

# Propuesta visual para la plataforma online de ProViTao

Edgar Ezequiel González Melo

CARINA SOLEDAD GONZÁLEZ GONZÁLEZ

YERAY DEL CRISTO BARRIOS FLEITAS

GRADO EN DISEÑO, TRABAJO FINAL DE GRADO

14 DE SEPTIEMBRE DE 2015

# Propuesta Visual para la Plataforma Online de ProViTao


**Edgar Ezequiel González Melo**

**CARINA SOLEDAD GONZÁLEZ GONZÁLEZ**

**YERAY DEL CRISTO BARRIOS FLEITAS**

**GRADO EN DISEÑO, TRABAJO FINAL DE GRADO**

**14 DE SEPTIEMBRE DE 2015**



Dña. Carina González González, con N.I.F. 54.064.251-Z profesora Titular de Universidad adscrito al Departamento de Ingeniería Informática y Sistemas de la Universidad de La Laguna.


D. Yeray del Cristo Barrios Fleitas, con N.I.F. 54.106.627-R personal investigador de la Universidad de La Laguna.

CERTIFICAN

Que la presente memoria titulada:  
“Propuesta Visual para la Plataforma Online de ProViTao.”

Ha sido realizada bajo su dirección por D. Edgar Ezequiel González Melo, con D.N.I. 42.220.666-A.

Y para que así conste, en cumplimiento de la legislación vigente y a los efectos oportunos firman la presente en La Laguna a 15 de septiembre de 2015.



*Antes que nada quisiera agradecer tanto a mis tutores Carina González y Yeray Barrios por cada segundo invertido en ayudarme a sacar adelante este TFG y por cada muestra de apoyo que me transmitían, como a mi tribunal por dedicar su tiempo a leerlo y corregirlo. Este trabajo supone la cumbre de una etapa que empezó hace cuatro años que, tras muchos esfuerzos, está llegando a su fin.*

*Quería agradecerles todo a mi madre y a mi padre, que se han dejado la piel para que yo pudiera estudiar una carrera. Yo quisiera poder, algún día, devolverles la mitad de lo que me han dado; pero, como dice ella, “lo que estás haciendo hoy es para tí, para tu futuro”.*

*Agradecerle todo a mi hermana, la persona más importante en mi vida, que me cuida, me aconseja e incluso me regaña cuando es necesario.*

*También quería dar las gracias a mi familia por estar siempre pendiente de mis exámenes y mis notas, por felicitar me cuando aprobaba y animarme cuando suspendía.*

*Quisiera dar las gracias también a todos mis profesores, desde preescolar hasta la universidad: a los que me han transmitido valores, a los que me han aportado conocimientos y a los que, con sus lecciones, han hecho que me convierta en un profesional.*

*Y, por supuesto, no me puedo olvidar de mis amigos de siempre y los que he hecho en la universidad, sin ellos no habría tenido los mejores momentos de mi vida y las largas tardes (y noches) estudiando, ayudándonos y apoyándonos.*

*Gracias por acompañarme en este corto pero intenso viaje. Pero no pasa nada, quedan muchas más aventuras por vivir.*





## RESUMEN

ProViTao es un proyecto de investigación para ayudar en el tratamiento de niños y niñas con obesidad infantil mediante un programa basado en la utilización de las nuevas tecnologías y videojuegos activos. Entre las herramientas informáticas con las que cuenta el equipo de investigación, existe un aula virtual Moodle empleada para realizar la formación en hábitos de vida saludables, de forma coordinada con la familia, niños y profesionales. Las propuestas presentadas en este TFG consisten, por un lado, en la creación y aplicación de una interfaz de usuario específica para este aula virtual, atendiendo a las necesidades y características de los individuos que la van a utilizar; y, por otro lado, en la renovación de todos aquellos aspectos gráficos que configuran el proyecto ProViTao como marca, desde su identidad corporativa hasta su visibilidad externa.

**Palabras clave:** Provitao, obesidad infantil, interfaz de usuario, identidad corporativa, aula virtual.



## ABSTRACT

ProViTao is a research project for helping children with their obesity disease. Is based on new technologies and active video games. One of the tools research team has is a Moodle virtual area, that will be used to improve communication between medicals, teachers, patients and their parents. The proposals of this project are, on the one hand, creating a user interface for this virtual area, taking care of users needs and features. On the other hand, give a fresh look to the media used for ProViTao project, like the corporate identity and advertising.

**Keywords:** Provitao, childhood obesity, user interface, corporate identity, virtual classroom.

# Índice

<b>1. Introducción</b> .....	<b>8</b>
<b>2. Estudio de campo</b> .....	<b>9</b>
2.1 Antecedentes .....	9
2.1.1 El proyecto ProViTao.....	9
2.1.2 Proyectos similares a Provitao.....	10
2.1.3 Análisis de mercado.....	12
2.2 Análisis de necesidades .....	13
2.3 Justificación del proyecto .....	13
2.4 Objetivos.....	13
2.5 Metodología .....	14
<b>3. Desarrollo</b> .....	<b>14</b>
3.1 Análisis inicial.....	15
3.1.1 Análisis de la herramienta Moodle .....	15
3.1.2 Tipos de usuarios.....	15
3.2 Rediseño de la marca.....	16
3.2.1 Estudio de la identidad corporativa actual.....	16
3.2.2 Desarrollo de las propuestas .....	17
3.2.3 Estructura de la web.....	20
3.2.4 Interfaz de usuario.....	21
3.2.4.1 Forma básica .....	21
3.2.4.2 Tipografía .....	21
3.2.4.3 Colores .....	21
3.2.4.4 Elementos de la interfaz.....	22
3.2.4.4.1 Botones.....	22
3.2.4.4.2 Input .....	22
3.2.4.4.3 Menú desplegable .....	22
3.2.4.4.4 Botones de sección.....	23
3.2.4.4.5 Listado.....	23
3.2.4.4.6 Slider .....	23
3.2.4.4.7 Ruta.....	23
3.2.4.4.8 Páginado .....	24
3.2.4.4.9 Avanzar, Retroceder y Cancelar .....	24
3.2.4.4.10 Radiobutton y Checkbox.....	24
3.2.4.4.11 Contenedor.....	24
3.2.4.4.12 Botón de contenido .....	25
3.2.4.4.13 Botón de recurso .....	25
3.2.4.4.14 Cuadro de texto .....	25
3.2.4.4.15 Ventana de aviso.....	25
3.2.4.4.16 Iconos .....	26
3.2.4.4.17 Logros .....	27
3.2.4.5 Prototipos de la interfaz.....	28
3.2.5 Papelería corporativa .....	34
3.2.5.1 Versiones del imago tipo.....	34
3.2.5.2 Tipografía complementaria.....	34
3.2.5.3 Papelería .....	34
3.2.6 Branding para eventos.....	35
3.2.6.1 Idea-concepto del branding .....	35
<b>4. Conclusiones</b> .....	<b>37</b>
<b>5. Bibliografía</b> .....	<b>38</b>
<b>Anexo</b> .....	<b>39</b>



# 1. Introducción

El resultado de este TFG es un conjunto de elementos gráficos comunicativos que logran unificar el aspecto visual del proyecto ProViTao a la par que consigue materializar cada uno de sus aspectos y características. La repercusión positiva de este trabajo es sustancial dado el reconocimiento que tiene el proyecto en el ámbito de la investigación.

Se parte de la idea de que las propuestas que se recogen en este documento continúan la estela de un proyecto anteriormente realizado para la asigantura Taller de concursos profesionales y propuestas de TFG, por lo que se considera una prolongación del mismo, con tomas de decisiones y propuestas diferentes a las que se establecieron, al que se le suman los elementos comunicativos y sus respectivos soportes para eventos.

## 2. Estudio de campo

### 2.1 ANTECEDENTES

#### 2.1.1 EL PROYECTO PROVITAO

El proyecto Provitao (Programa de Videojuegos activos para el Tratamiento de la Obesidad infantil) consiste en una ayuda al tratamiento de pacientes con problemas de obesidad y enfermedades cardiovasculares en edades tempranas mediante actividades y videojuegos, teniendo una repercusión positiva en el estado de salud y los hábitos de vida de los mismos. Contiene un programa diseñado por un equipo multidisciplinar en el que cobra un papel fundamental la gamificación a través de unas mecánicas de juegos activos como herramienta para lograr captar la atención de los pacientes.

Dicha intervención tiene una serie de objetivos que buscan transmitirse mediante la gamificación, es decir, el uso de los juego como medio para compartir un conocimiento. Esto se hace tremendamente necesario dado el rango de edad de los pacientes, niños y niñas de entre 6 y 12 años de edad. Dichos objetivos son:

- **Concienciar las ventajas de una alimentación adecuada**, sobre todo en la niñez, para tener una buena salud y evitar la obesidad.
- **Conocer que la obesidad tiene consecuencias** tanto sanitarias como sociales.
- **Promover hábitos de vida sana**, y que estos se mantenga. Hacer que el entorno familiar apoye este nuevo estilo.
- **Mejorar la autoestima y seguridad en uno mismo**, y desarrollar una buena relación con sus familiares y entre los compañeros del grupo.

El proyecto ProViTao se apoya en el uso de las TIC's, tecnologías de la información y la comunicación. Estas permiten que los niños y niñas usen aplicaciones y videojuegos para aprender hábitos de vida saludable de una forma más fácil y divertida. Estas herramientas son, además, un medio de control para analizar el progreso del paciente y mejorar la comunicación entre educadores, médicos y familiares. Una de estas herramientas es el uso de redes sociales. Además de ser una forma de comunicación alternativa, permite compartir contenido en tiempo real de carácter formativo, e incentivar a los niños y familiares a que investiguen y compartan aquello que encuentren.

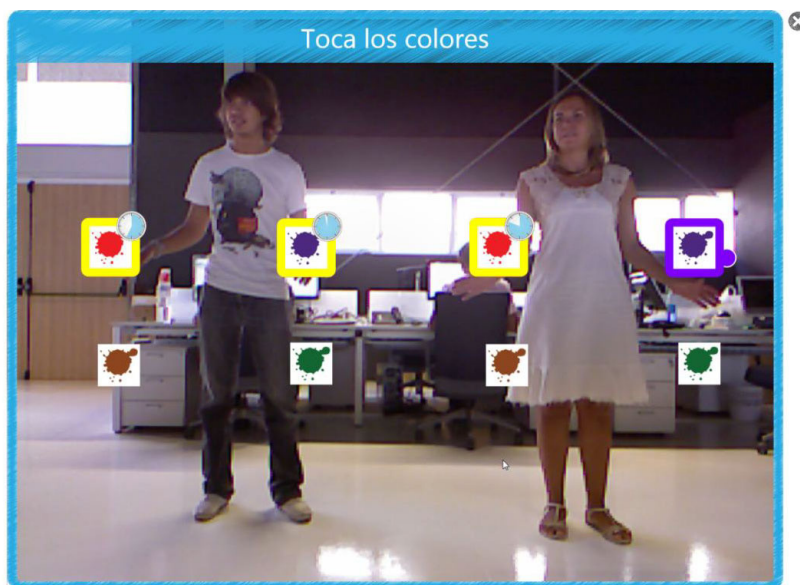


Fuente: banco de imágenes.

Como respuesta a la necesidad de agilizar el intercambio de contenidos, la realización de tareas y su evaluación, se ha creado un aula virtual específica para ProViTao mediante la plataforma de docencia virtual Moodle. Con esta herramienta, el equipo puede gestionar de manera más fácil las unidades con las que trabajan de forma periódica con los pacientes, estableciendo una serie de pautas para la entrega de tareas y la realización de test y encuestas. Además, se fomenta la co-

municación entre todos los usuarios mediante los foros de debate y se divulga información, como noticias o artículos. La plataforma será usada tanto por los educadores como por los niños y padres, los cuales podrán ver en todo momento el progreso académico.

En concreto, el uso de videojuegos activos aportan a los pacientes una forma de ejercitar sus cuerpos al tiempo que se divierten, lo que les hace olvidar que están haciendo un esfuerzo físico. Juegos los ofrecidos por compañías como Nintendo y su Wii permiten lograr esto al tiempo que los investigadores analizan los resultados del progreso llevado a cabo por cada niño. Otras aplicaciones, como la desarrollada por La Universidad de La Laguna **Tango:H (Tangible Goals: Health)**, tratan de reproducir este mismo sistema adaptando los contenidos a los ofrecidos durante la intervención. Tango:H utiliza el dispositivo Kinect de Microsoft para captar los movimientos de cada niño y poder convertir un ejercicio básico de movimiento en un reto de aprendizaje por tiempo. Se le añade además una característica multijugador, lo que permite multiplicar la diversión. Al ser de desarrollo propio, Tango:H incorpora una interfaz de edición preparada para la intervención de ProViTao, con la que los investigadores podrán crear sus propios videojuegos sin requerir conocimientos de desarrollo.



Interfaz de la herramienta *Tango:H*.  
<http://tangoh.iter.es/>

El proyecto, dirigido por Carina González González, profesora titular de la Escuela de Ingeniería Informática de la Universidad de La Laguna, tiene entorno a 20 investigadores de distintas áreas que dan soporte a los pacientes en cada una de las fases. Dichas áreas son:

- **Medicina:** Los médicos se dividen en tareas, donde unos captan a los pacientes y otros toman las medidas antropométricas pre-test y post-test.
- **Enfermería:** Los enfermeros aportan formación a madres y padres en materia de hábitos de vida saludable.
- **Fisioterapia:** La fisioterapia se encarga de que los ejercicios ejecutados en la intervención sean los adecuados.
- **Psicología:** Los psicólogos analizan toda la información ofrecida para garantizar su eficacia y orientar a los pacientes hacia una rehabilitación física y mental sana.
- **Informática:** El equipo de informáticos dan soporte al proyecto en materia de TIC's y audiovisual.
- **Diseño:** Los diseñadores se encargan de asegurar que el contenido se transmite de manera efectiva mediante elementos visuales y que éste es atractivo para los pacientes, niños y niñas en este caso.

### 2.1.2 PROYECTOS SIMILARES A PROVITAO

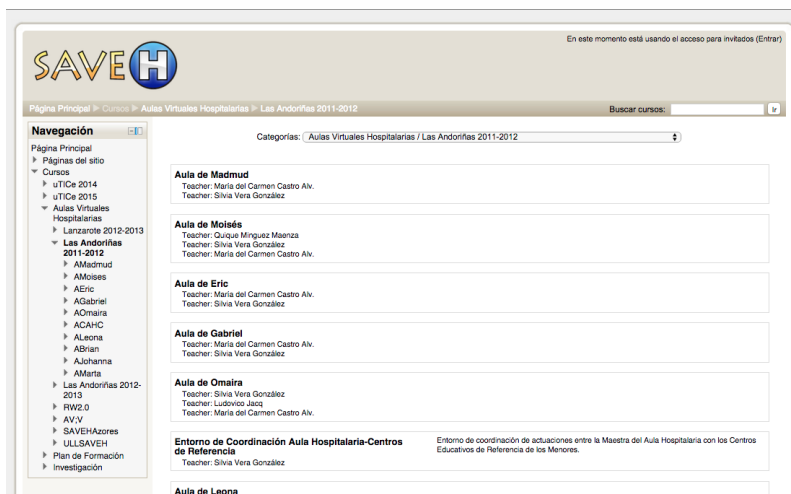
La obesidad ya es considerada la epidemia del siglo XXI. Fruto de ello es la aparición de proyectos como ProViTao, pero desde luego no ha sido ni el primero ni el



único. Existen otras iniciativas, incluso dentro del panorama español, que también hacen uso de las TIC's como medio para formar en materia de hábitos de vida saludable. Podemos nombrar los proyectos VIDEM o SALUD-IN, pero vamos a destacar los siguientes.

Uno de ellos es el proyecto **SAVEH (Servicio de Apoyo Virtual Educativo Hospitalario)**, cuya responsable es Carina González. Su objetivo era el de crear una plataforma para vincular al entorno del niño hospitalizado mediante herramientas TIC. Al igual que en ProViTao, se hacía uso de una plataforma virtual de e-learning Moodle. Esto supone una ventaja de cara a analizar la forma de trabajar del equipo ProViTao así como los resultados que se obtuvieron.

Analizando su aula virtual, podemos apreciar que tiene un diseño bastante aburrido y pobre, con todos los elementos de la web en el mismo color lo hace poco interesante y plano, y cansaría mucho al niño. Además, la información está mal colocada, pues no muestra de forma directa el contenido al que un usuario como paciente debería dirigirse de forma rápida y eficaz, sino que tiene que navegar entre un listado bastante grande de aulas hospitalarias.



Interfaz del aula virtual del proyecto SAVEH.  
<http://www.saveh.es/wordpress/>

Otro proyecto similar es **Niños en Movimiento**, desarrollado por el Hospital Universitario de Vall D'Hebron en Barcelona, donde las similitudes con el proyecto ProViTao son muy notables. Su web nos permite comparar ambos proyectos y analizar las deficiencias de diseño que tienen ambas. Se trata de una estructura muy simple, que se repite a lo largo de todas sus páginas. Se compone de una cabecera con el nombre del proyecto, unos gráficos de flores naranjas y dos imágenes: a la izquierda una especie de mascota sentada en un taburete y a la derecha un paisaje. Justo debajo, un amplio espacio para el contenido de la web, donde se aloja la información con el nombre de la sección en la parte superior. En una columna a la derecha, encontramos un botón para volver a la página de inicio separado del resto del menú, contenido en un bloque violeta. En cuanto a la tipografía, los títulos aparecen en color naranja y el texto general en negro, pero también emplean el verde y el morado.



Interfaz del portal Niños en Movimiento.  
<http://www.enmovimiento.net/>

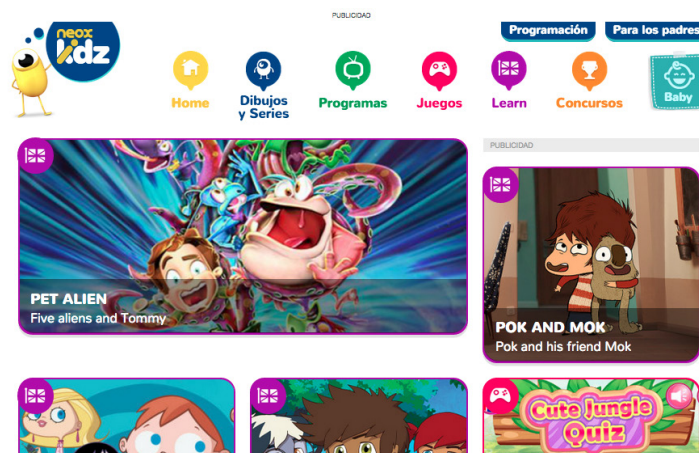
Dada la finalidad de esta web, la temática y el empleo de gráficos demasiado infantiles, no parece ser lo más adecuado la estrategia que han seguido. Analizando la web podemos ver que los niños y niñas no tienen necesidad de acceder al portal, pues no hay contenidos destinados a ellos. Se trata de un espacio informativo para padres, educadores y demás personas interesadas en conocer el proyecto. En cuanto a arquitectura de la información, podemos ver que el menú contienen

demasiadas secciones que se podrían organizar de otra manera para ofrecer una aspecto más ligero que no agobie al usuario.

Un ejemplo de web adecuada para el contexto de uso de ProViTao es el usado en la web de **Neox Kidz** de Atresmedia. Se trata de un espacio con contenido para niños que tiene tanto un hueco en la parrilla de la cadena de televisión de Neox como una página web. Esta última cuenta tanto con los programas y series que emiten por televisión como juegos flash, lecciones de inglés y concursos.

De la interfaz de la web puedo destacar que la organización se adecua perfectamente, separando por colores e iconos cada una de las secciones que aparecen en la cabecera de la página. El contenido se distribuye en contenedores, del color de la sección al que pertenecen, cuadrados y rectangulares lo suficientemente grandes donde la información se aprecia muy bien por parte del niño. Además, la gran protagonista es la imagen que representa a cada uno de esos contenidos. Por lo tanto, apreciamos una web entretenida y educativa que se orienta a un público muy determinado y refleja sus preferencias.

En resumen, destacaría el empleo de dos columnas, que en este caso la usan para el contenido de la web y en un lateral el menú, el uso de colores vistosos y la ausencia de sobriedad. Por otro lado, la separación por colores de Neox Kids funciona, y mantiene organizada la web a la vez que le da un aire divertido.



Interfaz del sitio web *Neox Kidz*.  
<http://www.neoxkidz.com/>

### 2.1.3 ANÁLISIS DE MERCADO

Una vez conocido un conjunto de proyectos similares a ProViTao, es importante enumerar todas aquellas ventajas y desventajas, tanto internas como externas, que configuran el contexto en el que se encuentra el proyecto. Lo veremos mejor mediante la siguiente matriz DAFO:

- **Debilidades**
  - Existe una carencia de elementos comunicativos bien diseñados en todos los aspectos.
  - El proyecto ya se conoce bajo una identidad corporativa errónea.
  - La interfaz no está adaptada al usuario.
- **Amenazas**
  - Pueden aparecer proyectos similares con una imagen mucho más cuidada y acertada, y una interfaz de usuario adecuada.
  - Los usuarios se pueden ver desmotivados ante la herramienta y dejen de usarla.
- **Fortalezas**
  - Cuenta con un equipo profesional bien cualificado.
  - El programa está diseñado sobre unas bases concretas, con un estudio previo bien fundamentado.
  - El contenido y los valores asociados están bien definidos.



- **Oportunidades**

- El proyecto es ya conocido en el ámbito de la investigación de las TIC's.
- El aula virtual se encuentra funcionando con usuarios reales.

El impacto que se espera una vez finalizado mi trabajo es que consiga reducir al mínimo las debilidades que se han observado anteriormente sobre el proyecto ProViTao, y poder destacar sobre la competencia. Por otro lado, se conseguiría mantener al usuario en un entorno cómodo y adaptado a sus necesidades.

## 2.2 ANÁLISIS DE NECESIDADES

Como se puede ver, el proyecto ProViTao puede nutrirse de todas las ventajas y cualidades positivas de múltiples otras iniciativas analizadas anteriormente. Tras analizar con profundidad el proyecto y sus características se observan las siguientes necesidades:

- **Interfaz de usuario no adaptada:** Estaba construida con una plantilla prediseñada que no se correspondía con el proyecto ProViTao, ni en su aspecto visual ni en cuestiones de usabilidad destinadas a un usuario concreto. Las consecuencias de una interfaz equivocada da lugar a que el usuario no llegue a entender al cien por cien su funcionamiento, deje de mostrar interés y pierda las ganas de usar la herramienta.
- **Errores en la identidad corporativa:** Existía una serie de fallos en el diseño y decisiones equivocadas que daban lugar a un imago tipo con bastantes carencias y falta de rigor, así como la ausencia de un manual de identidad corporativa y de papelería. Esto impedía que se transmitieran las ideas y valores propios del proyecto y que de alguna forma se pudiera materializar en distintos soportes.
- **Inexistencia de branding:** La falta de un conjunto de elementos para ferias con los cuales se configura la cara visible del proyecto suponía una pérdida de oportunidades para dar a conocer a un público sobre la existencia del proyecto ProViTao en eventos, algo que es completamente fundamental.

## 2.3 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Este trabajo surge de la necesidad de crear una serie de elementos visuales que logren comunicar los contenidos del programa diseñado por ProViTao de manera eficiente, cuyo receptor principal son los niños y niñas. Dada la repercusión que tiene este proyecto en el sector de la investigación de la aplicación de las TIC's en la sanidad y la educación, es importante que tenga un aspecto atractivo y cuente con un trabajo de diseño de calidad, realmente útil y que lo represente.

## 2.4 OBJETIVOS

Mi trabajo actuará sobre este último apartado, el aula virtual de ProViTao, y consistirá en el diseño de una propuesta visual dentro de las opciones y módulos que tiene Moodle. Esta propuesta partirá del aspecto visual que tendrá la marca que tendrá tras un rediseño, que surge de una serie de carencia y errores técnicos que se explicarán más adelante. Su fin consistirá en reflejar los valores del proyecto y del campo sobre el que se desarrolla. Los objetivos que, con el presente proyec-



to, se pretenden alcanzar son los siguientes:

- Diseñar una propuesta visual de interfaz de usuario para la herramienta Moodle.
- Rediseñar la identidad corporativa de ProViTao haciendo que se reflejen sus características más fuertes.
- Potenciar la visibilidad del mismo creando un branding con los elementos necesarios para presentarse en ferias y eventos.

## 2.5 METODOLOGÍA

La realización del trabajo se llevó a cabo a lo largo de tres meses, equivalente a unas trece semanas. Las distintas fases del mismo se dividieron en semanas dependiendo de la complejidad y mi propio criterio sobre el tiempo que me llevaría a realizar las distintas tareas. Tenemos en cuenta que la fase de documentación e investigación de campo ya estaba resuelta por el trabajo anterior, así que ese tiempo no lo tendríamos en cuenta.

Las tres primeras semanas son dedicadas a la realización del rediseño de la identidad corporativa de ProViTao. En este primer tramo se realizan los bocetos, se crean las distintas propuestas y se toman las decisiones oportunas para llegar al resultado final.

Una semana para la estructura de la plataforma online. Estudiar y organizar la información en el espacio para que el usuario se encuentre con una herramienta ordenada y funcional.

Cuatro semanas para el diseño de la interfaz. Consiste en crear todas aquellas propuestas visuales para la construcción del aula virtual de Moodle adaptados a los usuarios que la van a utilizar. A continuación, realizar una serie de prototipos de acuerdo al diseño visual que se haya establecido.

Una semana para completar todos los aspectos de la identidad corporativa. Se establecen las bases para la construcción del imago tipo y sus distintas versiones, así como la tipografía complementaria y la papelería.

Por último, tres semanas para crear un branding para ferias. Se crea un lenguaje específico para estos eventos y se adapta a distintos soportes y elementos para configurar un espacio propio en cada uno de ellos.

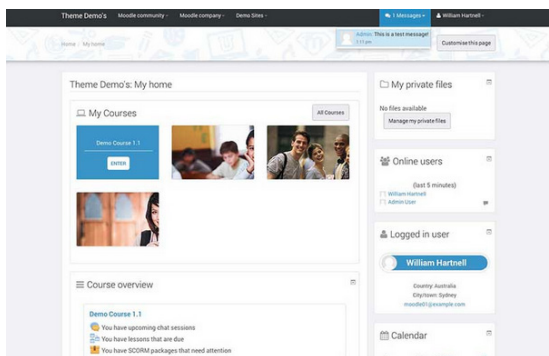
## 3. Desarrollo

En este apartado abordaremos, en primero lugar, un repaso por la construcción del isologotipo, desde las primeras propuestas hasta el rediseño final. Veremos los bocetos previos, su construcción, colores y tipografía.

En cuanto al diseño de la interfaz empezaremos por la arquitectura de la información y la estructura base. Analizaremos los bocetos y estudiaremos su evolución. Finalmente se presentará de forma descriptiva todos los elementos necesarios para la construcción de la interfaz.

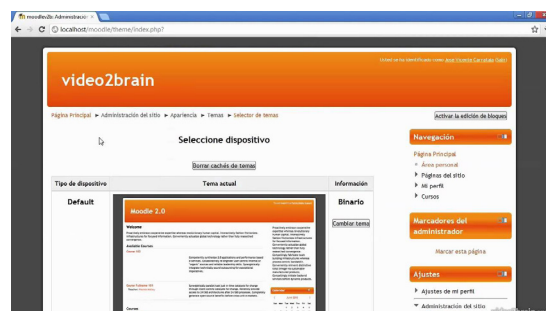
## 3.1 ANÁLISIS INICIAL

### 3.1.1 ANÁLISIS DE LA HERRAMIENTA MOODLE



Moodle consiste en una plataforma de enseñanza online que ofrece a los docentes y a los estudiantes un sistema integrado, seguro y flexible. El contenido de los cursos virtuales es a libre elección del profesor, y el alumno puede acceder a él de una forma sencilla. Además, se agiliza la comunicación entre el docente y los alumnos mediante mensajes individuales o los foros de debate en los que pueden participar todos los matriculados. El alumno puede realizar exámenes, test y encuestas, entregar tareas, ver sus notas y comprobar su progreso académico. En definitiva, Moodle ofrece un amplio abanico de herramientas que contribuyen a facilitar el trabajo del e-learning o docencia virtual.

En cuanto a su interfaz y su usabilidad, la herramienta funciona con una serie de “temas” o “plantillas” que el administrador puede modificar en cuestiones de estilos, colores, tipografías, distribución, ... Las aulas virtuales se estructuran mediante módulos bien diferenciados, los cuales hacen una función concreta. Estos módulos se pueden distribuir de la manera que mejor convenga. Existen módulos tanto para acceder a las notas y calificaciones, como para el calendario, lista de usuarios o la lista de ficheros del aula virtual. Su ventaja es que ofrecen flexibilidad y personalización



Ejemplos de aulas virtuales creadas con el servicio Moodle.

### 3.1.2 TIPOS DE USUARIOS

Es necesario conocer cual será el usuario final que empleará la plataforma y en qué sentido nos debemos enfocar. Los usuarios de la herramienta serán tres, de los cuales extraeremos información para crear la interfaz basada en el usuario.

En primer lugar, niños y niñas de edades comprendidas entre los 6 y los 12 años. Mediante técnicas y hábitos saludables unidos a la tecnología se conseguirá que solucionen sus problemas de obesidad infantil que conlleva tanto trastornos físicos como psicológicos. Los niños accederán a la plataforma junto a sus padres o tutores legales para realizar las tareas y participar en los foros y comentando los artículos que se publiquen.

En segundo lugar, los padres o tutores legales de estos niños. Muchos de ellos tienen una relación con las tecnologías y los entornos digitales muy baja o inexistente. Algunos también padecen obesidad, y son el principal apoyo de los niños, pues su implicación en las tareas y en el proyecto es fundamental. Los padres o tutores

legales accederán a la plataforma junto a sus hijos para ayudarlos a realizar las tareas y colaborar en la comunidad mediante aportaciones en los foros y opiniones.

En tercer lugar, los integrantes del proyecto Provitao, un grupo de profesionales que usan herramientas digitales diariamente y están plenamente familiarizados. Son los encargados de diseñar el programa de intervención y de crear el contenido destinado al aula virtual. La comunicación entre éstos y los demás usuarios es muy necesaria. También serán los encargados de evaluar las tareas, las encuestas, proponer temas para debatir y premiar a los usuarios por sus logros obtenidos.

## 3.2 REDISEÑO DE LA MARCA

### 3.2.1 ESTUDIO DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA ACTUAL

El proyecto Provitao cuenta con un isologotipo que ya está implementado y en uso. Ha sido creado por Silvia Vera González, pedagoga con un Máster de Diseño Gráfico y Multimedia, integrante del propio proyecto. Para su creación se ha basado en el tratamiento holístico, formado por los tres pilares sobre el que se asienta el proyecto: en primer lugar, la alimentación saludable representada por una manzana; en segundo lugar, los juegos motores representados por una pelota; y en tercer lugar, los videojuegos activos representados por un mando de videoconsola. Todos estos elementos se encuentran en un círculo, cada uno situado en una porción del mismo, dado que todo está relacionado.

Analizando la identidad corporativa existente del proyecto, he llegado a la conclusión de que se debe modificar por una serie de razones que explicaré más tarde. En primer lugar voy a describir brevemente el diseño que se está empleando actualmente, sin dar ningún tipo de valoración.



Imagotipo actual del proyecto ProViTao.

La identidad corporativa se compone de la unión de un símbolo y un logo. El símbolo consiste en un círculo dividido en tres porciones iguales, cada una de un color: azul, amarillo y rojo. Y dentro de cada una de las porciones, un símbolo de un objeto distinto: una pelota, una manzana y un mando de videojuego. Por otro lado, el logotipo se construye con letras de palo seco, de cuerpo ancho. El conjunto de letras “pro” están expresadas en color rojo; el conjunto “vi”, en color amarillo; y el conjunto “tao”, en color azul. Tanto el icono como el logotipo se encuentran en el mismo eje horizontal.

Mis razones para tener que intervenir sobre el diseño y, finalmente, renovarlo quedan claras en la siguiente lista:

- El alto contraste de los colores azul y rojo hacen que el amarillo se pierda por completo.
- La representación del símbolo, dividiendo el círculo en tres porciones, no es la más adecuada.

- Los iconos son muy evidentes, no se juega con las formas de los propios objetos.
- Los iconos están contruidos con demasiados detalles. Por ejemplo, el mando de videojuegos, tiene muchos botones pequeños. El problema que puede ocasionar esto es que el símbolo se empaste cuando se hagan impresiones pequeñas, o incluso de un tamaño normal (para tarjeta de visita o carta).
- El empleo de degradado en la manzana, para darle efecto de volumen.
- Pequeños errores en el trazado de las letras, como los huecos interiores o la proporción del ancho de una parte de la anatomía de la letra respecto del resto.
- El conjunto no transmite de forma correcta las ideas del proyecto y los valores. Transmite imágenes o símbolos directos y aislados.

### 3.2.2 DESARROLLO DE LAS PROPUESTAS

Tras haber analizado el logotipo actual de ProViTao y dado mis argumentos para llevar a cabo su rediseño, en un primer momento decidí que lo que necesitaba la identidad era corregir los fallos de diseño más graves, para seguir manteniendo los mismos elementos con la misma composición. Hice los iconos más planos y simples, eliminando detalles innecesarios y haciéndolos más ligeros. Más tarde, corregí los trazados de la tipografía. En último lugar, cambié los colores por otros menos contrastados y que se equilibraran entre ellos.



El conjunto quedaba un poco más liviano, sin tanto peso a la izquierda. Pero aún así, las figuras blancas sobre los colores, el icono y el logotipo siguen sin estar del todo correctos. No logran transmitir conceptos y la imagen no es lo suficientemente buena. Los siguientes bocetos intentaban reinterpretar el símbolo, simplificándolo y haciéndolo más abstracto o simbólico, como una rueda formada por tres secciones. Vemos que se siguen manteniendo los colores y el logo, por lo que el aspecto sigue siendo muy parecido al original.



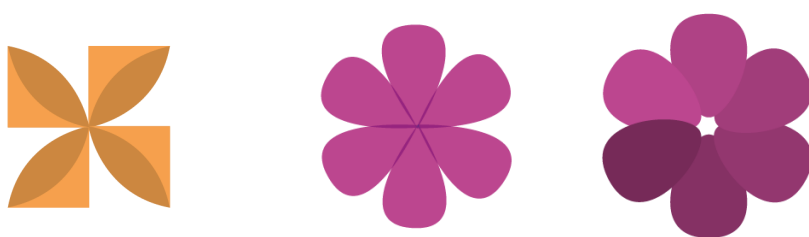
Por lo que consideré que había que realizar un rediseño en profundidad y cambiar de dirección para que la marca pudiera ser identificativa con ciertos elementos, ser atractiva y transmitir valores a la vez. Sin duda, había que intervenir en todos los aspectos del diseño: icono, logotipo, colores, tipografía, etc.

Para la asignatura de Taller de concursos profesionales y propuestas de TFG se desarrollaron varias líneas de diseño que dieron lugar a una propuesta final que se ajustaba a los requisitos de la identidad del proyecto Provitao y reflejaba su imagen. Esta propuesta proyectaba valores tales como la vitalidad, la evolución a un mejor estilo de vida y la tecnología como herramienta. Fue creado su respectivo manual de identidad corporativa y se adaptó a los distintos soportes de papelería necesaria y a la web del proyecto.

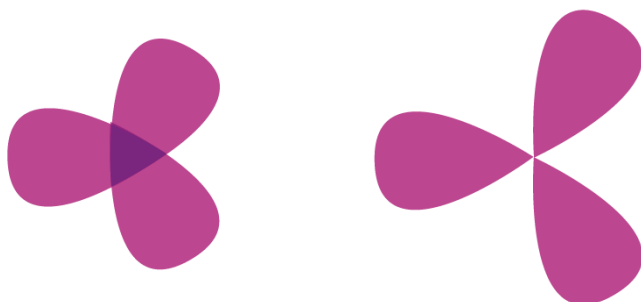
Sin embargo, esta propuesta pertenece a una asignatura diferente a la del TFG por lo que era necesario que para este trabajo se llegara a un mismo resultado,

pero por otra vía diferente. Es decir, se trazaría una nueva línea de diseño de identidad que reflejara los valores propios del proyecto ProViTao pero con otros elementos y lenguaje.

En primer lugar separé en tres grupos esbozos de iconos que representarían la vitalidad, la evolución (entendida como proceso de cambio), y la tecnología. A raíz de estos bocetos, el molino de papel era un buen representante de esos tres conceptos al que se le podrían sumar otros. El molino es símbolo de movimiento y energía, un transformador de una energía a otra (aprovecha la fuerza del viento para convertirla en energía motriz), y un claro ejemplo del desarrollo tecnológico. Empleando el molino de viento como símbolo para la identidad corporativa se logra comunicar que la herramienta del programa de ProViTao es un impulso para ayudar a los niños y niñas a llevar un estilo de vida sano y activo mediante las tecnologías.



Las primeras representaciones del molino de papel como símbolo en vectorial me ayudaron a que el trazado del mismo y su construcción mejorara y evolucionara. En un principio el molino era bastante tosco, con una construcción muy esquemática y fría, empleando ángulos rectos. Y otros con trazados más redondeados pero que se alejaban de la representación de un molino de papel, confundiendo con una flor.



El símbolo evolucionó a un molino de papel compuesto por tres aspas, cada una dispuestas en un ángulo de  $120^\circ$ . Las aspas se colocaron tanto con los vértices en un centro común como de forma integrada creando un triángulo en su centro. Esta forma me parecía más correcta y mejor construida, con más sensación de solidez. Además, se podría jugar con la contraforma que resultaba del triángulo y con las transparencias de los colores que se emplearán en las aspas.

Como segunda opción, adapté ese modelo de molino en uno construido con una línea, pasando por todas las aristas de las formas y cerrándose formando un bucle. La construcción resultaba más fresca y ligera, y contaba con personalidad.



Resultado estructural del símbolo.



Para el logo era importante que la tipografía tuviera mucho carácter y peso comunicativo. Por lo que la tipografía de la que partí, Harabara Mais Demo, conseguía transmitir los valores de la marca. Se trata de una tipografía de palo seco con algunos detalles en sus terminaciones. Gracias a las formas redondeadas confiere al logotipo una sensación de dinamismo, lo contrario a algo estático e inmóvil que podría parecer al emplear tipografías de bordes rectos. Al usar las minúsculas para la construcción del logotipo se conseguía un aspecto más juvenil.

# provitao

El logotipo escrito con la tipografía original, Harabara Mais Demo.

# provitao

Tomando como referencia esta tipografía, se modificaron todos los caracteres para conseguir el aspecto que mejor encaja con el diseño de la identidad. En primer lugar, las oes se construyeron desde cero haciéndolas más cuadradas y reduciendo el tamaño del blanco interno para que cogiera un poco de cuerpo. Esta letra se tomará como referencia para construir otras. Para construir la “p” se le añadió a la “o” el asta descendente, apareciendo una figura similar al principio y al final de la palabra. La curvatura del brazo de la “r” es la misma a la de la “o”, añadiéndole la prolongación vertical hasta la línea base. Para la “i” se redujo su tamaño hasta conseguir la altura x y se eliminó el pequeño ornamento del cuerpo. En la “t” se le eliminó el pie y el asta horizontal se modificó para que tuviera el mismo ancho que el punto de la “i”. La construcción de la “a” se modificó para que el trazado no acabara hacia arriba sino en horizontal, viéndose también cambiado su blanco interno.

A continuación combiné el símbolo y el logotipo, colocando el molino de papel a la izquierda y las letras a la derecha. Probé con una gama de colores cálidos que daban mucha fuerza al conjunto y resaltaba bastante el logo, pero esta elección es muy parecida a la identidad corporativa de una conocida marca de ópticas y podría confundirse o relacionar erróneamente.

Con la versión del símbolo como trazado probé con dos paletas de colores. La primera contenía el rojo y el naranja. Simbolizan la fuerza y la pasión el primero y la jovialidad el segundo, pero a éste también se le puede asociar en la psicología del color la apertura del apetito. La otra paleta de color consistía en el rojo y el verde, asociado con la comida natural y la esperanza. Además representa la dieta mediterránea, uno de los pilares fundamentales del programa ProViTao. Se ven reflejados dos productos esenciales en ella: el verde de las aceitunas y el rojo del tomate.



Pruebas de color en el imagotipo.



Rediseño del imagotipo de ProViTao resuelto. Propuesta final.

Finalmente me decanté por esta última combinación por las razones que explico a continuación. El resultado al que he llegado otorga grandes posibilidades a la marca y representa fuertemente los valores que anteriormente se han descrito. Las aspas del molino construidas con un sólo trazo cerrado simboliza el continuo trabajo que se debe llevar a cabo para conseguir tener una vida sana a base de comer bien y hacer ejercicio, como una tarea que se debe hacer constantemente. El dinamismo del símbolo y del logo encajan, como si fuera una prolongación el uno del otro.

Una vez llegado a este resultado, el siguiente paso era construir el isologotipo de manera racional y con proporciones. En primer lugar el símbolo, creando el trazado mediante círculos para conseguir la forma de las aspas. Luego se relacionaba el símbolo con el logotipo, tomando la anchura de la “r” como medida de referencia.

### 3.2.3 ESTRUCTURA DE LA PLATAFORMA

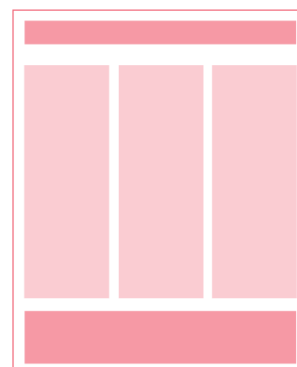
En este punto del trabajo la tarea era decidir cómo se tendría que mostrar la información del aula virtual al usuario, qué lugar debería ocupar cada módulo y cuáles son las distintas secciones.

Con la estructura de tres columnas, el espacio se acomoda para dejar dos columnas laterales para herramientas y una columna central para el texto principal de la plataforma. Una de las ventajas es que el usuario tendrá más a mano todos los módulos, viéndolas tanto a izquierda como a derecha; pero el inconveniente es que el espacio para el contenido se reduce y pierde protagonismo.

Una estructura de tres columnas frente a una estructura de dos columnas gana puntos porque el usuario va a encontrar una distribución mejor y más accesible, y visualmente es más atractiva. Además es una estructura que se emplea en la mayoría de aulas virtuales y plantillas de Moodle.

Se han establecido cuatro secciones principales en la plataforma de acuerdo con las características de los contenidos que se van a mostrar.

- **Home:** destinada a mostrar novedades del aula virtual para que el usuario sepa qué ha sucedido mientras no estaba usando la plataforma.
- **Conoce:** sección destinada a albergar todo aquel contenido con el que el usuario puede aprender y debatir, es decir, foros de debate y artículos con comentarios.
- **Aula:** esta sección contiene las distintas unidades diseñadas por el equipo investigador con las distintas actividades, propuestas e ideas que quieran transmitir.



Aspecto visual de la plataforma en tres columnas.



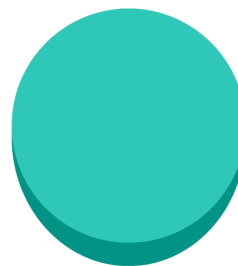
- **Logros:** espacio destinado a visualizar las distintas recompensas a modo de medallas que el usuario ha ido consiguiendo y su posición en un ranking para aumentar la competitividad entre unos y otros.

### 3.2.4 INTERFAZ DE USUARIO

Una vez teniendo clara la estructura de la plataforma, el siguiente paso es crear aquellos elementos gráficos que compondrán su interfaz de usuario y la materializarán. Esta interfaz de usuario tiene como propósito ser útil, es decir, que se creará bajo premisas de usabilidad. Por otro lado, cumplirá con los objetivos establecidos, cubriendo las necesidades que presentaba el proyecto. Para ello, nos centramos en los usuarios que se han descrito anteriormente y basaremos la interfaz en tanto que se adecue a sus características y preferencias.

#### 3.2.4.1 FORMA BÁSICA

La estética de la interfaz tendrá un aspecto común y unificado gracias a la decisión de emplear una forma principal de la que se derivará según sus funciones. Se ha empleado una pieza circular con tridimensionalidad. Este detalle otorga volumen a los elementos y les da un aspecto tangible, como si fueran fichas o bloques de madera que se pudieran manipular. El detalle hace que sobresalga de un espacio plano y llama la atención de los niños.



Forma básica de la interfaz, una pieza circular en 3D.

#### 3.2.4.2 TIPOGRAFÍA

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz  
 0123456789¿!(,:;)?!

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz  
 0123456789¿!(,:;)?!

Tipografía Cabin, relular y semibold.

La tipografía que se ha seleccionado para la interfaz es Cabin. Por un lado, por su construcción, con anatomía y terminaciones adecuadas para poder leer en pantalla. Dado el peso de la misma, no casa a la vista y se pueden leer grandes textos con ella. Por otro lado, gracias a su extensa familia tipográfica, que le otorga flexibilidad y fácil adaptación en distintos elementos de la interfaz.

#### 3.2.4.3 COLORES

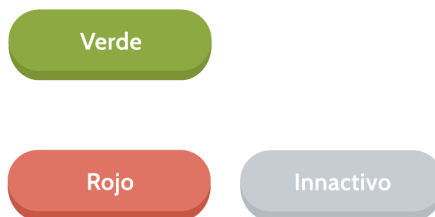


Para los colores principales de la interfaz se ha buscado una paleta muy similar a los colores corporativos de la marca, el verde oliva y el rojo. Estos colores estarán presentes en los distintos elementos de la interfaz junto a otros colores auxiliares que jerarquizarán y ordenarán unas funciones frente a otras. Estos otros colores son el azul, el amarillo y el gris.

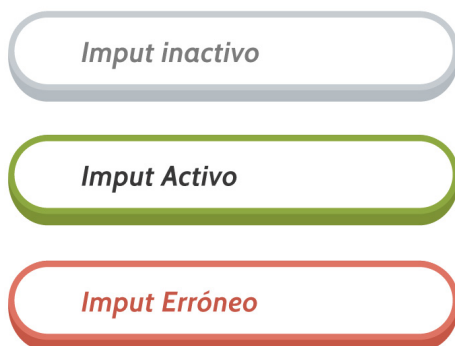
### 3.2.4.4 ELEMENTOS DE LA INTERFAZ

#### 3.2.4.4.1 BOTONES

Los botones sirven para realizar acciones concretas que están especificadas en cada botón. Las acciones positivas se realizarán pulsando los botones de color verde y las acciones negativas con los botones de color rojo. Cuando un botón no se puede utilizar, aparecerá en gris. La tipografía aparece en blanco para ser más legible sobre fondo de color.

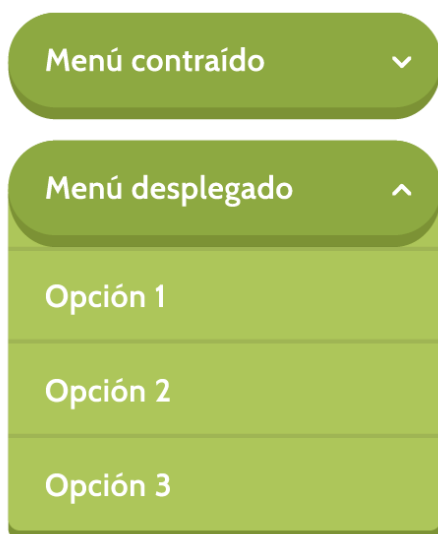


#### 3.2.4.4.2 INPUT



Los input son pequeñas casillas de un formulario para introducir un texto determinado, que viene indicado en el propio recuadro y desaparece cuando se empieza a escribir. Si el texto de un campo está mal introducido, se volverá rojo para que el usuario sepa el problema y lo corrija.

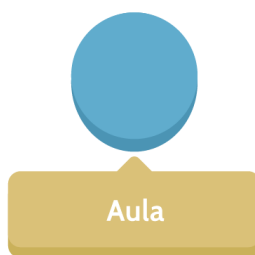
#### 3.2.4.4.3 MENÚ DESPLEGABLE



Estos menús sirven para contener una lista de accesos o acciones de forma ordenada y de tal forma que no siempre esté a la vista. Tenemos un espacio a la izquierda para visualizar la opción del menú que hemos seleccionado y un botón a su derecha con una flecha apuntando hacia abajo para indicar que se puede desplegar. Si pinchamos, aparece una tabla con las distintas opciones del menú, cuyas casillas se van resaltando según pasamos el puntero sobre ellas.

#### 3.2.4.4.4 BOTONES DE SECCIÓN

Estos botones darán paso a cada una de las cuatro secciones importantes de la plataforma (Inicio, Aula, Conoce y Logros). Cada uno estará representado con su icono correspondiente. Cuando el cursor pasa por encima de ellos, aparecerá un letrero con el nombre de cada sección.



#### 3.2.4.4.5 LISTADO



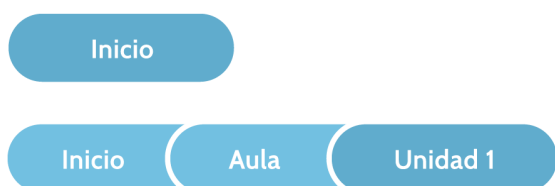
Los listados los empleamos para navegar entre distintos títulos de contenido de una misma sección. La navegación se hace más fácil, ya que no hay que retroceder a la página anterior para ir a la siguiente entrada. El nombre de cada una la podemos ver en la ventana central y con los botones laterales podemos ir cambiando entre una y otra. Al igual, sigue el orden lógico: hacia la izquierda accedemos a las entradas más nuevas y hacia la derecha hacia las entradas más antiguas.

#### 3.2.4.4.6 SLIDER



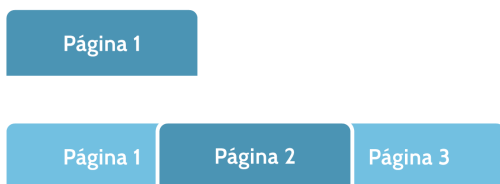
Este elemento sirve para navegar entre las distintas fotos de un cuadro con diapositivas o imágenes. Cada uno de los círculos corresponde a una diapositiva. Cuantas más haya, más círculos habrá.

#### 3.2.4.4.7 RUTA



La ruta aparece en la parte superior del cuerpo de la plataforma. Sirve para indicarnos en qué rama del aula virtual nos encontramos y qué páginas hemos tenido que visitar hasta llegar a la que nos encontramos. Esta localización se produce de manera muy intuitiva. La página en la que nos encontramos está destacada en azul.

#### 3.2.4.4.8 PAGINADO



Este elemento nos servirá para recorrer las distintas páginas de aquellos cuerpos que contengan demasiada información para mostrarlo en una sola página, o para organizar mejor el contenido. Se destacará la página en la que nos encontramos.

#### 3.2.4.4.9 AVANZAR, RETROCEDER Y CANCELAR

Estos botones sirven para lo que indican: con la flecha que apunta a la derecha avanzaríamos; con la flecha que apunta a la izquierda, retrocederíamos; y con el botón rojo y un aspa cancelaríamos. Estos botones servirán para cuestionarios, pase de diapositivas,...



#### 3.2.4.4.10 RADIOBUTTON Y CHECKBOX

Se trata de pequeñas casillas que nos permiten seleccionar algo que está indicado a su izquierda. Suelen estar en formularios, cuestionarios o en las configuraciones y son realmente útiles para que el usuario indique o marque algo.

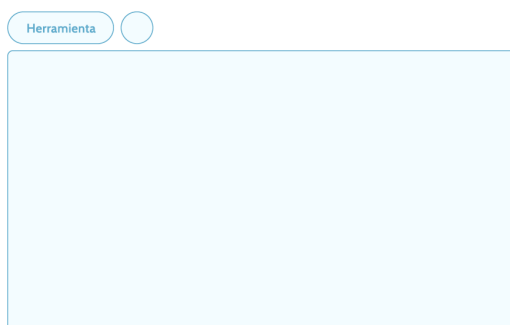
Como existe la opción de seleccionar sólo una cosa como seleccionar múltiples opciones a la vez, existen dos tipos de checkbox: los cuadrados, para la selección múltiple, y los circulares o *radiobutton* para una única opción. Pueden aparecer checkbox en gris porque están inactivos en ese momento.

- Radiobutton Off
- Radiobutton On
- Radiobutton Inactivo
- Checkbox Off
- Checkbox On
- Checkbox Inactivo

#### 3.2.4.4.11 CONTENEDOR

Este elemento es la mejor manera para separar información y jerarquizarla. Los contenedores almacenan algo en su interior y lo separa del resto. Incluso los contenedores pueden estar uno dentro del otro, como en el caso de los foros.

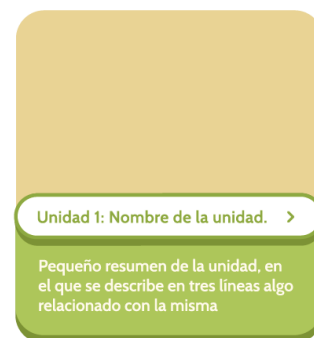
Están formados por una línea fina de color azul, de tal forma que el usuario pueda ver de forma clara las separaciones. Los contenedores más importantes tienen una etiqueta en la parte superior izquierda.



#### 3.2.4.4.12 BOTÓN DE CONTENIDO



Los botones de contenido se encuentran dentro del cuerpo de la plataforma y, como su nombre indica, se accede a algún tipo de contenido. Puede dar acceso a una unidad, a un artículo, a un foro,... Contienen una imagen característica para ser reconocidos más fácilmente. En el caso de los botones para unidad, le acompaña una breve descripción de la misma.



Botón de contenido específico para unidades.

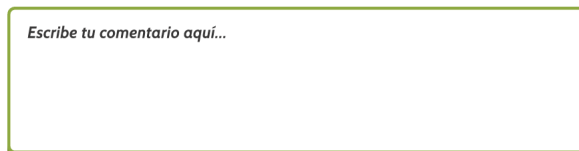
#### 3.2.4.4.13 BOTÓN DE RECURSO



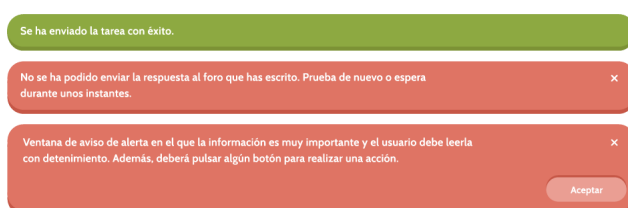
Funcionan igual que los botones de contenido a diferencia que estos nos llevarán a un material específico (un archivo multimedia, una tarea, un enlace, una fotografía,...). En el botón de contenidos de recursos debe aparecer un icono con el que el usuario puede identificar más rápido el tipo de archivo que le corresponde.

#### 3.2.4.4.14 CUADRO DE TEXTO

El cuadro de texto es una ventana para que el usuario pueda introducir cualquier tipo de texto, sin límite de caracteres. La tipografía aparecerá en color negro para ser legible sobre fondo blanco.



#### 3.2.4.4.15 VENTANA DE AVISO

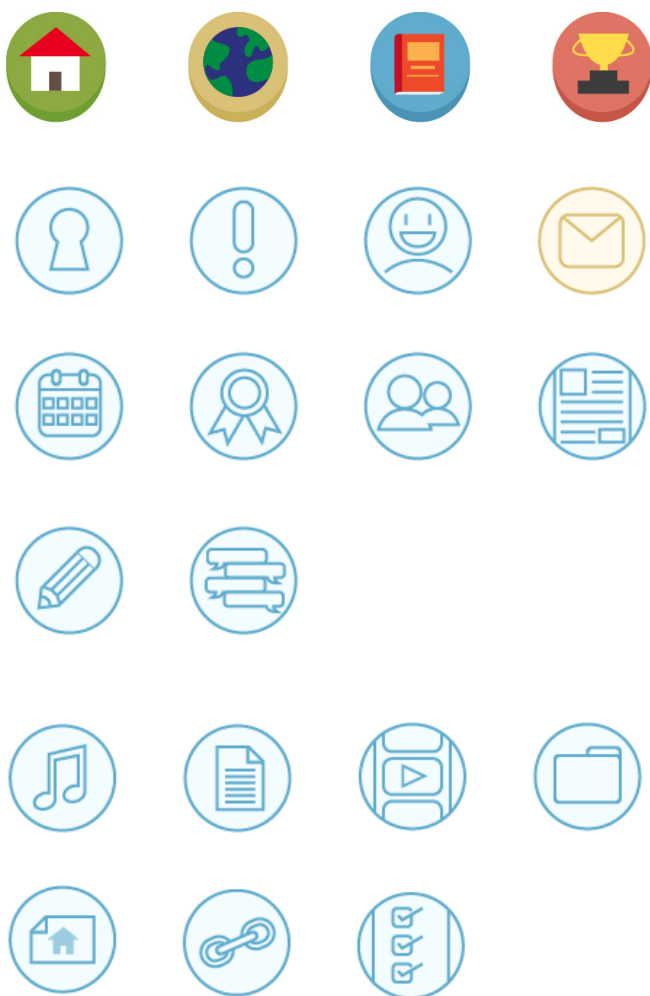


Los avisos son ventanas emergentes que aparecen dentro de la propia plataforma y su función es informar al usuario de algo. Pueden ser de dos tipos: de éxito, que se caracterizan por ser de color verde, y de error, que se caracterizan por el color rojo.

Pueden contener un breve texto y desaparecen automáticamente a los pocos segundos, pues no es de total relevancia. Los que si tienen mayor importancia y es necesario que el usuario los lea y entienda, tienen un icono de una equis en la esquina superior, un texto explicando el motivo del aviso y pueden contener un botón que haga alguna acción relacionada. Con esto, se cumple la norma de que el usuario debe saber qué es lo que ocurre cuando realizan una acción, sobre todo cuando se produce un error.

### 3.2.4.4.16 ICONOS

Para crear la iconografía propia de la plataforma, se ha buscado diseñar un lenguaje de tal forma que cada uno de los pictogramas tengan un aspecto común y, a la vez, se encuentren relacionados con el estilo visual de la interfaz. Se construyen con líneas finas de color y rellenos claros, similar a los contenedores de la interfaz. El grado de iconicidad hace suficientemente reconocible los conceptos que representa. Se han creado iconos tanto para las distintas secciones y herramientas de la plataforma como para los recursos y material con el que se trabaja en el aula virtual.



---

Iconografía de las secciones.

---

Iconografía de las herramientas de la plataforma.

---

Iconografía de los recursos.

### 3.2.4.4.17 LOGROS

En cuanto al sistema de gamificación de la plataforma, la cual se encargará de dar premios a modo de recompensa por los esfuerzos del usuario. Provitao sigue una metodología de aprendizaje basado en juegos y se aplican técnicas de gamificación en todas sus actividades, por eso, se debe incluir la posibilidad de gamificar las actividades que se realicen en Moodle. Para ello se ha creado una serie de insignias de distinta categoría. El usuario las irá consiguiendo de manera ordenada y escalonada, desde la más baja a la más alta (bronce, plata, oro y diamante). El orden de las insignias son las siguientes:

- **Monedas:** figuras redondas adornadas con coronas de laurel a los lados.
- **Medallas:** se distinguen de las monedas por tener la cinta que sirve para colgarlas del cuello.
- **Escudos:** tienen en relieve una corona para identificarlas como la insignia de mayor categoría, y dos pequeñas cintas a modo de adorno.



---

Escudos



---

Medallas



---

Monedas

### 3.2.4.5 PROTOTIPOS DE LA INTERFAZ



Idioma: ESPAÑOL

Acceso 

Nombre

Contraseña

Entrar

Recordar mis datos. [¿Has olvidado tu contraseña?](#)

Acceder como invitado





Idioma: ESPAÑOL



Buscar...

Inicio

Home



Navegador

Mis notas

Mi progreso académico

Mi configuración

Mensajes

María

Hoy a las 11:15

Raquel

Hoy a las 10:34

Marcos

Ayer a las 17:45

David

Ayer a las 16:05

Ver más

Novedades



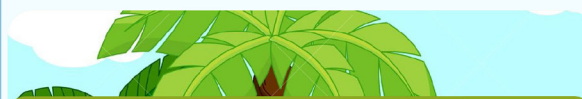
Artículo: ¿Por qué es tan importante la fruta?



Foro: Jugar en el parque.



Artículo: La dieta mediterránea.



Unidad 6: Desplegando las velas.

Calendario

Junio, 2015

Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sab	Dom
27	28	29	30	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

Categoría



Medalla de Oro



Idioma: ESPAÑOL



Aula

Buscar...

Home

Aula

Navegador



Mis notas

Mi progreso académico

Mi configuración

Mensajes



Esther Hoy a las 11:15

Carlos Hoy a las 10:34

Denis Ayer a las 17:45

Daniel Ayer a las 16:05

Ver más

Aula



Unidad 1: Empezamos la travesía. >

¡Embárcate con nosotros en esta gran aventura para surcar los 7 Mares y aprender muchas cosas!



Unidad 2: ¡Levad anclas! >

¡Ya está todo listo! La mercancía, la tripulación, los instrumentos de navegación. ¡Empieza un nuevo reto!



Unidad 3: ¡Juntos es mejor. >

Con esta unidad vas a ver que, haciendo las cosas en equipo, todo sale genial. ¡Y lo bien que lo pasamos!



Unidad 4: ¡Tierra a la vista! >

Ya llevamos unas semanas de viaje y se empiezan a notar los primeros cambios. ¡Vamos a comprobarlo!



Unidad 5: ¡Al abordaje! >

¡Oh no, se acercan problemas por babor! Con nuestros conocimientos los superaremos fácilmente.



Unidad 6: Desplegando las velas. >

Tenemos viento a favor y es momento para aprovecharlo. ¡Es hora de seguir aprendiendo con un nuevo reto!

Calendario



Junio, 2015

Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sab	Dom
27	28	29	30	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

Categoría



ORO

Medalla de Oro



Idioma: ESPAÑOL



Aula

Buscar...



Home

Aula

Unidad 3: Juntos es mejor.

Navegador



Mis notas

Mi progreso académico

Mi configuración

Mensajes



Esther Hoy a las 11:15

Carlos Hoy a las 10:34

Denis Ayer a las 17:45

Daniel Ayer a las 16:05

Ver más

Unidad 3



Unidad 2



### Unidad 3: Juntos es mejor.

Pellentesque hendrerit tortor bibendum, vestibulum magna consectetur, tempor nibh. Cras dictum est neque, quis imperdiet sapien convallis ac. Ut facilisis facilisis erat ac auctor. Nam euismod, urna et aliquet maximus, odio nibh vestibulum justo, vel hendrerit mauris magna eu felis. Vivamus laoreet elementum mollis.

Quisque ante velit, vehicula sit amet nisi quis, facilisis molestie mauris. Phasellus vulputate tortor quis lorem tempor, non pellentesque massa tristique. Cras ex metus, dictum ac auctor vitae, vehicula non odio. Mauris rhoncus venenatis luctus. Phasellus euismod augue lorem, in tristique turpis lacinia ut.

Pellentesque hendrerit tortor bibendum, vestibulum magna consectetur, tempor nibh. Cras dictum est neque, quis imperdiet sapien convallis ac. Ut facilisis facilisis erat ac auctor. Nam euismod, urna et aliquet maximus, odio nibh vestibulum justo, vel hendrerit mauris magna eu felis. Vivamus laoreet elementum mollis.

Quisque ante velit, vehicula sit amet nisi quis, facilisis molestie mauris. Phasellus vulputate tortor quis lorem tempor, non pellentesque massa tristique. Cras ex metus, dictum ac auctor vitae, vehicula non odio. Mauris rhoncus venenatis luctus. Phasellus euismod augue lorem, in tristique turpis lacinia ut.



PDF: Reglas del juego y mapa del tesoro.



Tarea: Así ha sido nuestra aventura.

Subido por Mónica el 15 de febrero

Calendario



Junio, 2015

Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sab	Dom
27	28	29	30	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

Categoría



Medalla de Oro





Idioma: ESPAÑOL



Conoce

Buscar...

Home

Conoce

Navegador



Mis notas

Mi progreso académico

Mi configuración

Mensajes



Esther Hoy a las 11:15

Carlos Hoy a las 10:34

Denis Ayer a las 17:45

Daniel Ayer a las 16:05

Ver más

Foros



Foro: Jugar en el parque.



Foro: El plátano, la fruta de Canarias.



Foro: ¡Aviso! Leer de manera urgente.



Foro: La pirámide alimenticia, ¿la recuerdas?

Ver más

Calendario



Junio, 2015

Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sab	Dom
27	28	29	30	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

Categoría



Medalla de Oro

Artículos



Artículo: ¿Por qué es tan importante la fruta?



Artículo: La dieta mediterránea.



Artículo: Los beneficios de la playa.



Artículo: Caminos y senderos para hacer deporte.

Ver más



Idioma: ESPAÑOL



Conoce

Buscar...



Home

Conoce

Artículos

¿Por qué es tan importante la fruta?

Navegador



Mis notas

Mi progreso académico

Mi configuración

Mensajes



Esther

Hoy a las 11:15

Carlos

Hoy a las 10:34

Denis

Ayer a las 17:45

Daniel

Ayer a las 16:05

Ver más

Artículo



Artículo: La dieta medite...



### ¿Por qué es tan importante la fruta?

Pellentesque hendrerit tortor bibendum, vestibulum magna consectetur, tempor nibh. Cras dictum est neque, quis imperdiet sapien convallis ac. Ut facilisis facilisis erat ac auctor. Nam euismod, urna et aliquet maximus, odio nibh vestibulum justo, vel hendrerit mauris magna eu felis. Vivamus laoreet elementum mollis.

Quisque ante velit, vehicula sit amet nisi quis, facilisis molestie mauris. Phasellus vulputate tortor quis lorem tempor, non pellentesque massa tristique. Cras ex metus, dictum ac auctor vitae, vehicula non odio. Mauris rhoncus venenatis luctus. Phasellus euismod augue lorem, in tristique turpis lacinia ut.

Pellentesque hendrerit tortor bibendum, vestibulum magna consectetur, tempor nibh. Cras dictum est neque, quis imperdiet sapien convallis ac. Ut facilisis facilisis erat ac auctor. Nam euismod, urna et aliquet maximus, odio nibh vestibulum justo, vel hendrerit mauris magna eu felis. Vivamus laoreet elementum mollis.

Quisque ante velit, vehicula sit amet nisi quis, facilisis molestie mauris. Phasellus vulputate tortor quis lorem tempor, non pellentesque massa tristique. Cras ex metus, dictum ac auctor vitae, vehicula non odio. Mauris rhoncus venenatis luctus. Phasellus euismod augue lorem, in tristique turpis lacinia ut.



Ir al artículo original en [vidasana.com/importante\\_fruta](https://vidasana.com/importante_fruta)

Subido por Miguel ayer a las 10:37

Comentarios



Escribe tu comentario aquí...

Borrar

Enviar



Por Sonia hace 45 minutos

Me gusta

Ut facilisis facilisis erat ac auctor. Nam euismod, urna et aliquet maximus, odio nibh vestibulum justo, Mauris rhoncus venenatis luctus. Phasellus euismod augue lorem, turpis lacinia ut.



Por Nacho hace 10 minutos

Me gusta

Cras ex metus, dictum ac auctor vitae, vehicula non odio. Mauris rhoncus venenatis luctus. Phasellus euismod augue lorem, in tristique turpis lacinia ut.

Calendario



Junio, 2015

Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sab	Dom
27	28	29	30	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

Categoría



Medalla de Oro

## 3.2.5 PAPELERÍA CORPORATIVA

### 3.2.5.1 VERSIONES DEL IMAGOTIPO

Para completar la imagen corporativa de la marca, se procedió a adaptar el imago tipo a las distintas tintas para aplicarlo en los distintos soportes según las necesidades. Por lo tanto, se estableció a todo color, una tinta y su negativo, blanco y negro y su negativo y en escala de grises.

### 3.2.5.2 TIPOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Como tipografía complementaria se escogieron dos familias tipográficas, cada una destinada a unas funciones determinadas. Para todos los textos de la papelería y del branding para eventos, se optó por la tipografía de palo seco DIN, de aspecto poco serio pero bastante profesional. Para redactar los textos en las hojas de carta se escogió la Cambria, una tipografía con serifa óptima para este tipo de textos.

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
0123456789¿!(.,;:)?!

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
0123456789¿!(.,;:)?!

Tipografía DIN (izq.) en regular, bold y thin; tipografía Cambria (der.), en regular, bold e italic.

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**  
**0123456789¿!(.,;:)?!**

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**  
**0123456789¿!(.,;:)?!**

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
0123456789¿!(.,;:)?!

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz  
0123456789¿!(.,;:)?!

### 3.2.5.3 PAPELERÍA

Para la papelería corporativa se creó un motivo derivado del símbolo de la identidad corporativa. Se combinaron tres molinos de vientos juntando sus aspas para crear una figura empleada a modo de mancha en los distintos soportes que apoya gráficamente al imago tipo. Éste se adapta, junto con los colores corporativos y la tipografía complementaria, de modo que crea una imagen sólida y continúa en todos los elementos de la papelería.



## 3.2.6 BRANDING PARA EVENTOS

### 3.2.6.1 IDEA-CONCEPTO DEL BRANDING

En primer lugar, fotografías de escenas de niños practicando deporte o actividades físicas, o también jugando a videojuegos donde se representa la competitividad. Estas imágenes se retocan para que los colores se contrasten y sean llamativas. En segundo lugar, un claim con frases positivas y motivadoras. Se emplean dos tipografías: una para “yo soy”, de palo seco y caja alta; y otra con efecto pincel para adjetivos relacionados que den la sensación de motivar. Es importante que estos adjetivos no distingan entre sexos. Por último, un elemento decorativo que parte de la forma del símbolo del imago tipo. Puede aparecer tanto en blanco como con un degradado, y sirve para acompañar a las imágenes o como faldones.



Tríptico.



Display.





---

Tótem.



---

Banderolas.



---

Carpa.





## 4. Conclusiones

El proceso del diseño de la interfaz de una página web supone un recorrido desde los aspectos más generales a las cuestiones más concretas a medida que va madurando el producto. Se trata de un proceso creativo muy pautado, con un mecanismo en el que las leyes que imperan son la de la coorrecta distribución de la información y que sea útil para el usuario. Además, se le añade el factor humano, diseñar una interfaz centrándonos en el usuario final y en cómo va a ser su experiencia cuando use la herramienta.

Si nos detenemos a valorar los resultados, podemos comprobar si estos cumplen con los objetivos marcados o no. En primer lugar, la identidad corporativa se resuelve de manera eficaz potenciando los valores del proyecto ProViTao y además le otorga profesionalidad y un imagen correcta para rivalizar con la competencia. Se han diseñado los elementos necesarios para que el proyecto tenga una cara visible al público y se de a conocer en ferias y otros eventos.

En cuanto a la interfaz de usuario, se ha creado un entorno didáctico y lúdico con una capa visual que se adapta a las necesidades del usuario de la herramienta. Se ha atendido a cuestiones, por un lado, de arquitectura de información para situar al usuario en un entorno, y cuestiones de usabilidad para que el usuario pueda emplear de forma eficiente las distintas herramientas. De esta forma, la información que pretende transmitir el emiso, en este caso el equipo de ProViTao, pueda ser compartida con éxito.

Sin embargo, este trabajo no se quedaría finalizado aquí, pues se pueden enumerar otros aspectos en los que se debería trabajar y seguir añadiendo páginas al proceso de diseño. Uno de las vías por las que se debería continuar sin lugar a dudas es el de adaptar la interfaz para que la web sea responsive, es decir, que se pueda visualizar de manera óptima en aquellos dispositivos con características especiales como las tables o los smartphones, donde la pantalla es más pequeña. Esto confiere a la herramienta la capacidad de ser portátil y ser empleada en cualquier sitio.



## 5. Bibliografía

ROYO, Javier. Diseño digital. Barcelona: Paidós, 2004.

GLENWRIGHT, Jerry. www.layout. México: G. Gili, 2001.

DAMIAN, Paz. Manual de diseño Web. Barcelona: Huaitan Publications, 2010.

VEEN, Jeffrey. Arte y ciencia del diseño web. Madrid: Prentice Hall, D.L. 2001.

PROYECTO Tango:H, <http://tangoh.iter.es/>

PROYECTO VIDEM, <http://videm.es/>

PROYECTO SALUD-IN, <http://saludin.es/>

PROYECTO SAVEH, <http://www.saveh.es/wordpress/>

NIÑOS EN MOVIMIENTO, <http://www.enmovimiento.net/>

PLATAFORMA NEOX KIDZ, <http://www.neoxkidz.com/>



## Anexos

Manual de estilo web  
y  
Manual de identidad corporativa

---

TRABAJO FIN DE GRADO: PROPUESTA VISUAL PARA LA PLATAFORMA ONLINE DE PROVITAO

EDGAR E. GONZÁLEZ MELO

GRADO EN DISEÑO - CURSO 2014 / 2015

1. Introducción.	pág. 9
2. Arquitectura de la información.	pág. 13
2.1 Estructura de navegación.	pág. 14
2.1.1 Estructura general de la página.	pág. 15
3. Estilo visual.	pág. 17
3.1 Introducción.	pág. 18
3.2 Colores corporativos del portal.	pág. 19
3.3 Uso y proporción de la imagen.	pág. 20
3.4 Iconos y sus usos.	pág. 22
3.5 Elementos de la interfaz.	pág. 24
3.5.1 Botones.	pág. 24
3.5.2 Input	pág. 25
3.5.3 Ruta.	pág. 26
3.5.4 Checkbox.	pág. 27
3.5.5 Avanzar, retroceder, cancelar.	pág. 28
3.5.6 Paginado.	pág. 39
3.5.7 Menú desplegable.	pág. 30
3.5.8 Listado.	pág. 31
3.5.9 Cuadro de texto.	pág. 32
3.5.10 Contenedor.	pág. 33
3.5.11 Slider.	pág. 34
3.5.12 Botón de contenido.	pág. 35
3.5.13 Botón de recurso.	pág. 37
3.5.14 Ventana de aviso.	pág. 38

## Manual de identidad corporativa.

---

Introducción.	pág. 45
1. Elementos básicos de identidad.	pág. 47
1.1 Símbolo. Versión en color.	pág. 48
1.2 Logotipo. Versión en color.	pág. 51
1.3 Marca.	pág. 54
1.4 Tipografía corporativa.	pág. 59
1.5 Colores corporativos.	pág. 60
1.6 Uso incorrecto de la marca.	pág. 61
2. Papelería corporativa.	pág. 63
2.1 Hoja de carta.	pág. 64
2.2 Sobre apaisado con ventanilla.	pág. 66
2.3 Tarjeta de visita.	pág. 68
2.4 Carpeta sencilla.	pág. 70
2.5 Carpeta con estuche.	pág. 72
2.6 Acreditaciones.	pág. 73
3. Branding para eventos.	pág. 75
3.1 Tríptico.	pág. 76
3.2 Display.	pág. 77
3.3 Tótem.	pág. 78
3.4 Banderolas.	pág. 79
3.5 Carpa.	pág. 80

# Manual de estilo web

---

ProViTao



## 1. INTRODUCCIÓN.

## 1. INTRODUCCIÓN

Este manual de estilo web está específicamente creado para el aula virtual del proyecto ProViTao y su hoja de estilo.

En él se recogen todos los elementos necesarios para llevar a cabo modificaciones en la plataforma.

Son una serie de normas que detallan cómo es cada una de las partes de la interfaz de usuario del aula virtual de ProViTao.

## 2. ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN

2.1 Estructura de navegación.

2.1.1 Estructura general de la página. |

## 2. ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN

### 2.1 Estructura de navegación.

La plataforma tiene una estructura la cual permite al usuario navegar libremente, pudiendo acceder a todas las secciones de la web de forma fácil.

De este modo, el usuario accede directamente a la información que desea consultar sin tener que retroceder por las páginas visitadas para alcanzar otra rama del árbol de contenidos.

Este tipo de navegación mejora la accesibilidad de la información y la usabilidad del aula virtual. Por ello, mantiene en todas las páginas se repite el mismo esquema y patrones de navegación.

## 2. ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN

### 2.1.1 Estructura general de la página.

La estructura principal de la página se compone de una cabecera, un cuerpo y un pie de página.

Cabecera:

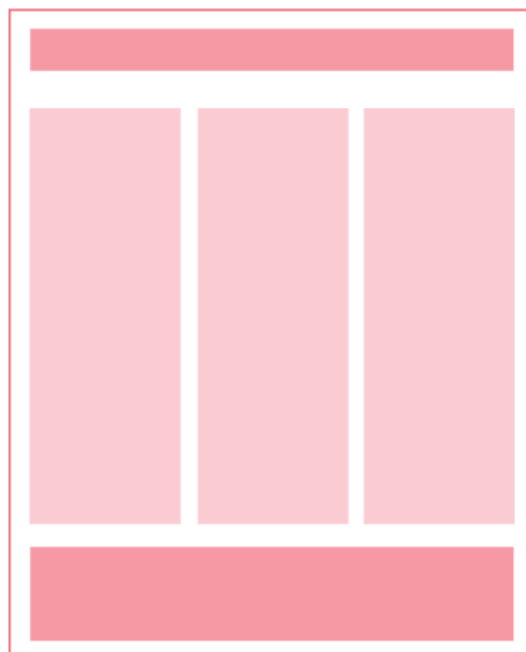
Es un espacio destinado a la colocación de el isologo del proyecto Provitao, la selección de idioma, desplegable de navegación (Inicio, Aula y Conoce) y el usuario.

Cuerpo:

Esta parte de la plataforma tiene una estructura base de tres columnas en la que el contenido se va a alojar. La columna que está a la derecha y a la izquierda siempre se va a destinar a herramientas (calendario, mensajes,...). La columna central se utilizará como cuerpo de la web, para alojar la información.

Pie de página:

En la parte inferior de la página se colocan diferentes enlaces externos a otras web relacionadas.



## 3. ESTILO VISUAL

- 3.1 Introducción.
- 3.2 Colores corporativos del portal.
- 3.3 Uso y proporción de la imagen.
- 3.4 Iconos y sus usos.
- 3.5 Desarrollo de contenidos.
  - 3.5.1 Botones.
  - 3.5.2 Ruta.
  - 3.5.3 Checkbox.
  - 3.5.4 Input y formularios.
  - 3.5.5 Listado.
  - 3.5.6 Menús desplegables.
  - 3.5.7 Menús de contenido.
  - 3.5.8 Contenedores.
  - 3.5.9 Avisos.

## 3. ESTILO VISUAL

### 3.1 Introducción.

El diseño de los elementos del aula virtual han sido diseñado bajo premisas de usabilidad y razones prácticas. Además, cumple normas de continuidad de la marca para unificar el isologo de ProViTao con la plataforma.

Este manual debe ser usado como guía para cualquier cambio, modificación o ampliación que se realice en el aula virtual.

En este apartado se describen los colores, la tipografía y el tipo de imágenes, gráficos e iconos que se han utilizado y sus normas de uso. Estas recomendaciones deben tenerse en cuenta a la hora de publicar o desarrollar contenidos.



## 3. ESTILO VISUAL

### 3.2 Colores corporativos del portal.

Los colores están escritos en RGB y su valor equivalente en el sistema hexagesimal.



#8ea923  
r142  
g169  
b35



#da745f  
r218  
g116  
b95



#64aacf  
r100  
g170  
b207



#d8c16b  
r216  
g193  
b107



#c6ccd2  
r198  
g204  
b210



#7c7c7c      #383737  
r124            r56  
g124            g55  
b124            b55

## 3. ESTILO VISUAL

### 3.3 Uso y proporción de la imagen.

Las imágenes de la plataforma irán siempre en formato horizontal, y optimizadas para web a 72 ppp en formato JPG, GIF o PNG.

Las medidas que se representan están expresadas en píxeles (px)

Previsualización

104



565

Aula

198



260

## 3. ESTILO VISUAL

### 3.3 Uso y proporción de la imagen.

Contenido

293



545

Slider

338



1179

## 3. ESTILO VISUAL

### 3.4 Iconos y sus usos.

Los iconos no han de exceder en tamaño las dimensiones que a continuación se indican.

Tampoco se puede modificar su color o usarlos en otros casos para los que fueron creados y aquí se especifica.

Recursos del aula virtual: 36 x 36 px RGB



*Archivo de audio*



*Archivo de texto*



*Archivo de video*



*Carpeta*



*Archivo de imagen*



*Enlace externo*



*Tarea*

Secciones: 60 x 60FOTO px en #ffffff y en RGB



*Inicio*



*Conoce*



*Aula*



*Logros*

## 3. ESTILO VISUAL

### 3.4 Iconos y sus usos.

Módulos: 36 x 36 px en RGB



*Acceso*



*Novedades*



*Unidad*



*Logros*



*Calendario*



*Navegador*



*Mensajes*



*Foro*



*Artículo*



*Comentarios*

## 3. ESTILO VISUAL

### 3.5.1 Botones

La plataforma cuenta con tres estilos de botones.

Para todos, la tipografía: Cabin Semi-bold 14 px #ffffff.

- Botones verdes. Son los más corrientes del aula virtual y sirven para que el usuario pueda moverse y acceder a otras páginas de la web. Contempla acciones positivas como “entrar”, “ver más” o “aceptar”.

Color: #8ea923

- Botones rojos. Denotan acciones negativas que puede hacer el usuario, tales como “cancelar” o “no permitir”.

Color: #da745f

-Botones inactivos. Aparece cuando cualquiera de los dos botones anteriores no se pueda usar en un momento determinado.

Color: #cc6cd2



### 3. ESTILO VISUAL

#### 3.5.2 Input



- Campo inactivo: el input no se puede usar en un momento determinado.

Relleno: #ffffff  
Borde: #cc6cd2 3px  
Texto: Cabin Semibold Italic 14 px  
#7c7c7c

- Campo activo: el usuario puede escribir en el input.

Relleno: #ffffff  
Borde: #8ea923 3px  
Texto: Cabin Semibold Italic 14 px  
#383737

- Campo error: algún dato está mal escrito en el input.

Relleno: #ffffff  
Borde: #da745f 3px  
Texto: Cabin Semibold Italic 14 px  
#da745f



## 3. ESTILO VISUAL

### 3.5.3 Ruta

- Página en la que el usuario se encuentra:

Tipografía: Cabin Semibold 14 px

#ffffff

Color: #64aacf

- Otras páginas de la ruta:

Tipografía: Cabin Semibold 14 px

#ffffff

Color: #76bee4



Inicio



Inicio

Aula

Unidad 1

## 3. ESTILO VISUAL

### 3.5.4 Checkbox

De única opción



**Radiobutton Off**



**Radiobutton On**



**Radiobutton Inactivo**

De opción múltiple



**Checkbox Off**



**Checkbox On**



**Checkbox Inactivo**

Siempre tienen que ir acompañados de una descripción precisa de lo que se quiere seleccionar.

Hay dos tipos:

- De única opción.

Color borde: #c6ccd2  
Color interior: sin seleccionar #ffffff, seleccionado #76bee4.

- De múltiple opción.

Color borde: #c6ccd2  
Color interior: sin seleccionar #ffffff, seleccionado: #8ea923  
aparece un visto color #ffffff

## 3. ESTILO VISUAL

### 3.5.5 Avanzar, retroceder y cancelar

#### - Avanzar

Color: #8ea923

Flecha: #ffffff apuntando hacia la derecha

Avanzar



#### - Retroceder

Color: #8ea923

Flecha: #ffffff apuntando hacia la izquierda

Retroceder



#### - Cancelar

Color: #da745f

Aspa: #ffffff

Cancelar



## 3. ESTILO VISUAL

### 3.5.6 Paginado



Página 1



Página 1

Página 2

Página 3

- Página en la que el usuario se encuentra:

Tipografía: Cabin Semibold 14 px  
#ffffff

Color: #64aacf

- Otras páginas de la ruta:

Tipografía: Cabin Semibold 14 px  
#ffffff

Color: #76bee4

## 3. ESTILO VISUAL

### 3.5.7 Menú desplegable

- Menú contraído:

Tipografía: Cabin Semibold 16px #ffffff

Color: #8ea923

Flecha: #ffffff apuntando hacia abajo

Menú contraído

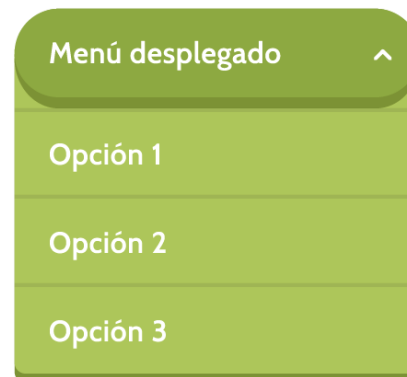
- Desplegado

Tipografía: Cabin Semibold 16px #ffffff

Color: #aec641

Flecha: #ffffff apuntando hacia arriba

Menú desplegado



## 3. ESTILO VISUAL

### 3.5.8 Listado



- Botones laterales:

Color: #8ea923

Flecha: #ffffff apuntando hacia izquierda y derecha

- Visualizador central:

Tipografía: Cabin Semibold 14px

#383737

Relleno: #ffffff

Borde: #8ea923 3px

## 3. ESTILO VISUAL

### 3.5.9 Cuadro de texto

- Características:

Tipografía: Cabin Semibold Italic 16px

#383737

Relleno: #ffffff

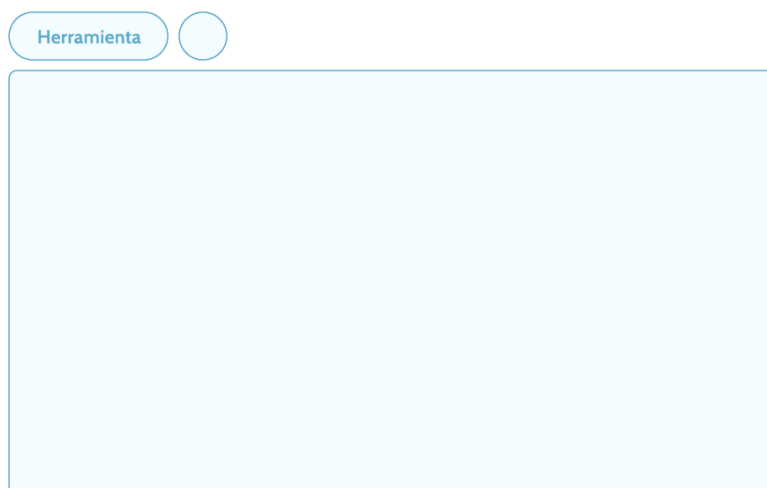
Borde: #8ea923 3px

*Escribe tu comentario aquí...*



## 3. ESTILO VISUAL

### 3.5.10 Contenedor



- Encabezado:

Tipografía: Cabin Semibold 14px

#64aacf

Relleno: #f3fcff

Borde: #64aacf 1px

Icono correspondiente

- Contenedor:

Relleno: #f3fcff

Borde: #64aacf 1px

- Contenedor para mensajes:

Relleno: #fffaeb

Borde: #d8c16b 1px

## 3. ESTILO VISUAL

### 3.5.11 Slider.

- Barra:

Color: #c6ccd2

- Indicador:

Color: #8ea923



## 3. ESTILO VISUAL

### 3.5.12 Botón de contenido



- Características:

Tipografía título: Cabin Semibold 14px  
#8ea923

Relleno: #ffffff

Borde: #8ea923

Flecha: color #8ea923 apuntando  
hacia la derecha

Debe incluir una imagen con las características que se han descrito en un apartado anterior.

## 3. ESTILO VISUAL

### 3.5.12 Botón de contenido

Características del botón de contenido para unidad:

- Título:

Tipografía título: Cabin Semibold 14px  
#8ea923

Relleno: #ffffff

Borde: #8ea923

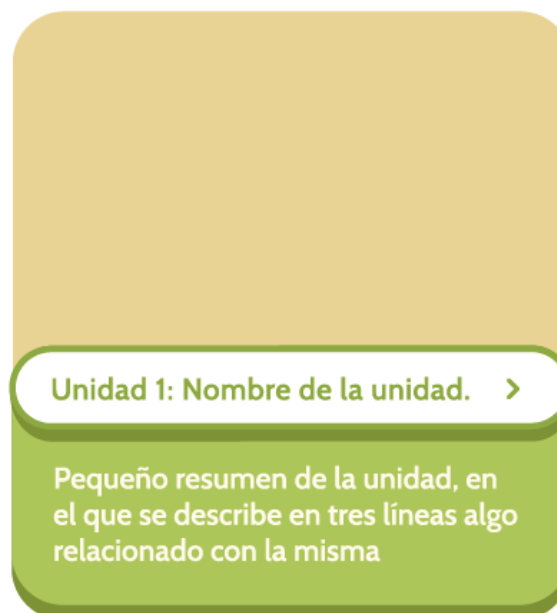
Flecha: #8ea923 apuntando hacia la derecha

- Descripción:

Tipografía descripción: Cabin Semibold 14px #ffffff

Color: #aec641

Debe incluir una imagen con las características que se han descrito en un apartado anterior.



## 3. ESTILO VISUAL

### 3.5.13 Botón de recurso



- Características:

Tipografía título: Cabin Semibold 14px

#8ea923

Relleno: #ffffff

Borde: #8ea923

Icono representativo.

## 3. ESTILO VISUAL

### 3.5.14 Ventana de aviso

#### - Aviso de éxito

Tipografía: Cabin Semibold 14px #ffffff  
Color: #8ea923

Aviso de éxito

A horizontal notification box with rounded corners, filled with a solid green color (#8ea923). The text "Se ha enviado la tarea con éxito." is centered in white font.

Se ha enviado la tarea con éxito.

#### - Aviso de error

Tipografía: Cabin Semibold 14px #ffffff  
Color: #da745f  
Botón de cerrar: aspa color #ffffff

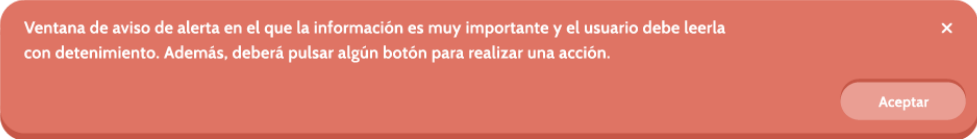
Aviso de error

Botón:

Texto explicativo: Cabin Semibold  
14px #ffffff  
Color: #e69e90

A horizontal notification box with rounded corners, filled with a solid reddish-orange color (#e69e90). The text "No se ha podido enviar la respuesta al foro que has escrito. Prueba de nuevo o espera durante unos instantes." is centered in white font. A small white 'x' icon is in the top right corner.

No se ha podido enviar la respuesta al foro que has escrito. Prueba de nuevo o espera durante unos instantes.

A horizontal notification box with rounded corners, filled with a solid reddish-orange color (#e69e90). The text "Ventana de aviso de alerta en el que la información es muy importante y el usuario debe leerla con detenimiento. Además, deberá pulsar algún botón para realizar una acción." is centered in white font. A small white 'x' icon is in the top right corner. A white button with the text "Aceptar" is in the bottom right corner.

Ventana de aviso de alerta en el que la información es muy importante y el usuario debe leerla con detenimiento. Además, deberá pulsar algún botón para realizar una acción.

Aceptar

# Manual de identidad corporativa

---

ProViTao

## Introducción

La nueva imagen de Provitao en conjunto con los diferentes componentes que conforman el total de la marca, dota al proyecto de personalidad e identificación por parte del público. Solventa problemas del diseño anterior, y se centra en reflejar una imagen propia del campo en el que investiga y se desarrolla.

La marca Provitao esta constituida como un isologo, cuyo símbolo corporativo representa aspectos propios del proyecto; y el logotipo PROVITAO.

La marca evoca vitalidad. Representa un impulso a la vida sana con actividad física combinada con nuevas tecnologías. Transmite un proceso de cambio y mejora.

La marca se aplicará siguiendo los códigos normativos expuestos en este manual en función de las características del soporte.



## 1. ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

- 1.1 Símbolo. Versión en color.
- 1.2 Logotipo. Versión en color.
- 1.3 Marca.
- 1.4 Tipografía corporativa.
- 1.5 Colores corporativos.
- 1.6 Uso incorrecto de la marca.

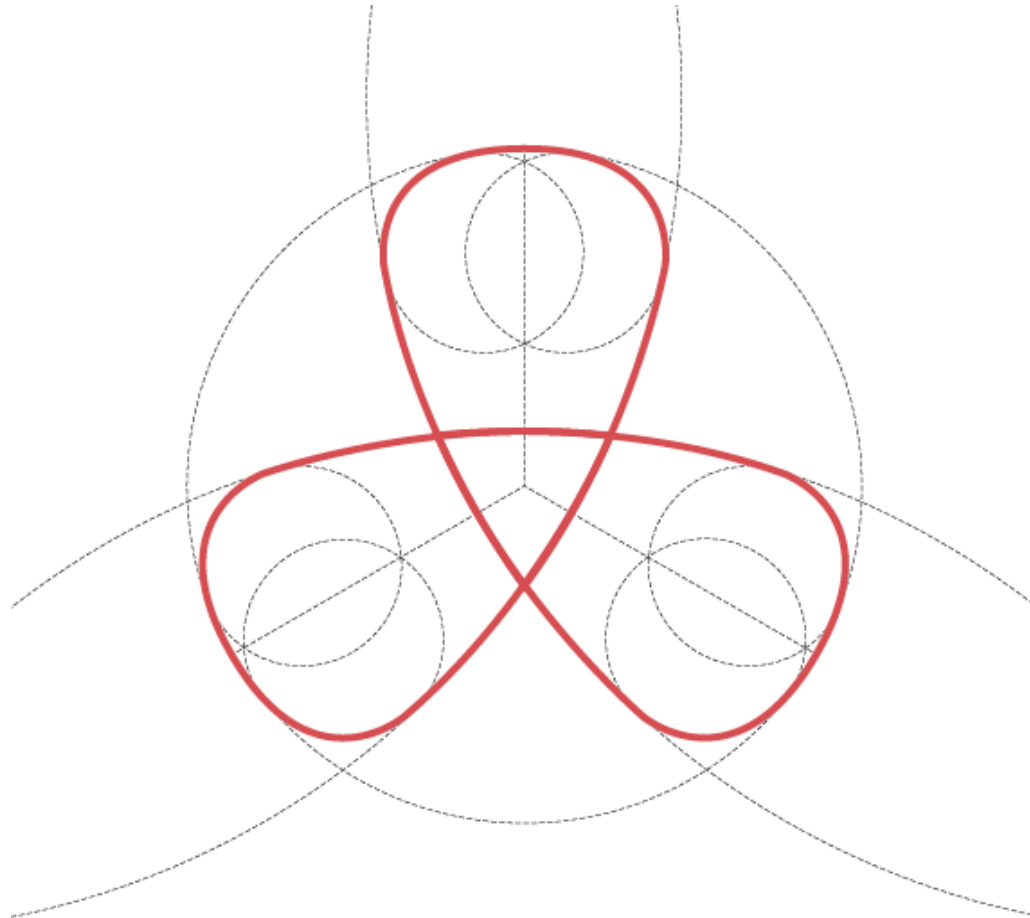
## 1. ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

### 1.1 Símbolo. Versión en color.

Contiene la forma de un molino de viento de tres aspas formado con un bucle de un sólo trazado. Representa la energía y la vitalidad, el movimiento generado por un impulso o una ayuda. Simboliza la tecnología como elemento principal del proyecto.



### 1.1.1 Construcción del símbolo.



El símbolo se construye como resultado de una combianción específica de circunferencias.

En la circunferencia principal, se trazan tres radios separados entre sí por un ángulo de  $120^\circ$ . En cada uno de ellos, se trazan dos círculos que cortan al radio en dos puntos, y tangentes a la circunferencia principal.

Posteriormente se trazan arcos tangentes a dos círculos de dos radios distintos. Se unen las tangentes y se forma el símbolo.

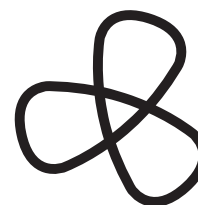
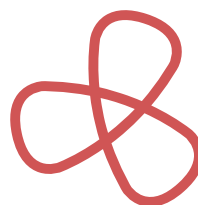
A continuación, el símbolo se gira  $20^\circ$  desde su centro hacia la derecha.

## 1. ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

### 1.1.2 Símbolo. Versiones.

Las versiones que aquí se muestran son pluma positivo y negativo.

Pluma



*Pant. 383 C*



*Pant. 7418 C*



*Negro*



## 1. ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

### 1.2 Logotipo. Versión en color.

El logotipo estará formado por una tipografía de palo seco en caja baja, con ancho fijo en toda su anatomía y ciertos remates redondeados en los vértices. Está basada en la tipografía Harabara Mais Demo.

provitao

## 1. ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

### 1.2.1 Construcción del logotipo. Correcciones.

La letra O se construye desde cero, formada por dos figuras ovaladas (una de ellas reducidas para formar el blanco interno).

Para mantener una continuidad en la anatomía de cada una de las letras, se modifican los blancos internos de la P, la R, y la A tomando la O como referencia.

La I se recortó su tamaño para ajustarla a la altura “x”. En la T se suprime su pié y, el asta horizontal, toma el ancho del pinto de la l.

También se llevan a cabo otras modificaciones, como la de interletraje, que se puede apreciar en la imagen de la superposición de las dos tipografías.

The word 'provitao' is rendered in a white, hollow, outlined font. The letters are thin and have a consistent stroke width. The 'o' is formed by two overlapping ovals, creating a white interior. The 'p', 'r', and 'a' have internal white spaces that are not yet fully defined.

Tipografía original Harabara Mais Demo

The word 'provitao' is rendered in a solid, light green color. The font is a modified version of the original, with a more rounded and consistent appearance. The 'o' is a solid oval. The 'p', 'r', and 'a' have been modified to match the overall style.

Tipografía modificada

The word 'provitao' is shown in a comparison format. The original white-outlined version is overlaid on top of the solid light green modified version. This allows for a direct visual comparison of the differences in stroke weight, internal spacing, and overall character shape between the two styles.

Comparación

## 1. ELEMENTOS BÁSICOS DE LA IDENTIDAD

### 1.2.2 Logotipo. Versiones.

Pluma

**provitao**

*Pant. 383 C*

**provitao**

**provitao**

*Pant. 7418 C*

**provitao**

**provitao**

*Negro*

**provitao**

Las versiones que aquí se muestran son pluma positivo y negativo.

## 1. ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

### 1.3 Marca.

El símbolo y el logotipo sólo se podrán combinar de forma horizontal, colocando en primer lugar el símbolo y a continuación el logotipo.



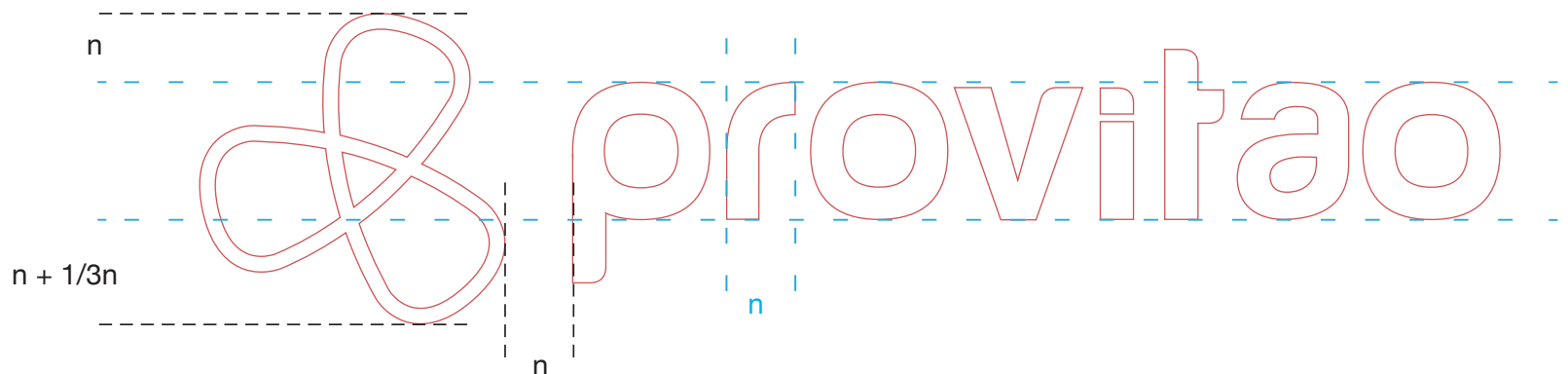


## 1. ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

### 1.3.1 Marca. Construcción gráfica.

Tomando como referencia la anchura de la letra R (medida  $n$ ), el símbolo sobresale " $n$ " por encima de la altura  $x$  del logotipo y " $n + 1/3n$ " por debajo de la línea base del logotipo.

La distancia que existe entre el símbolo y el logotipo es igual a la anchura de la letra R, de nuevo, la medida " $n$ ".



## 1. ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

### 1.3.2 Marca. Versiones

Las versiones que aquí se muestran son a color, a una tinta y pluma positivo y negativo.

En la versión a color, se aplicará un degradado de (de izquierda a derecha) Pantone 485 C a Pantone 130 C.

Color



Pluma



*Pant. 383 C*



*Pant. 7418 C*



*Negro*

Escala de grises



## 1. ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

### 1.3.3 Marca. Zona de protección

Área que rodea la marca y la protege de otros elementos.

Las dimensiones para delimitar la zona de protección del isologotipo serán recogidas a partir de las dimensiones de la O, tanto en el horizontal como en el vertical.



## 1. ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

### 1.3.4 Marca. Reducciones mínimas

El tamaño mínimo aconsejable responde a 3 cm. Con esta medida, el punto de la I se separará del cuerpo para que sea legible.

100%



80%



60%



# 1. ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

## 1.4 Tipografías corporativas.

La familia tipográfica complementaria escogida es la DIN.

Para el cuerpo de texto de las hojas de carta se empleará, sin embargo, la tipografía Cambria.

DIN Regular  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 0123456789;![.,:;]?!

DIN Bold  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789;![.,:;]?!**

DIN Thin  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 0123456789;![.,:;]?!

---

Cambria Regular  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 0123456789;![.,:;]?!

Cambria Bold  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789;![.,:;]?!**

Cambria Italic  
*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*0123456789;![.,:;]?!*

## 1. ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

### 1.5 Colores corporativos.

Se utilizará el código que le corresponde a cada caso. En los que aquí no se recogen, caso de materiales como el vinilo o pintura, se emplearán los más próximos a las características de los códigos expuestos.



Pantone

*Pantone 383 C*

*Pantone 7418 C*

Cuatricromía

*c42/ m22/ y99/ k5*

*c13/ m80/ y64/ k3*

RGB

*r162/ g165/ b32*

*r208/ g79/ b78*

## 1. ELEMENTOS BÁSICOS DE IDENTIDAD

### 1.6 Uso incorrecto de la marca.

Se muestran las distintas opciones de un mal empleo del isologotipo, los cuales se deben evitar completamente en cualquier situación.



provitao



provitao



*provitao*



provitao



provitao



provitao



provitao



provitao

## 2. PAPELERÍA CORPORATIVA

- 2.1 Hoja de carta.
- 2.2 Sobre apaisado con ventanilla.
- 2.3 Tarjeta de visita.
- 2.4 Carpeta sencilla.
- 2.5 Carpeta con estuche.
- 2.6 Acreditaciones.



## 2. PAPELERÍA CORPORATIVA

### 2.1 Hoja de carta.

- DIN - A4
- 2 tintas
- Offset sobre papel offset de 90 g/ m2

Presentará en la cabecera la marca de ProViTao acompañado de los datos del remitente y de los datos del destinatario.

En el fondo, una mancheta decorativa con el color verde corporativo al 60% de opacidad.

El tamaño de la mancha para el cuerpo de texto es de 150 x 208 mm. El interlineado del texto principal es de 10,5/12 pt.

La hoja de carta se reproducirá utilizando la totalidad de los colores corporativos.



Sección de Matemáticas de la Facultad  
de Ciencias - Universidad de La Laguna  
C/ Astrofísico Francisco Sánchez, s/n.  
38206 La Laguna, Tenerife  
Correo electrónico: info@provitao.es  
Teléfono: 922 123 456

D. Antonio Mesa Díaz  
C/ de la Agricultura, nº 20 primero izq.  
38006 Santa Cruz de Tenerife

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Etiam ut auctor est. Cras maximus nisi ipsum, ut consequat purus volutpat in. Duis imperdiet fringilla ex nec lacinia. Curabitur nisi tortor, eleifend eget dui quis, finibus fermentum est. Praesent vulputate justo mattis, fermentum ante vitae, eleifend justo. Curabitur elementum blandit arcu eu bibendum. Nullam pellentesque nisl sit amet consectetur aliquam. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Aliquam nibh felis, ullamcorper non lectus ut, bibendum mattis nisl. Fusce condimentum ipsum turpis, eget scelerisque enim tincidunt consequat. Etiam tellus nisl, maximus vitae rutrum ut, sollicitudin in diam. Sed dui neque, venenatis quis dui ac, varius lobortis nulla. Quisque vitae elementum magna. Aliquam cursus sem ante, eu aliquam lorem feugiat quis. Vivamus lorem dolor, porttitor et viverra et, dictum in orci.

Sed egestas sed est ac fermentum. Donec quis odio est. Suspendisse volutpat faucibus sem, nec consequat turpis rhoncus et. Nam tristique porttitor erat id blandit. Vestibulum finibus velit eget gravida pulvinar. Morbi non dui volutpat risus dictum volutpat et non mauris. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Sed sed varius justo. Nullam ut viverra orci. Mauris tempor ante posuere metus rhoncus tempor. Nullam mauris ante, fermentum nec nisl ac, elementum aliquam nibh.

Praesent turpis libero, pellentesque ultrices dignissim eget, aliquet ac dolor. Curabitur porttitor, sem eu consectetur blandit, nulla ipsum blandit enim, sed posuere ex quam vel mi. In ut est at mauris rhoncus rhoncus. Pellentesque nisi leo, pellentesque id dui fringilla, pharetra tincidunt lectus. Duis vel egestas turpis. Donec vitae orci cursus, sollicitudin urna vel, vehicula felis. Duis viverra est massa, non efficitur risus dignissim bibendum.

Nullam vitae justo arcu. Duis non dolor venenatis, porta turpis eget, volutpat tortor. Suspendisse feugiat, nunc vitae bibendum elementum, mi augue feugiat ex, eget pellentesque lorem risus a tortor. Curabitur luctus nisi libero, aliquam maximus est laoreet vel. Nam auctor ex id nisl fringilla pellentesque. Fusce nec odio sit amet ligula mollis malesuada. Suspendisse eget tellus tristique, pharetra turpis et, sodales mauris. Cras convallis massa vel nulla blandit, quis sollicitudin massa malesuada. Suspendisse sed justo eget urna vehicula accumsan a luctus lectus. Curabitur tristique semper volutpat. Proin cursus odio quis laoreet euismod.

Curabitur a tempus magna. Morbi ac commodo diam. Etiam hendrerit ante sit amet velit varius, vel sagittis libero imperdiet. Nunc fringilla urna ut orci luctus pulvinar. Integer consequat tellus magna, sagittis porta magna sodales in. Duis ac risus ante. Nam lectus ligula, egestas eget tellus non, imperdiet convallis felis. Vestibulum consectetur egestas est, dapibus tincidunt tellus aliquam at. Etiam malesuada diam elit. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Vivamus rhoncus vitae odio at venenatis. In ante tortor, rutrum eu lacinia non, volutpat ac sem. Proin eu urna ex. Mauris nec ipsum velit. Maecenas varius ligula vitae tempus commodo. Curabitur ac iaculis nulla.

Sed id metus et mauris, gravida fermentum.

## 2. PAPELERÍA CORPORATIVA

### 2.1 Hoja de carta.

La disposición de los diferentes elementos de las hojas de cartas responden a lo establecido aquí.

La unidad de medida que se utiliza está dispuesta en milímetros.

El interlineado de la texto que se utiliza para los datos de la empresa es de 7/9 pt.



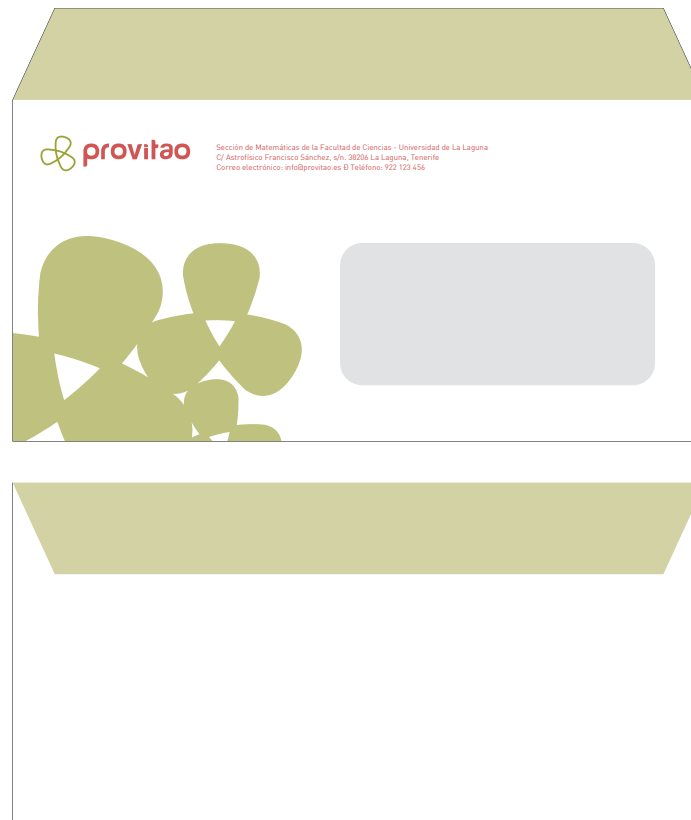
## 2. PAPELERÍA CORPORATIVA

### 2.2 Sobre apaisado con ventanilla.

- DIN C7
- 2 tintas
- Offset sobre papel offset de 90 g/m<sup>2</sup>

Presentará en la cara delantera la marca de ProViTao y a su derecha la dirección del remitente en rojo corporativo.

En la esquina inferior izquierda, una mancheta decorativa con el color verde corporativo al 60% de opacidad. La solapa tiene ese mismo color.



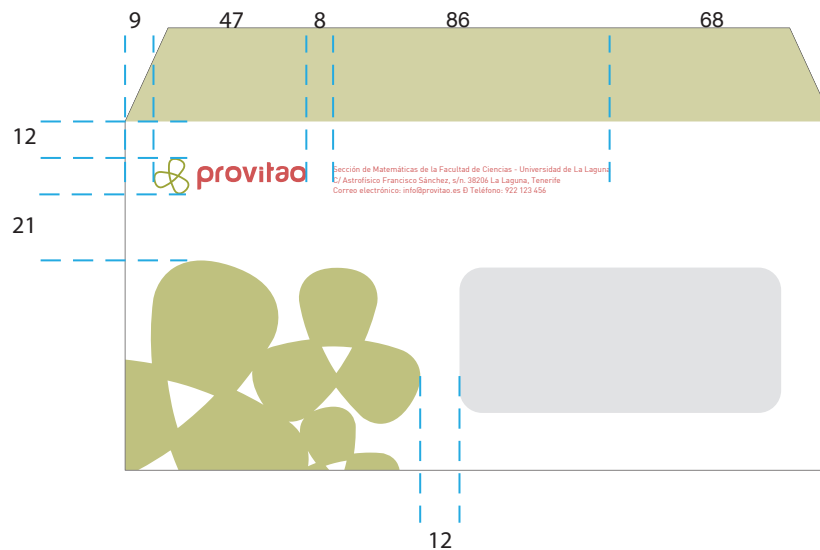
## 2. PAPELERÍA CORPORATIVA

### 2.2 Sobre apaisado con ventanilla.

La disposición de los diferentes elementos del sobre apaisado liso responden a lo establecido aquí.

La unidad de medida que se utiliza está dispuesta en milímetros.

El interlineado de la texto que se utiliza para los datos de la empresa es de 7/9 pt.



## 2. PAPELERÍA CORPORATIVA

### 2.3 Tarjeta de visita.

- 85 x 55 mm
- 4 tintas + barniz / 2 tintas
- Offset sobre cartulina de 300 g/m2 acabado mate

En dos versiones.

Presentará en la cara delantera una mancheta con la composición decorativa con un degradado con barniz brillante sobre el color.

En la cara trasera se mostrará la marca en la esquina superior izquierda a todo color. A continuación, en rojo corporativo, los datos del propietario de la tarjeta.

En la segunda versión aparecerá, sobre una mancha a sangre de color rojo corporativo, el imago tipo de ProViTao en negativo y los datos del propietario de la tarjeta en el color del papel.



## 2. PAPELERÍA CORPORATIVA

### 2.3 Tarjeta de visita.

La disposición de los diferentes elementos en la tarjeta de visita responden a lo establecido aquí.

La unidad de medida que se utiliza está dispuesta en milímetros.

Cuerpo de tipografía usados:

- Nombre 7 pt / 9 pt DIN bold
- Otros datos 7 pt / 9 pt DIN regular



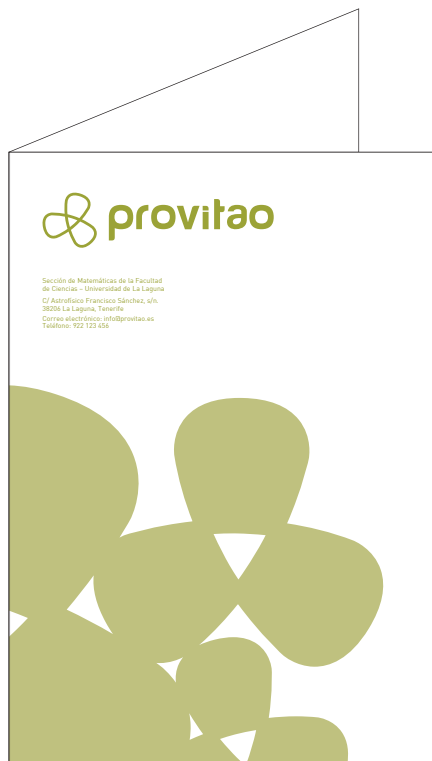
## 2. PAPELERÍA CORPORATIVA

### 2.4 Carpeta sencilla.

- DIN C4 (220 x 307)
- 1 tinta
- Offset sobre cartulina de 350 g/m2 acabado mate

Presentará en la cara exterior el imago-tipo de ProViTao y la dirección en verde corporativo.

Cubriendo una amplia zona de la cara frontal y parte de la trasera de la carpeta, una mancheta decorativa con el color verde corporativo al 60% de opacidad.

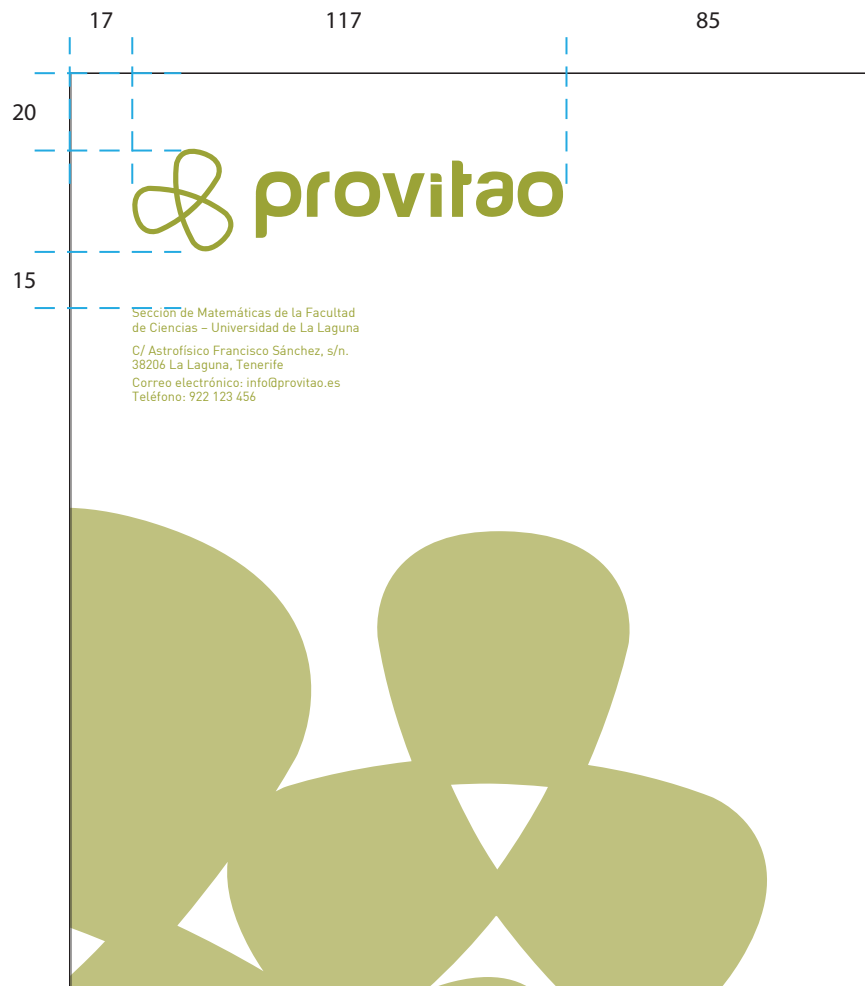


## 2. PAPELERÍA CORPORATIVA

### 2.4 Carpeta sencilla.

La disposición de los diferentes elementos de la carpeta responden a lo establecido aquí.

La unidad de medida que se utiliza está dispuesta en milímetros.





## 2. PAPELERÍA CORPORATIVA

### 2.5 Carpeta con estuche.

- 4 tintas
- Offset sobre cartulina de 350 g/m2 acabado mate

Presentará en la cara exterior el imagotipo de ProViTao en color y la dirección en rojo corporativo.

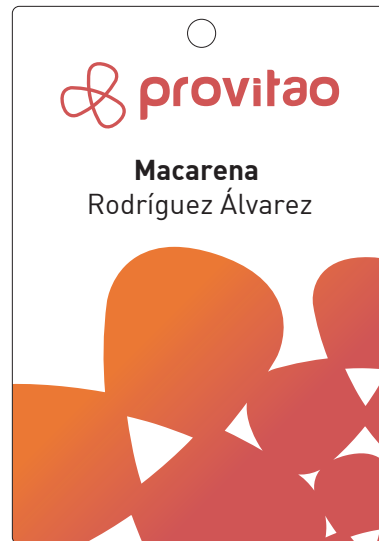
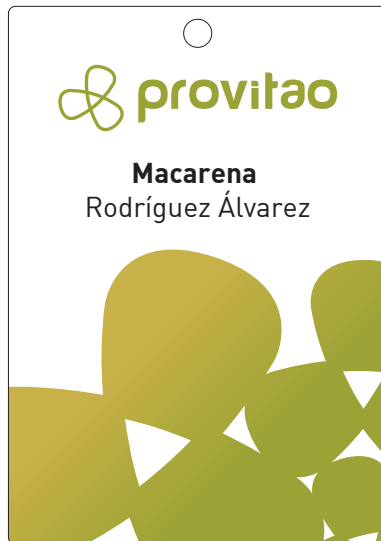
Cubriendo una amplia zona de la cara frontal y parte de la trasera de la carpeta, llegando a ocupar parte de la solapa que forma el estuche interior, una mancheta decorativa con degradado.



## 2. PAPELERÍA CORPORATIVA

### 2.6 Acreditaciones.

- 4 tintas
- Sublimación en PVC laminado de 0,76 mm



## 3. BRANDING PARA EVENTOS

- 3.1 Tríptico
- 3.2 Display
- 3.3 Tótem
- 3.4 Banderolas
- 3.5 Carpa

## 3. BRANDING PARA EVENTOS

### 3.1 Tríptico

- Formato A4
- 4 tintas/ 4 tintas
- Offset sobre Classic gloss estucado brillante de 170 g/m2.

Se realizan dos pliegues a modo de cartera, dejando un resultado de seis caras.



### 3. BRANDING PARA EVENTOS

#### 3.2 Display

- Formato A4
- 4 tintas
- Offset sobre cartón corrugado de 1,4 mm

Acabado plastificado brillante. Troqueado y plegado para su montaje.



## 3. BRANDING PARA EVENTOS

### 3.3 Totem

- 95 x 200 cm
- 4 tintas
- Impresión dijitál sobre vinilo adhesivo

Expositor de suelo de tres lados.

El vinilo se monta sobre una superficie de polipropileno de 3,5 mm plegado con semitroquelado.



### 3. BRANDING PARA EVENTOS

#### 3.4 Banderolas

- Dimensiones de la impresión: 70 x 240 cm
- Tela de bandera náutica antiviento de 115 gr



## 3. BRANDING PARA EVENTOS

### 3.5 Carpa

- Dimensión total de la carpa: 3x3 m
- 2 lonas de 3 x 2 m
- Tela de bandera náutica antiviento de 115 gr

Carpa de dos paredes (consecutivas), con una estructura de aluminio. Cubierta de color blanco.

