asociaciones, colegios, profesionales, federaciones y confederaciones se escribirán en su idioma original y de no ser el español, se colocarán en *itálica*.
4. Los nombres propios se escribirán en su idioma original y de no ser el español, se colocarán en letra normal.
5. Los nombres de empresas privadas, títulos de publicaciones, conferencias, ponencias y cursos se escribirán en su idioma original y en *itálica*, de no ser en español.

## Comillas

1. Encierran entre comillas las palabras textuales que se reproducen dentro de un enunciado en estilo indirecto: Desde la Rectoría exigieron “un compromiso de las autoridades para el esclarecimiento de estos graves hechos”.
2. Para indicar que una palabra o expresión es impropia, vulgar o se utiliza irónicamente o con un sentido especial: Dijo que la comida llevaba muchas “especies”; Parece que últimamente le va muy bien en sus «negocios».
3. Cuando en un texto manuscrito se comenta un término desde el punto de vista lingüístico, éste se escribe entre comillas.
4. Se usan las comillas para citar el título de un artículo, un poema, un capítulo de un libro, un reportaje o, cualquier parte dependiente dentro de una publicación.
5. El texto que va dentro de las comillas tiene una puntuación independiente y lleva sus propios signos ortográficos. Por eso, si el enunciado entre comillas es interrogativo o exclamativo, los signos de interrogación y exclamación se escriben dentro de las comillas: Le preguntó al conserje: “¿Dónde están los baños, por favor?”, “¡Qué ganas tengo de que lleguen las vacaciones!”; exclamó.

## Citas

1. Las citas deben ir entre comillas siempre.
2. Si el texto que se reproduce consta de varios párrafos se reproduce la cita con sangrado respecto del resto del texto y generalmente en un tipo de letra menor. En ese caso, ya no son necesarias las comillas.

## Nombres

1. La primera vez que se mencione a una persona en el texto debe escribirse su nombre completo y el título o cargo que ocupe.
2. No se utilizarán iniciales en los nombres en los contenidos. Sí se utilizarán iniciales de nombres en el Directorio de la Web.
3. Se usará el apellido de soltera a menos que la interesada solicite otra cosa o que el nombre usual vaya acompañado por el apellido de casada.

## Uso de las mayúscula y minúscula

Se escriben con mayúscula:

1. La palabra Universidad e Institución se escriben siempre con mayúscula cuando se refieren a la **UTP**. La palabra Facultad se escribe con mayúscula cuando se refiera a una facultad en específica.
2. Puede utilizarse la mayúscula o la minúscula en los sustantivos y adjetivos que entren en el título de cualquier obra. Ejemplo: Historia de la Literatura Española o Historia de la literatura española; Código Civil o Código civil.
3. Las festividades de tipo religioso, institucional, patriótico o popular y los acontecimientos deportivos o culturales importantes. Ejemplo: Semana Santa, Primero de Mayo, Año Nuevo, Juegos Olímpicos, Quinto Centenario, Año Internacional de la Mujer.
4. Llevan letra inicial las palabras representativas de seres o conceptos que quien escribe desea destacar por veneración, respeto o énfasis. Ejemplo: referidos a Dios o la Virgen, el Derecho, la Ley, la Geomática, la Topografía, la Informática, etc.
5. Llevan mayúscula inicial los nombres de periodos históricos, de hechos relevantes y de movimientos religiosos, políticos o culturales consagrados por el uso. Ejemplo: la Antigüedad, la Edad Media, el Siglo de Oro, la Reforma, el Renacimiento, el Siglo de las Luces, la Semana Trágica, la Segunda República.
6. Sin embargo, deben escribirse con minúscula, siempre que no formen parte de un título, los nombres de los días de la semana, de los meses y de las estaciones del año y de las notas musicales.
7. Las instituciones, organismos oficiales y las razones sociales de empresas o instituciones privadas se escriben con mayúscula cuando se cite su nombre propio, aun con una elipsis. Ejemplo: el Gobierno, el Gobierno de Francia, el Banco Popular, etc.
8. Los cargos, títulos y honores se escriben con mayúscula cuando van seguidos del nombre de la persona. (La Rectora, el Vicedecano, el Vicerrector).
9. Las guerras, tratados y demás acontecimientos históricos se escriben con mayúscula inicial. Ejemplo: la Primera Guerra Mundial, etc.
10. La palabra Derecho se escribe con mayúscula sólo cuando se refiere al Derecho objetivo (conjunto de normas jurídicas, leyes, reglamentos, códigos, etc.). Ejemplo: Derecho civil. Irá en minúscula cuando se refiere a un derecho subjetivo (la facultad de poder que el Derecho objetivo atribuye a una persona natural o jurídica). Ejemplo: derecho a la vida, derecho al honor o derecho de rectificación.
11. Los nombres genéricos y oficiales de inmuebles oficiales, se escribirán con mayúsculas (Palacio Municipal, Biblioteca Pública).
12. Todos los textos, pie de fotos y subtítulos se escribirán en tipo frase. Los títulos de infografías y gráficos se escribirán en tipo título.
13. La primera palabra de un escrito y después de punto seguido o aparte. (Ejemplo: El pasillo está silencioso. Los estudiantes están concentrados.)

14. Después de dos puntos, cuando se citan palabras textuales. Ejemplo: Como dice su lema: “Hacia la excelencia, a través del mejoramiento continuo”).
15. La primera palabra que sigue al signo de cierre de interrogación (?) o exclamación (!); a menos que lleve coma. (Ej: ¿Cómo? Habla más alto. ¡Qué alegría! Vente pronto).

## Números

1. De uno a diez, con letras (excepto en fechas y edades). De 11 en adelante, con números.
2. En una lista de números la conjunción ó lleva tilde (acento gráfico).
3. En cantidades grandes, se combinarán números y letras (ejemplos: mil 230, un millón 500 mil), facilita su lectura.
4. Se utilizarán los números cuando se señalen fechas, horas o resultados en los deportes, monedas.
5. En las listas de requisitos o documentos legales, se escribirá en letras y números, el número irá entre paréntesis.

## Acentos

1. La sílaba tónica es aquella que suena con mayor intensidad en la palabra y su acento puede ser de dos tipos: Prosódico, cuando solamente se pronuncia y Ortográfico, cuando se usa el acento ortográfico o tilde.
2. Se usarán tildes siempre que se requieran, sin importar si son mayúsculas o minúsculas, palabras de origen latino (hábeas, fórum, currículum, referéndum).
3. Las palabras acentuadas en la última sílaba se llaman “agudas”. Llevan acento ortográfico si terminan en “n”, “s” o vocal. Ejemplos: canción, papá, compás, tabú, colibrí, llamé, comió.
4. Las palabras acentuadas en la penúltima sílaba se llaman “graves”. Llevan acento ortográfico si no terminan en “n”, “s” ni vocal. Ejemplos: lápiz, cárcel, árbol, álbum, César. La palabra examen no se tilda. La palabra exámenes, se tilda.
5. Las palabras acentuadas en la antepenúltima sílaba se llaman “esdrújulas”. Llevan acento ortográfico siempre. Ejemplos: esdrújula, cómoda.
6. Las palabras acentuadas antes de la penúltima sílaba se llaman “sobreesdrújulas”. Llevan acento ortográfico siempre. Ejemplo: intrínsecamente, lícitamente.
7. En los casos de palabras compuestas cuyos dos elementos originales llevaban tilde, el primero perderá el acento ortográfico. Ejemplo: decimoséptimo.
8. Cuando los dos elementos de una palabra compuesta van separados por un guión corto, ambos conservarán la acentuación original. Ejemplo: crítico-biográfico.
9. Los adjetivos terminados en “mente”, conservarán siempre la acentuación original. Ejemplo: explícitamente, legalmente.
10. Llevarán acento ortográfico los pronombres éste, ése, aquél, aquéllos, aquéllas, etc., para distinguirlos de los adjetivos. Esto, eso, aquello, no llevan tilde nunca.

11. Llevarán acento ortográfico: cuál, quién, qué, cómo, dónde, cuándo, cuánto, si tienen valor interrogativo o admirativo.
12. Los adverbios sólo y aún cuando significan únicamente y todavía, respectivamente. Excepciones: para destruir el diptongo y formar otra sílaba. Ejemplos: maíz, día, María.
13. Cuando al verbo sin acento se le añade un pronombre. Ejemplo: muévete.
14. Los monosílabos (fui, vio, dio, di,) no se acentúan, con excepción de cuando pueden ser confundidos con otra palabra. Ejemplos: sí (afirmativo) si (condicional) dé (verbo dar) de (preposición) sé (verbo saber) se (reflexivo) él (pronombre) el (artículo) tú (pronombre) tu (posesivo) té (planta) te (reflexivo).
15. No se tildan las conjugaciones de verbos cuyo infinitivo tiene diptongo ui: contribuir, contribuido, sustituir, sustituido, imbuir, imbuído.
16. La palabra “aún” se acentúa cuando se puede sustituir por “todavía”. No se acentúa cuando significa “inclusive”.
17. La palabra “sólo” se acentúa cuando se puede sustituir por “solamente”. No se acentúa cuando significa “solo”, de soledad.

## Comas

1. Los enlaces como esto es, es decir, o sea, en fin, por último, por consiguiente, sin embargo, no obstante, además, en tal caso, por lo tanto, en cambio, en primer lugar, y adverbios o locuciones que desempeñan la función de modificadores oracionales, como generalmente, posiblemente, efectivamente, finalmente, en definitiva, por regla general, quizás, colocados al principio de una oración, se separan del resto mediante una coma. Cuando estas expresiones van en medio de la oración, se escriben entre comas.
2. No utilizar comas entre el sujeto y el verbo, al menos que haya una frase explicativa entre ellos.
3. No utilizar comas cuando en el texto median las conjunciones coordinantes: y, ni, o. Ejemplo: La carrera no está saturada y se ofrece completa.
4. Cuando se elimine el verbo se indicará con una coma.
5. No se utiliza la coma entre el nombre y el cargo de la persona, porque estaríamos diciendo que sólo hay ese ingeniero o la profesión o cargo que ostente la persona de la que se hace referencia.
6. No se utilizará la coma para separar al sujeto del verbo, ejemplo: El Rector dijo que este año será favorable para la economía panameña.
7. Se utilizará la coma cuando se invierta el orden de la oración.
8. Punto (.), dos puntos (:), puntos suspensivos (...), punto y coma (;)
9. Después de los subtítulos no van dos puntos (:) ni punto.
10. El punto va fuera del paréntesis.
11. El punto va fuera de las comillas.
12. En las listas de frases, cada una se termina con un punto.
13. Los signos de puntuación correspondientes al período en el que va inserto el texto entre

- comillas se colocan siempre después de las comillas de cierre: Sus palabras fueron: «Estamos trabajando en ello»; y al final el proyecto se llevó a cabo.
14. El punto y coma indica una pausa mayor que la marcada por la coma y menor que la señalada por el punto. Se escribe pegado a la palabra o el signo que lo precede, y separado por un espacio de la palabra o el signo que lo sigue. La primera palabra que sigue al punto y coma debe escribirse siempre con minúscula., a menos que la regla indique que debe escribirse con mayúscula-
  15. Por lo general no se utilizarán puntos suspensivos en la página Web **UTP**.
  16. Las abreviaciones de las unidades de medida (m, km, g, l, etc.) y las de los nombres de los libros de la Biblia (Gn, Ex, Lv, etc.) son símbolos, no abreviaturas; de ahí que se escriban sin punto.
  17. Una abreviatura coincide con final de oración o de párrafo, el punto de la abreviatura sirve de punto final, de modo que sólo se escribirá un punto y no dos.
  18. Después de signo de admiración (!) o de interrogación (¿?) no se coloca punto.

## Lineamientos del Sitio Web de la UTP

### Contenidos

Para asegurar que los sitios Web de **UTP** sean concisos y efectivos, es importante evitar la repetición de esfuerzos. Cada departamento, facultad, centro de investigación, debe publicar el contenido sólo dentro del ámbito de su organización. El contenido de los Centros Regionales debe consistir exclusivamente en información y servicios que puedan ser dispuestos y presentados únicamente por las oficinas locales. Sólo se permitirán versiones locales de contenido nacional (genérico) para destacar excepciones locales.

### Tipografía

En el área de Redacción de la página Web para el sitio principal y subsitios esto estará definido en la hoja de estilos y el usuario que crea el contenido no lo podrá modificar.

Para quienes desarrollen su sitio deben utilizar siempre tipografía, Century Gothic Bold y Regular; Arial Bold y Regular. Tamaño que debe utilizar para los contenidos 14 pixeles, para facilitar el trabajo de edición y para evitar algunas tipografías que no son recomendadas para la Web.

## Logo UTP

Los logos de las diferentes unidades se utilizarán en la versión de calidad de resolución para publicación Web. Estos logos se revisarán y rediseñarán de ser requeridos con una mejor calidad de resolución para publicación. Para ello, debe enviarse la solicitud respectiva a DICOMES a la dirección de correo electrónico [dicomes@utp.ac.pa](mailto:dicomes@utp.ac.pa).

El logo de la **UTP** será utilizado sólo para temas oficiales. Los sitios que deseen utilizar el logo de la **UTP** para realizar el enlace al sitio Web de la **UTP** deben solicitar autorización a la Rectoría y de aprobarse pueden utilizar el gráfico suministrado por DICOMES según el fondo específico. Se debe mantener en todo momento su relación de ancho y alto. El logo no debe distorsionarse, debe aparecer con nitidez.

## Contáctenos

(Formato único) Si le falta alguno de los elementos coloque el siguiente.

Dirección: (elegir lo que aplique)

- Avenida Universidad Tecnológica de Panamá, Vía Puente Centenario, Campus Metropolitano Víctor Levi Sasso, Edificio de Postgrado (planta baja | piso No.1 | piso No.2).
- Universidad Tecnológica de Panamá, Avenida Ricardo J. Alfaro, Campus Metropolitano Víctor Levi Sasso, Edificio Administrativo, (sótano| planta baja).
- Avenida Universidad Tecnológica de Panamá, Vía Puente Centenario, Campus Metropolitano Víctor Levi Sasso, Edificio Académico No. 1 (sótano | planta baja | piso No.1 | piso No.2 | piso No.3).
- Avenida Universidad Tecnológica de Panamá, Vía Puente Centenario, Campus Metropolitano Víctor Levi Sasso, Edificio Académico No. 3 (sótano | planta baja | piso No.1 | piso No.2 | piso No.3).
- Tocumen: Vía hacia el Aeropuerto de Tocumen, Tocumen, Provincia de Panamá. Edificio (Letra del Edificio).
- Centro Regional de Azuero: Barriada La Heroica, Villa de Los Santos, Provincia de Los Santos, República de Panamá.
- Centro Regional de Bocas del Toro: Finca 13, Changuinola, Provincia de Bocas del Toro, República de Panamá.
- Centro Regional de Coclé: Vía Interamericana, Llano Marín, Penonomé, Provincia de Coclé, República de Panamá.

- Centro Regional de Colón: Antiguo Fuerte Davis, Provincia de Colón, República de Panamá.
- Centro Regional de Chiriquí: Urbanización Lassonde, Ciudad de David, Provincia de Chiriquí, República de Panamá.
- Centro Regional de Panamá Oeste: Altos de San Francisco, Rincón Solano No. 1, La Chorrera, Provincia de Panamá, República de Panamá.
- Centro Regional de Veraguas: Vía Interamericana, San Antonio, Atalaya, Provincia de Veraguas, República de Panamá.
- Escuela de Aviación y Logística (Howard): área Especial Económica Panamá Pacífico, Howard, Provincia de Panamá, República de Panamá.

Horario de Atención: Lunes a viernes \_\_\_ a.m. a \_\_\_ p.m. (según el caso)

Teléfono: (507) 222 2222

Línea interna: 782-2222

Fax: (507) 222 2223

Correo electrónico: [institucional@utp.ac.pa](mailto:institucional@utp.ac.pa)

Sitio web: [www.utp.ac.pa](http://www.utp.ac.pa)

Dirección Postal: Apartado 0819-07289 El Dorado, Panamá Provincia de Panamá, República de Panamá.

Todos los correos de contacto deben ser genéricos, Ejemplo: [dicomes@utp.ac.pa](mailto:dicom@utp.ac.pa). Así se reduce el cambio por rotación de personal o por cualquier razón. Mientras no sea así, simplemente se colocará el correo de contacto del **encargado de leer los correos**.

Todo correo electrónico debe tener hipervínculo directo y estar en color azul.

Ej.: [difusioncultural@utp.ac.pa](mailto:difusioncultural@utp.ac.pa)

Todos los correos de contacto deben ser de correos oficiales de la **UTP**. Bajo ninguna circunstancia se permitirá la colocación de correos electrónicos personales como correos de contacto en la página Web **UTP**. Se debe señalar las líneas de teléfono que tiene la dirección y a quién corresponde la línea, a que sección o puesto. Se debe señalar la línea de teléfono con el nombre de la persona responsable de la línea, además del cargo y correo del colaborador.

## Promoción de eventos

La unidad interesada llenará un formulario de DICOMES (Formulario de Servicios DICOMES para eventos en la página Web). Dicha unidad se encargará de darle formato adecuado al contenido del evento. Pendiente enviar formulario a DITIC.

## Directorios

No hacer listados independientes de colaboradores de la unidad con direcciones electrónicas ni teléfonos. Los enlaces a teléfonos o correos electrónicos del personal los hará DITIC hacia la aplicación que desarrolló con este fin.

## Sección Conoce la UTP

### **Currículum**

Sólo se incluirán los currículums de las autoridades e investigadores de los centros de investigación y Facultades. Todos los currículums deben tener el mismo formato y estar escritos según este Manual con letra Arial 13. TRANSPARENCIA dará la aprobación final de todo Currículum y DITIC centralizará la fuente de dichos documentos.

### **Organigrama**

Se debe incluir un enlace a la estructura de la unidad, (organigrama). Debe utilizarse el organigrama colocado por DIPLAN en la sección Conoce la UTP.

### **Oferta Académica**

Esta información será alimentada por Secretaría General. En una sola ventana debe aparecer en el siguiente orden y por carrera, la siguiente información (seguida por su enlace, de ser necesario debido a la extensión del material):

1. Descripción
2. Perfil de Ingreso
3. Requisitos de Ingreso
4. Perfil de Egresado
5. Costos (aprobados por Secretaría Académica)

6. Campo Laboral
7. Duración de la Carrera
8. Modalidad de Estudio
9. Plan de Estudio
10. Título que otorga.

(cualquier error o actualización que se requiera comunicarse con el usuario responsable en Secretaría General).

### **Visión y Misión**

Se debe mantener una sola misión y visión institucionales a la que deberán responder todas las dependencias contempladas en la Estructura Organizacional de la **UTP**. Sin excepciones. Sólo se presentarán los objetivos y funciones de cada unidad.

### **Estructura de las páginas de las direcciones en la Sección Conoce la UTP**

Dirección de xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx (título principal, H1)

Colocar un breve resumen de la dirección, que indique que hace la Dirección.

Objetivos y Funciones (subtítulo, H2)

Objetivos:

usar viñetas cuando corresponda

Funciones:

usar viñetas cuando corresponda

Equipo de Trabajo (subtítulo, H2)

Foto de la autoridad(ancho = 215px alto = 275px)

Director de xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

Ing./Licdo./Dr. Nombre Apellido

[Ver hoja de vida](#)

Colaboradores: (No se colocarán fotos. si coloca los nombres de los colaboradores es recomendable listarlos en viñetas). Ejemplo:

1. Título Nombre Apellido – Cargo

2. ...

Sub-Direcciones o Departamentos (subtítulo, H2)

Sub-Dirección de .....

Programar, implantar y mantener los subsistemas relacionados con la tramitación de las acciones del personal y ...

Departamento de .....

Organizar y mantener actualizado un inventario de personal con toda la información relativa a los funcionarios, ...

Si el departamento tiene dependencias u otros detalles que quisiera añadir se debe colocar un enlace a un documento PDF con esta información.

Ejemplo:

[Dirección de xxxxxxxxxxxx \(PDF\)](#)

[Organigrama de la Dirección de xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx \(PDF, 40 kb\)](#)

Contáctenos (subtítulo, H2)

Ubicación:

Universidad Tecnológica de Panamá

Avenida Ricardo J. Alfaro, Campus Metropolitano Dr. Víctor Levi Sasso, Edificio Administrativo, (planta baja).

Horario de Atención:

Lunes a viernes de 8:00 a.m. a 4:00 p.m.

Teléfono:

(507) 560-3035 (xxxx)

Línea interna:

781-3035 / 781-3036

Correo electrónico:

xxxxxxx.xxxxxx@utp.ac.pa

Sitio web: <http://www.utp.ac.pa> Si se trata del sitio actual no se coloca, si se trata de otro sitio por ejemplo si se encuentra en el sitio principal y el enlace es hacia sitios de Centros Regionales, Centros de Investigación o Facultades sí es válido colocarlo.

Dirección Postal:

Apartado 0819-07289 El Dorado, Panamá, Provincia de Panamá, República de Panamá.

### **Autoridad para modificar este documento**

Las actualizaciones a este Manual, les serán comunicadas por medio de correo electrónico enviado a todos los usuarios autorizados en DITIC. Les agradecemos la atención que preste a lo señalado en el momento de proveer contenidos para el nuevo sitio Web y coordinar cualquier consulta, observación o duda al respecto con el Editor de la página Web al correo [dicomes@utp.ac.pa](mailto:dicomes@utp.ac.pa).

Como proveedor de contenidos, asegúrese de estar en la base de datos de proveedores de contenido.