



LINEE GUIDA

PER LA REDAZIONE DEI CONTENUTI DEI SITI WEB
ISTITUZIONALI

Gruppo di lavoro comunicazione su internet

Ver. 4.0 del 22.6.2022

Sommario

Obiettivi della comunicazione digitale	3
Destinatari	3
Interni	3
Esterni	3
Creazione e gestione dei contenuti	4
Indicazioni per migliorare l'esperienza di navigazione nei siti web istituzionali	4
Tecniche utili al posizionamento del sito web sui motori di ricerca	7
Linguaggio	8
Elementi caratterizzanti dell'homepage	9
Menu	9
Slider	9
Sezione notizie	9
Fonti informative originarie	10
Diritto d'autore	10
Trasparenza	10
Privacy	10
Manuale di stile e identità visiva	11
Logo istituzionale	11
Colore istituzionale dell'Ateneo	11
Colori dei Dipartimenti	12
Uniformità di stile tra elementi comuni	12
Contenuti multimediali	13
Informazioni e recapiti	13
Cariche istituzionali e istituzioni	14
Scuole, Dipartimenti e Centri	14
Gli uffici	14
Glossario	14

Versione	Data emissione	Modifiche apportate
1.0	27 luglio 2017	Documento originale
2.0	23 febbraio 2018	Accessibilità dei documenti pubblicati - Linguaggio di Genere
3.0	2 febbraio 2021	Privacy ai sensi del nuovo regolamento europeo - Integrazioni norme editoriali
4.0	22 giugno 2022	Aggiornamento tabella dei colori dipartimentali

Obiettivi della comunicazione digitale

L'obiettivo fondamentale della comunicazione digitale è fornire un contenitore di informazioni utili e pertinenti in cui gli utenti possano trovare quello che cercano, navigando con facilità e velocità fra i diversi testi e altri materiali presenti sul sito web in cui sono approdati. Con riferimento alle *Linee guida di design per i servizi web della PA* pubblicate dall'Agenzia per l'Italia Digitale (AgID) il presente documento si pone l'obiettivo di indicare le linee guida relative alla comunicazione pubblica dell'Ateneo attraverso il web; in particolare fornisce indicazioni dettagliate e specifiche per la redazione di testi e altri materiali pubblicati nei siti web istituzionali dell'Ateneo al fine di migliorarne l'efficienza, l'efficacia e la coerenza comunicativa.

Destinatari

Al fine di definire al meglio lo stile comunicativo e la tipologia di informazioni da inserire è stato definito il pubblico di riferimento dell'Ateneo.

In particolare tale pubblico è stato suddiviso in due macrocategorie:

Interni

Tutti quei soggetti che a vario titolo hanno già un rapporto con l'Ateneo e usufruiscono dei servizi da esso offerti:

- studenti e studentesse
- dottorandi e dottorande
- docenti
- personale tecnico amministrativo e bibliotecario
- collaboratori e collaboratrici a qualsiasi titolo
- membri degli organi centrali di governo
- membri degli organi di controllo, consultivi, di garanzia

Esterni

Tutti quegli utenti che sono interessati alle offerte didattiche e formative dell'Ateneo oltre che alle attività di ricerca e di terza missione:

- studenti e studentesse delle scuole medie superiori
- laureati e laureate
- docenti scuole medie superiori
- famiglie (degli interessati a immatricolarsi e degli studenti iscritti)
- comunità scientifica
- partner italiani e internazionali

- istituzioni, enti pubblici e altre università
- organi di informazione
- attori sociali e istituzionali presenti sul territorio
- mondo produttivo
- cittadini e cittadine

All'interno delle due macrocategorie esistono tre destinatari principali:

- **Gli studenti e le studentesse** (iscritti/e, potenziali e laureati/e), sono i/le destinatari/e principali e il pubblico numericamente più consistente. Le informazioni loro rivolte sono da privilegiare, fra queste:
 - quelle destinate ad attrarre nuove iscrizioni (orientamento, giornate di vita universitaria, bandi di ammissione, tasse e agevolazioni, servizi offerti, post-laurea, ecc.);
 - quelle legate alla vita universitaria (bandi Erasmus, borse, concorsi, premi di laurea, eventi, ecc.);
 - quelle relative alla possibile introduzione al mondo del lavoro (*stage* e tirocini, *job placement*, ecc.).
- La **comunità scientifica**, il **mondo produttivo**, le **istituzioni** e la **società**. Tra le informazioni da privilegiare quelle relative a risultati della ricerca, innovazione e trasferimento tecnologico, alla organizzazione di eventi collettivi come congressi, conferenze, tavole rotonde, mostre, e alle iniziative volte alla diffusione del sapere nella società.
- Il **corpo docente e gli altri soggetti addetti alla ricerca**, il **personale tecnico, amministrativo e bibliotecario** sono interessati a tutte le notizie riportate nei punti precedenti, oltre ai servizi offerti, alle convenzioni, ecc.

Creazione e gestione dei contenuti

Il Gruppo di lavoro ha dato importanti indicazioni per dare origine a un progetto informativo univoco e identitario, nel rispetto dei criteri di usabilità e accessibilità necessari affinché i suoi contenuti possano essere facilmente reperibili e fruibili da tutti gli utenti.

Lo scopo è quello di comunicare l'immagine di un Ateneo che offre servizi con un'unica voce comunicativa organica ed efficace.

Indicazioni per migliorare l'esperienza di navigazione nei siti web istituzionali

- Utilizzare **titolo e sottotitolo**, utili per l'utente per identificare il contenuto in maniera chiara e univoca. Per garantire uniformità, utilizzare le funzioni predefinite dell'editor predisposte per

tutti i siti istituzionali evitando la **modifica manuale** del font, della dimensione del carattere e del colore predefinito per il testo.

- Scrivere **frasi brevi**. In questo modo i concetti sono più facilmente memorizzabili, in particolare se si tiene conto che i contenuti possono essere usufruiti dai dispositivi mobili. A questo scopo è consigliabile suddividere il contenuto in **paragrafi** e, per gli approfondimenti, **rinvviare a ulteriori pagine e documenti**.
- Per non appesantire il sito e creare **duplicati** che potrebbero rappresentare un problema nei processi di aggiornamento, qualora fosse necessario citare gli stessi argomenti in più sezioni del sito, si consiglia di non riportare per intero le stesse informazioni ma di rimandare, attraverso un *link*, alla sezione o pagina in cui sono già presenti le informazioni o il documento di interesse (non rimandare direttamente al documento perché in caso di sostituzione dello stesso non si avrebbe accesso al documento aggiornato).
- L'**uso dei link** è fondamentale come strumento di approfondimento delle informazioni. È preferibile evitare che l'indirizzo della pagina o del documento di destinazione del link sia visibile all'interno del testo; a tal fine, l'indirizzo andrebbe 'nascosto' attraverso l'uso di una etichetta che richiami il contenuto a cui rimanda. Vanno scelte, pertanto, "etichette" pertinenti e non *call to action* generiche (come ad esempio "clicca qui"). I *link* devono essere monitorati, siano essi interni o esterni, per evitare che eventuali cambiamenti e spostamenti dei contenuti a cui si riferiscono producano messaggi di errore.
- Utilizzare il **grassetto** per mettere in evidenza le parole chiave o piccole frasi che aiutano una lettura più veloce e l'identificazione più rapida degli argomenti principali. **Evitare**, per lo stesso scopo, l'uso del **sottolineato** perché si confonde con la presenza di un collegamento ipertestuale (link) e l'uso del **carattere tutto maiuscolo** perché nel web può essere interpretato come uno stile di comunicazione "urlato".
- Utilizzare **elenchi puntati e/o numerati** per mettere in evidenza informazioni sequenziali in modo chiaro e sintetico. Utilizzare gli stili automatici predefiniti per la creazione di liste. Non utilizzare segni di punteggiatura o altri marcatori.
- Lo scopo primario di una **tabella** è quello di organizzare un consistente insieme di dati in modo da definire specifiche e chiare relazioni orizzontali o verticali tra di essi. Ogni tabella contiene pertanto delle celle dedicate alle intestazioni, che consentono di qualificare e identificare i dati, e delle celle contenenti i dati veri e propri.
La progettazione di una tabella di dati accessibile richiede, fra le altre cose, che sia presente una chiara intestazione (meglio se evidenziata in grassetto) di riga o di colonna.
Le tabelle usate a scopo d'impaginazione ("layout tables") – cioè non per convogliare dati

realmente tabellari, ma per definire la struttura grafica della pagina - possono creare alcuni seri problemi di accessibilità e se ne sconsiglia fortemente l'uso.

- Quando si utilizzano delle **icone** è necessario assicurare una chiara comprensione del loro significato. Pertanto ogni icona dovrà essere associata a un *tooltip* che ne chiarisca l'azione e non potrà essere utilizzata per indicare azioni diverse all'interno dei siti istituzionali di Ateneo. È opportuno utilizzare solo icone e immagini che siano realmente necessarie alla comprensione delle informazioni da parte dell'utente. Evitare elementi decorativi non essenziali
- Fare attenzione alla corretta ortografia, soprattutto per quanto riguarda l'uso degli accenti e degli apostrofi. Utilizzare le corrette entità HTML (es. È e non E')
- Indicare sempre la **data e il nome e cognome** di chi ha pubblicato o modificato il contenuto, quale strumento utile a verificare l'attendibilità cronologica delle informazioni e a individuare chi ha pubblicato il contenuto.
- Ai sensi della normativa vigente, tutti gli **atti e documenti pubblicati nei siti web devono essere fruibili anche da persone con disabilità** e devono essere quindi pubblicati in formato digitale rispondente ai requisiti di accessibilità. Per **garantire l'accessibilità dei documenti pubblicati** è indispensabile pubblicare il file originario (word, excel, etc.) convertito in formato pdf. Un documento-immagine di testo acquisito mediante scansione, anche se in formato pdf, è inaccessibile, perché i software di lettura vocale utilizzati dagli utenti disabili non sono in grado di identificare, interpretare e riprodurre tramite sintesi vocale e/o display braille il relativo contenuto.

Al documento originario, prima di essere convertito in pdf, devono essere aggiunti in formato elettronico (non a penna):

- l'eventuale numero del documento
- il numero di protocollo
- l'indicazione (F.to) accanto al nominativo del firmatario Esempio: (F.to) Mario Rossi
- la dicitura (in fondo all'ultima pagina): "Il presente documento, conforme all'originale, è conservato negli archivi ...", indicando l'ufficio competente alla conservazione del documento stesso

Un file PDF è accessibile quando il documento di origine è stato creato considerando i diversi fattori di accessibilità, ovvero quando:

- è strutturato
- ha un ordine di lettura appropriato
- tutte le immagini hanno un testo alternativo
- tutte le formule hanno una trascrizione alternativa in forma lineare

- la scala cromatica utilizzata deve garantire il rapporto di contrasto minimo tra testo e sfondo di 4,5:1, come raccomandato dalle specifiche di accessibilità WCAG 2.0 AA. Il colore non deve mai essere significativo in sé e non deve essere la modalità con cui si trasmettono contenuti: ipovedenti, daltonici e non vedenti non sarebbero in grado di identificarli correttamente

Al fine di evitare la circolazione di informazioni inesatte o discordanti, tutti i **documenti soggetti a scadenza devono essere eliminati** dal server una volta divenuti obsoleti e deve essere eliminato contestualmente il collegamento all'interno della pagina web in cui erano stati inseriti, in modo da renderli non più raggiungibili dai motori di ricerca.

- Per garantire il rispetto delle norme sull'accessibilità, quando si inserisce una nuova immagine nel sito occorre aggiungere sempre il **testo alternativo** (presente tra le proprietà dell'immagine) come specificato nella **Guida per la redazione diffusa** (disponibile <https://www.uniroma3.it/ateneo/comunicazione/piano-di-comunicazione-e-linee-guida/>). Il testo alternativo deve descrivere in formato testuale il contenuto dell'immagine stessa in modo che sia leggibile attraverso i sistemi di sintesi vocale (screen reader).
- È necessario aggiornare periodicamente i contenuti delle pagine (almeno ogni sei mesi) per confermare all'utente la validità delle informazioni presenti.
- I **contenuti e le funzionalità** di un sito o un servizio devono poter essere fruibili su tutti i dispositivi più utilizzati dagli utenti (desktop e mobile responsive)

Tecniche utili al posizionamento del sito web sui motori di ricerca

- Il **titolo** deve avere una lunghezza massima 60 caratteri, contenere all'inizio la parola chiave principale oppure il (tema) argomento, su cui si vuole posizionare il contenuto. È possibile dare risalto alle parole chiave principali attraverso la virgola e i due punti prima delle altre parole presenti nel titolo.
- Sia per i singoli contenuti sia per le pagine del sito i **titoli dovranno essere univoci** e non ambigui, per evitare elementi duplicati che penalizzerebbero il posizionamento sui motori di ricerca.
- È importante che **la parola chiave principale o l'argomento (topic)** su cui si vuole posizionare il testo ricorra anche nel testo e sia presente nel primo capoverso.
- **Correlati** della parola chiave principale o dell'argomento dovranno inoltre ricorrere nel testo, in maniera di dare ancora più forza rispetto ai motori di ricerca al contenuto che si vuole posizionare.
- Si consiglia di inserire, senza creare duplicati, sia per le pagine sia per i singoli contenuti, **title** in cui sia presente la parola chiave principale o l'argomento scelto.

- Inserire una **metadescription** che i motori di ricerca riprenderanno inserendo come testo sotto l'indirizzo html che appare nei motori di ricerca.

Linguaggio

È necessario usare un linguaggio chiaro, utile a indirizzare l'utente verso l'informazione o il servizio di cui ha bisogno, per questo è utile:

- Utilizzare preferibilmente la forma attiva dei verbi.
- L'argomento principale deve essere sempre incluso nel primo paragrafo; evitare preamboli eccessivi che disperdono l'attenzione e possono disorientare gli utenti.
- Usare un vocabolario semplice e chiaro, privilegiando termini e frasi che gli utenti potrebbero usare nello svolgere una ricerca online.
- Evitare parole che possano non essere comprese dagli utenti in quanto proprie di una terminologia tecnica o di uso non comune all'esterno dell'Ateneo.
- Preferire le parole complete ad abbreviazioni e sigle che potrebbero non risultare chiare o familiari per chi legge.
- Nelle pagine di navigazione cercare di non dilungarsi in testi troppo lunghi.
- Usare affermazioni positive, limitando quelle negative.
- Fornire una spiegazione dei termini tecnici presenti, in particolare la prima volta che compaiono nel sito.
- Rivolgersi agli utenti in maniera formale utilizzando la forma impersonale, es: "si ricorda alle studentesse e agli studenti che il 27 settembre scadono i termini per iscriversi al Corso di laurea in Economia". Si potrà sfruttare la seconda persona, più incisiva e immediata, nei canali social media dell'Ateneo.
- Evitare espressioni e termini burocratici (per es. dire si terrà nell'aula e non si terrà presso l'aula)
- Evitare i termini stranieri; ove fosse necessario farne uso si raccomanda di scriverli in corsivo, tranne quelli di uso comune, come: online, homepage.
- Si consiglia di:
 - evitare il maschile generico quando si intende riferirsi anche a persone di genere femminile (per es. studenti e studentesse) anche attraverso forme abbreviative (es. le/gli studenti) oppure collettive (es. la componente studentesca, il corpo docente)
 - evitare l'uso esclusivo del maschile nell'attribuzione di titoli, professioni, cariche a persone di genere femminile (es. la Direttrice), utilizzando gli articoli laddove il termine sia indeclinabile (es. la Presidente)

Elementi caratterizzanti dell'homepage

Menu

Nella home page del sito di Ateneo e di tutti i siti istituzionali di Roma Tre sono presenti tre menu:

- Header menu, dove sono presenti i contatti, i link al Portale dello Studente, all'URP ed altri link utili.
- Main Menu, strutturato in una serie di voci principali che declinano in tutti i loro aspetti la missione e tutte le attività dell'Ateneo
- Footer menu, dove sono presenti una serie di link utili da visualizzare in prima pagina

Slider

Lo slider è di norma dedicato a raccogliere immagini rappresentative dell'Ateneo valorizzando pagine significative del menu principale, non è pertanto destinato alla pubblicazione di notizie ed eventi che hanno, invece, una sezione loro dedicata; non è consentito l'utilizzo esclusivo dello *slider* (o *carousel*) per la pubblicazione di contenuti di particolare interesse perché potrebbe non essere fruibile per chi naviga in un sito mediante tastiera o *screenreader*.

Sezione notizie

Nella homepage è prevista una sezione dedicata alle notizie suddivise per tipologia (avvisi, eventi, progetti, ecc.). La scelta delle informazioni giudicate meritevoli di essere pubblicate in homepage si basa prima di tutto su criteri di valutazione che seguono un ordine dettato dai principi costitutivi di cui all'art. 1 dello Statuto - che vede come funzioni primarie didattica, ricerca, terza missione, internazionalizzazione – e, in secondo luogo, su criteri di notiziabilità dedotti dall'interesse che la comunicazione in oggetto può avere sul pubblico di riferimento e sugli stakeholders potenzialmente raggiungibili.

Oltre a quelle pubblicate in homepage, tutte le notizie sono comunque disponibili nella sezione "Tutte le notizie" raggiungibile dalla prima pagina.

I responsabili della pubblicazione per ciascun sito della rete di Ateneo predispongono la pubblicazione nella homepage degli eventi organizzati o patrocinati da Roma Tre tenendo conto della:

- **rilevanza:** eventi di oggettiva importanza nazionale e internazionale;
- **prestigio** di persone, gruppi, società, enti di interesse per l'intera comunità accademica;
- **attualità/novità:** eventi appena accaduti o che stanno per accadere.

I titoli di eventi, manifestazioni, cerimonie, pubblicazioni, ecc. all'interno del testo vanno inseriti in *corsivo*. Ove si renda necessario evidenziare i nomi di persona, questi vanno inseriti in **grassetto**.

Fonti informative originarie

Sono fonti informative originarie tutte le banche dati ufficiali di Ateneo (anagrafica, offerta formativa, prodotti della ricerca, post lauream, dottorati, ecc.). Sono considerate fonti primarie di informazione le pagine del Portale dello Studente (bandi di ammissione, Erasmus, ecc.). È consigliabile che le pagine dei servizi interagiscano direttamente con i database e le applicazioni di Ateneo per essere quindi popolate e aggiornate automaticamente. Nel caso di informazioni originarie non organizzate in database (Bandi, Regolamenti, ecc.) si consiglia di linkare direttamente alla pagina dove sono presenti evitando di caricare di nuovo il documento o di copiare il contenuto informativo in altre pagine. Questo per evitare la duplicazione delle informazioni e il rischio che esse non siano aggiornate in tutte le pagine in cui sono presenti.

Diritto d'autore

Per l'uso di materiale fotografico e audiovisivo si raccomanda il rispetto della normativa sul diritto d'autore (Legge 22 aprile 1941 n. 633, artt. 96 e 97).

Trasparenza

Ai sensi del d.lgs. n. 33/2013 in home page di Ateneo è previsto uno spazio "Amministrazione Trasparente" curato e aggiornato dall'Area Supporto Programmazione Strategica e Prevenzione della Corruzione.

Privacy

Trattamento dati sensibili

È vietato trattare i dati personali che rivelino i dati genetici, i dati biometrici intesi a identificare in modo univoco una persona fisica, i dati relativi alla salute, nonché i dati relativi alle condanne penali e ai reati o a connesse misure di sicurezza. Tale divieto non si applica se si verifica una delle condizioni presenti all'art. 6 e all'art. 9 del Regolamento (UE) n. 2016/679.

È assolutamente vietata la pubblicazione di immagini e la diffusione di "dati idonei a rivelare lo stato di salute" (art. 9, comma 2, del Regolamento (UE) n. 2016/679).

Trattamento dati personali

Una serie di garanzie e limiti regolano la diffusione di dati personali mediante la pubblicazione sui siti web da parte di organismi pubblici.

Le pagine del sito, i servizi web, documenti e atti pubblicati devono essere conformi a:

- Regolamento (UE) n. 2016/679 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 27 aprile relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché

alla libera circolazione di tali dati e che abroga la direttiva 95/46/CE (regolamento generale sulla protezione dei dati)

- Linee Guida del Garante per la protezione dei dati personali in materia di trattamento di dati personali, contenuti anche in atti e documenti amministrativi, effettuato per finalità di pubblicità e trasparenza sul web da soggetti pubblici e da altri enti obbligati, con riferimento alla seconda parte, relativa alla “pubblicità per altre finalità della P.A.”
- Regolamento di Ateneo in materia di protezione dei dati personali, Statuto e regolamenti interni

Ad eccezione delle immagini relative a eventi pubblici, è vietata la pubblicazione di foto in cui siano riconoscibili volti di persone, a meno di espressa liberatoria rilasciata dai diretti interessati.

Manuale di stile e identità visiva

Logo istituzionale

Il logo istituzionale e ufficiale è quello dell'Università degli Studi Roma Tre e deve essere riprodotto secondo le indicazioni presenti nel manuale operativo allegato al [Regolamento per l'uso del logo e per la concessione del patrocinio dell'Università degli Studi Roma Tre](#).

L'eventuale uso di altri loghi deve essere sempre accompagnato da quello istituzionale.

Colore istituzionale dell'Ateneo



QUADRICROMIA C=100% M=90% Y=0% K=40%

WEB #003366

Colori dei Dipartimenti

Utilizzati nella manifestazione Orientarsi a Roma Tre

Dipartimento	Codice Colore <ul style="list-style-type: none"> [RAL] [RGB] [HEX]
ARCHITETTURA	<ul style="list-style-type: none"> [1023 GIALLO TRAFFICO] [250,210,001] [#F7B500]
ECONOMIA	<ul style="list-style-type: none"> [4005 LILLA BLU] [118,104,154] [#76689A]
ECONOMIA AZIENDALE	<ul style="list-style-type: none"> [3003 ROSSO RUBINO] [134,26,34] [#861A22]
FILOSOFIA, COMUNICAZIONE E SPETTACOLO	<ul style="list-style-type: none"> [3015 ROSA CHIARO] [216, 160, 166] [#D8A0A6]
GIURISPRUDENZA	<ul style="list-style-type: none"> [5002 BLU OLTREMARE] [0,56,123] [#00387B]
INGEGNERIA	<ul style="list-style-type: none"> [7046 GRIGIO TELE 2] [127,134,138] [#7F868A]
INGEGNERIA INDUSTRIALE, ELETTRONICA E MECCANICA	<ul style="list-style-type: none"> [2003 ARANCIO PASTELLO] [246, 120, 40] [#F67828]
LINGUE, LETTERATURE E CULTURE STRANIERE	<ul style="list-style-type: none"> [3015 ROSA CHIARO] [216, 160, 166] [#D8A0A6]
MATEMATICA E FISICA	<ul style="list-style-type: none"> [6018 VERDE GIALLASTRO] [97, 153, 59] [#61993B]
SCIENZE	<ul style="list-style-type: none"> [6032 VERDE SEGNALE] [35, 127, 82] [#237F52]
SCIENZE DELLA FORMAZIONE	<ul style="list-style-type: none"> [9016 BIANCO TRAFFICO] [241, 240, 234] [#F1F0EA]
SCIENZE POLITICHE	<ul style="list-style-type: none"> [5012 BLU LUCE] [0, 137, 182] [#0089B6]
STUDI UMANISTICI	<ul style="list-style-type: none"> [3015 ROSA CHIARO] [216, 160, 166] [#D8A0A6]

Uniformità di stile tra elementi comuni

Quando esistono degli elementi comuni a più pagine, assicurarsi di utilizzare una formattazione coerente in tutte le pagine, rendendo così questi elementi familiari per l'utente. Ad esempio, per l'orario si consiglia il formato hh:mm e per la data il formato gg/mm/aaaa oppure gg mese aaaa.

Contenuti multimediali

Nella scelta del contenuto multimediale (immagini, video, animazioni, ecc.) è necessario verificare che questo sia coerente con il testo della pagina e che veicoli un messaggio chiaro. La scelta delle immagini, ad esempio, deve rappresentare un valore aggiunto a quanto presente nella pagina e non un elemento superfluo o accessorio; la dimensione delle immagini all'interno della pagina deve essere equilibrata rispetto alla lunghezza del testo e la loro disposizione deve essere omogenea con il resto del sito. Inserire sempre il testo alternativo per garantirne l'accessibilità.

L'inserimento di immagini cliccabili deve avvenire avendo cura di aggiungere un'etichetta di testo per l'immagine.

L'inserimento di video o animazioni deve essere associato a un testo che ne illustri il contenuto.

Le immagini devono essere di buona qualità (lato corto minimo 1200px, massimo 2500px), tenendo presente quanto queste possono incidere sul tempo di download della pagina. Una buona qualità non significa file pesanti che rallenterebbero la navigazione del sito, o la visualizzazione dell'elemento.

I video prodotti per attività, eventi o per semplici illustrazioni riguardanti l'Ateneo RomaTre devono essere caricati su piattaforme di streaming istituzionali (es. Youtube) per poi essere linkati all'interno della pagina web.

Informazioni e recapiti

Sarebbe opportuno organizzare le informazioni di contatto all'interno di una tabella a due colonne dal titolo "Informazioni e recapiti" con:

- nella colonna di sinistra i riferimenti (in grassetto)
- nella colonna di destra le informazioni.

I riferimenti vengono indicati con la prima lettera maiuscola, il resto minuscolo.

Tutti i riferimenti vengono scritti per esteso nel seguente ordine:

- Indirizzo
- Telefono
- Fax
- Email
- PEC
- Sito
- Facebook
- Twitter

- Referente/Responsabile
- Orari di apertura
- Altri riferimenti

I dati mancanti non devono essere indicati (se l'indirizzo non è presente la prima voce della tabella sarà "Telefono").

Cariche istituzionali e istituzioni

Le istituzioni vanno scritte con la prima lettera maiuscola: Ministero, Assessorato, Rettorato, Ateneo.

Le cariche (rettore, prorettore, direttore, professore, assessore, presidente, vicepresidente, ecc.) prevedono la lettera minuscola in presenza di nome proprio della persona che ricopre la carica: es. il professore Mario Rossi. Si prevede la lettera maiuscola nel caso di utilizzo del termine come antonomasia della persona che la ricopre.

Scuole, Dipartimenti e Centri

Le Scuole, i Dipartimenti e i Centri vengono indicati con le iniziali maiuscole, esclusi congiunzioni e articoli. Per esempio: Scuola di Economia e Studi Aziendali.

Il titolo dei corsi di studio ha solo la prima lettera maiuscola, il resto minuscolo.

Gli uffici

Gli uffici sono indicati per esteso la prima volta che vengono citati nel testo, con la prima lettera di ogni parola in maiuscolo, inserendo tra parentesi, come nell'esempio la sigla (tutta in maiuscolo). Per esempio: Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP).

Ogni volta che i nomi degli uffici verranno ripetuti nella stessa pagina si utilizzerà esclusivamente la sigla.

Glossario

Meta-description o meta tag description: è la descrizione della pagina. Questo campo viene visualizzato dai motori di ricerca sotto il title e prima della url della pagina.

Slider: interfaccia grafica che consente di visualizzare in sequenza più immagini.

Screen reader: Applicazione software che identifica e interpreta del testo presente su una pagina letta da un computer, trasformandolo in una sintesi vocale o attraverso un display Braille.

Title o tag title: è il titolo della pagina web, primo elemento letto dai motori di ricerca e presentato sulla prima riga nelle pagine di ricerca, prima della meta-description e della url.

Tooltip: elemento di interfaccia grafica che appare quando il mouse si trova su un'icona o un'immagine.

Topic: parola chiave principale o argomento