

ESCUELA DE COMUNICACIÓN FERRÉ RANGEL

PRONTUARIO

TÍTULO:	Redacción para internet
CODIFICACIÓN:	NRD 615
CRÉDITOS:	3 créditos 45 horas contacto 1 trimestre

DESCRIPCIÓN

Este curso conceptualiza la interactividad, multimedia e hipertextualidad como características fundamentales en la escritura del relato digital. Hace referencia a los principios de usabilidad y posicionamiento digital. Pone en práctica los estilos, técnicas y formatos hipertextuales de la redacción para medios digitales. Se practica el tratamiento del lenguaje en el texto digital. Se ensayan los modelos de producción textual no lineal y los compara con los estilos tradicionales para terminar en la gestión de un contenido de narrativa digital.

JUSTIFICACIÓN

La Internet ha evolucionado a formas distintas de gestionar el contenido para optimizarlo de forma que proporcionen valor para los usuarios. El desarrollo de plataformas y redes sociales también ha modificado el relato digital. Se trata de adecuar el contenido al uso correcto del lenguaje y los modelos de contenido a las capacidades técnicas de la Web y las redes sociales. El entorno digital ha desarrollado su propio conjunto de normas de redacción y estilo con el incremento de las capacidades técnicas que posibilitan la profundidad del relato digital tanto para el ejercicio de los profesionales de la comunicación, así como la participación de los usuarios en la lectura de contenidos digitales.

COMPETENCIAS

El curso desarrolla en el o la estudiante las siguientes competencias:

- **Comunicación**
- **Innovación y emprendimiento**
- **Investigación y exploración**

OBJETIVOS

Al finalizar el curso, el estudiante será capaz de:

1. Conocer las características de la Web para redactar relatos digitales.
2. Comprender el comportamiento de los usuarios en la web y los principios de usabilidad en el diseño del relato digital.
3. Conocer los modelos de producción textual en la redacción de narrativas digitales.
4. Aplicar las normas y principios gramaticales en la redacción de contenidos digitales y su edición.
5. Aplicar las normas de estilo de redacción de textos digitales y su edición.
6. Diseñar un sitio en la Web para la publicación de relatos digitales con las características de diseño y estilo adecuados.

CONTENIDO

- I. Conceptualización de las capacidades y características de la Web
 - A. Hipertextualidad
 - B. Interactividad
 - C. Multimedia
- II. Comportamiento de los usuarios en la web y los principios de usabilidad
 - A. Estudios de Eye Track
 - B. Punto de entrada en una página
 - C. Patrones de lectura en la Web
 - D. Principios de usabilidad
- III. Modelos de producción textual
 - A. La célula informativa de Salaverría
 - B. El diamante de Bradshaw
 - C. El modelo Margarita de Camus
 - D. Pirámide tumbada de Canavilhas
 - E. Pirámide invertida de Franco
- IV. Gramática multimedia
 - A. Oraciones
 - B. Párrafos
 - C. Títulos

D. Tipos de lenguaje

V. Normas generales de estilo

- A. Destaque de palabras
- B. Enlaces
- C. Listas
- D. Ideas en los párrafos
- E. Extensión del escrito
- F. Títulos y subtítulos
- G. Optimización en la redacción
- H. Edición de textos
- I. Uso de caracteres
- J. Signos de puntuación
- K. Marcadores tipográficos
- L. Uso de signos y símbolos
- M. Uso de números

VI. Redes sociales

- A. Recomendaciones en la elaboración de textos
- B. Microformato

METODOLOGÍA

Se recomiendan las siguientes estrategias de la metodología de aprendizaje activo:

- Asignaciones
- Ejercicios de redacción
- Edición y reescritura de textos
- Presentaciones
- Proyecto final de redacción

EVALUACIÓN

Ejercicios	35%
Presentaciones	35%
Trabajo final	<u>30%</u>
TOTAL	100%

AVALÚO DEL APRENDIZAJE

Se aplica la rúbrica de avalúo institucional a la actividad central del curso.

BIBLIOGRAFÍA

Batty, C. & Cain, S. (2016). *Media Writing: A Practical Introduction*. [eBook] (2da. ed.).

Palgrave MacMillan.

Ballard, T. (2014). Reader Centric Writing for Digital Media. *Technical Communication*.

Vol. 61 Issue 2, p. 137, 2 p.

Bimber, B. (2014). Digital Media in the Obama Campaigns of 2008 and 2012:

Adaptation to the Personalized Political Communications Environment. *Journal of Information Technology & Politics*. Vol. 11 Issue 2, p. 130-150. 21 p 2 Charts.

Bradley, S. (2015). Win the Game of Googleopoly : Unlocking the Secret Strategy of Search Engines. Wiley.

Calle, G. Y. (2016). La autorregulación durante la escritura digital. *Revista de Educación y Desarrollo Social*. Vol. 10. Issue 1, p. 20-37.

Camus, J. C. (2009). *Tienes cinco segundos*. [eBook] (2da ed.). Pontificia Universidad Católica de Chile.

Carrol, B. (2014). *Writing and Editing for Digital Media*. Routledge.

Chan-Olmsted, S. y Shay, R. (2016). The New Digital Media Value Network: Proposing an Interactive Model of Digital Media Value Activities. *Icono 14*, Vol. 14 Issue 2, p. 46-74. 29p.

Fayos, A. (2016). *La propiedad intelectual en la era digital*. Editorial Dykinson.

Felder, L. (2012). *Writing for the Web: Creating Compelling Web Content using Words, Pictures and Sound*. [eBook]. News Riders.

Franco, G. (2008). *Cómo escribir para la Web*. [eBook]. Centro Knight para el Periodismo en las Américas.

- Garais, G. E. (2015). F.A.Q on How to Publish Relevant Content on Seo Web Pages. *Journal of Information Systems & Operations Management*, 9(2), 1–13.
- Hohamanny, J. (2011). Las 10 mejores prácticas para medios sociales. [eBook]. Centro Knight para el Periodismo en las Américas.
- Krug, S. (2014). *D'ont Make Me Think, Revisited. A Common Sense Approach to Web Usability*. [eBook] New Riders.
- Lee King, D. (2016). 12 TIPS to Better Writing for the Mobile Web. *Computers in Libraries*, 36(1), 12–16.
- McCulloch, M. (2019). *Because internet: understanding the rules of language*. [eBook]. Penguin.
- Nielsen, J. and Budiu, R. (2013). *Mobile Usability*. [eBook]. New Riders.
- Pinsky, D. (2014). SEO Guidelines For Editorial. Forbes.Com, 12.
- Pintos, J. (2014). *Aplicación de técnicas de usabilidad y accesibilidad en el entorno cliente*. [eBook]. IC Editorial.
- Salaverría, R. (2005). *Redacción periodística en Internet*. EUNSA.
- Serrano-Tellera, A. (2017). Innovations in Mobile Interface Design: Affordances and Risks. *El Profesional de la Información*. Vol 26 Issue 2, p. 32- 327. 8p.
- Tascón, M. (2012). *Escribir en internet*. [eBook]. Galaxia Gutenberg.
- Velásquez, A. (2007). Convergencias en los medios digitales: la labor del editor y del arquitecto de la información. *Signo y Pensamiento*, Jun 2007 (50), p. 174-190.
- Whiteman, C. (2015). Driving international rank with SEO. *MultiLingual*, 26(8), 45–47.

Puede encontrar más recursos de información relacionados a los temas del curso en la página de la biblioteca <http://biblioteca.sagrado.edu/>

ACOMODO RAZONABLE

Para obtener información detallada del proceso y la documentación requerida, debe visitar la oficina correspondiente. Para garantizar igualdad de condiciones, en cumplimiento de la Ley ADA (1990) y el Acta de Rehabilitación (1973), según enmendada, todo estudiante que necesite servicios de acomodo razonable o asistencia especial deberá completar el proceso establecido por la Vicepresidencia de Asuntos Académicos.

HONRADEZ ACADÉMICA, FRAUDE Y PLAGIO

Todo estudiante que falte a la política de honradez, fraude y plagio se expone a las siguientes sanciones: recibirá nota de cero en la evaluación y/o repetición del trabajo en el seminario, nota de F(*) en el seminario: suspensión o expulsión según se establece en el documento de Política de Honestidad Académica (DAEE 205-001) con fecha de efectividad de agosto 2005.

Derechos reservados | Sagrado | Octubre, 2020