

Blog REDU. Enseñanza y aprendizaje en la educación superior.

Concepto editorial

1 OBJETIVO DEL BLOG

El Blog REDU pretende servir de inspiración al profesorado de educación superior. Para lograr este objetivo, el blog se centra principalmente en temas y actividades profesionales de REDU, pero en él también hay espacio para trasladar experiencias de investigación e innovación que se estén desarrollando en las universidades y que puedan ser de interés para la transferencia y el aprendizaje conjunto. El blog pretende hacer una contribución genuina al desarrollo de un Enfoque Académico de la Enseñanza y el Aprendizaje (Scholarship of Teaching and Learning).

El blog consta principalmente de dos apartados:

- A. Contribución principal
- B. Otras contribuciones

A. Contribución principal:

- **Contenido:** Se trata de un texto reflexivo en el que se plantee y aporte un análisis documentado y sistemático sobre una temática de interés y/o actualidad en el área de la enseñanza universitaria.
- **Estilo de escritura:** informativo y entretenido. Divulgación científica, fácilmente accesible. Ninguna cita académica, pocas referencias bibliográficas (preferiblemente en forma de enlaces). Importante: No se trata de textos publicitarios; las referencias a los productos están colocadas de forma que sean útiles para los lectores que quieran profundizar en el tema.
- **Estructura:** un mínimo de 500 y un máximo de 900 palabras (máx. 150 palabras por sección). Se fomenta el uso de intertítulos.

B. Otras contribuciones

- **Contenido:** Puede haber distintos tipos de noticias, clasificadas en:
 - Noticias nacionales e internacionales
 - Reseñas de artículos publicados en REDU
 - Congresos, seminarios, cursos
 - Webinar de interés
 - Informes nacionales e internacionales
 - Reseñas bibliográficas, reseñas de libros
 - Entrevistas.
- **Estructura:** el número de palabras depende del tipo de contribución. Pueden ser cortas, si se trata por ejemplo de una noticia sobre un congreso, o más extensas si se trata de la reseña de un libro. No exceder 900 palabras.

Los autores envían directamente el texto y una imagen a través del enlace: <https://noticias.red-u.org/propuestas-de-participacion/>

2 ESTILO Y CALIDAD

2.1 Estilo de escritura

Los blogs pretenden informar y entretener, pero no instruir. Tampoco son publicaciones científicas, sino, en el mejor de los casos, publicaciones de divulgación científica. Por lo tanto, el estilo de redacción debe ser parecido al de los periódicos o las revistas (por ejemplo, GEO).

Deben evitarse las referencias bibliográficas demasiado densas o la bibliografía. Por supuesto, es posible hacer referencias individuales, idealmente como enlaces web.

2.2 Calidad

El estilo periodístico de la escritura no debe ser un pase libre para el contenido arbitrario. Lo que se publique en el Blog debe estar respaldado por un discurso pedagógico-didáctico o declararse claramente como opinión personal.

2.3 "Call to action"

Una entrada del blog debe contener una "llamada a la acción" que incite a la lectura. Puede tratarse de una referencia a un evento (curso, conferencia), una publicación o cualquier otra actividad relacionada con el tema del blog, normalmente en forma de enlace a un sitio web con la información del producto o evento.

2.4 Contenido tabú

Hay que evitar los siguientes contenidos:

- Documentos científicos en sentido estricto. Un blog no es una revista científica. Las referencias personales no son incómodas en este caso, sino deseables; en cambio, las presentaciones demasiado impersonales resultan desagradables. Nuestros autores también deben sentirse como personas.
- Declaraciones políticas (no se puede eludir el hecho de que las actividades educativas se desarrollan en un marco político y repercuten en él).
- Tenga cuidado con las declaraciones sobre minorías sociales, grupos marginados, etc. Absténgase de hacer afirmaciones generales sobre personas y grupos de personas, sobre todo en las redes sociales, ya que estas provocan rápidamente acusaciones de discriminación.
- Reposicionamiento de entradas de blog publicadas en otros lugares: El contenido de nuestro blog debe ser original. El reenvío de textos propios, presentaciones, etc. es, por supuesto, posible y explícitamente bienvenido como *teasers* para publicaciones de libros, conferencias, etc., pero debe estar debidamente descatalogado (con enlaces y referencias similares). Además, en estos casos deben realizarse adaptaciones del tipo de texto y de los medios de comunicación para su publicación como entrada de blog.

3 DISEÑO FORMAL

3.1 Estructura:

- Lo ideal es que el autor proponga un título para su contribución (longitud: 35-65 caracteres).
- El texto debe estar dividido en diferentes secciones (máximo 150 palabras por sección).
- Se fomenta el uso de intertítulos.

3.2 Palabra clave

Para la optimización de los motores de búsqueda, tiene sentido determinar una palabra clave central (idealmente la que se utiliza para buscar el tema en Google) y asegurarse de que aparezca varias veces en el texto, idealmente también en el título del post y en al menos un subtítulo.

Para optimizar aún más la búsqueda por parte de los motores de búsqueda, pero también en el blog, deberían definirse de 5 a 10 palabras clave para cada entrada del blog.

3.3 Imágenes

Las entradas del blog suelen completarse con imágenes, gráficos, vídeos o documentos de audio. Lo ideal es que estén claramente relacionados con el contenido del texto, por lo que es conveniente que los autores proporcionen sugerencias de imágenes y gráficos con su texto (¡incluya la información sobre el copyright!).

Nota: La maquetación corre a cargo de los editores del blog. Por razones de derechos de autor, de diseño corporativo y de optimización para los motores de búsqueda, los editores se reservan el derecho a realizar ajustes en los textos y las imágenes. Si es necesario, los autores recibirán el texto para su revisión.

4 DIÁLOGO CON LOS LECTORES

Aunque no suele haber muchas reacciones, un blog es un medio basado en el diálogo: los lectores pueden dejar comentarios, y las entradas del blog suelen recomendarse y comentarse en las redes sociales. Y si alguien deja un comentario en una entrada del blog, también espera una respuesta pronto. Por ello, los editores del blog informan a los autores de los comentarios recibidos y confían en una respuesta rápida. En caso de que el autor esté ausente por vacaciones, etc., los editores se reservan el derecho de asumir la comunicación.

5 REDES SOCIALES

Se ruega a los autores que tengan cuentas en las redes sociales, por ejemplo en Twitter o LinkedIn, que den a conocer sus contribuciones al blog por sí mismos o compartiendo/retuiteando los correspondientes mensajes REDU.

6 NEWSLETTER

Una vez al mes, las contribuciones del blog aparecen en la newsletter de REDU. Las noticias aparecen de forma automática, tras la confirmación por parte de REDU. La contribución puede tardar algo más.

(Texto adaptado del “Concepto Blog *Life Long Learning*” del Center for Teaching and Learning in HE” de la Pädagogische Hochschule Zürich).