

PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS

1. TÍTULO DEL CURSO

UX WRITING: comunicación efectiva para productos digitales

2. DOCENTE A CARGO Y EQUIPO DOCENTE

APELLIDO Y NOMBRE	
Docente Titular	LEANDRO GONZÁLEZ DE LEÓN
Docente Adjunto	VÍCTOR MALDONADO

3. JUSTIFICACIÓN - FUNDAMENTACIÓN

En el ecosistema digital, la forma en que nos comunicamos a través de las interfaces de usuario es clave para garantizar una experiencia óptima para los usuarios. El UX Writing, o escritura para la experiencia del usuario, se convirtió en una disciplina esencial, ya que permite guiar, informar y conectar de manera efectiva con las personas que interactúan con productos y servicios digitales.

Este curso está orientado a comunicadores, redactores y cualquier persona interesada en crear experiencias digitales centradas en el usuario, con la capacidad de traducir objetivos comerciales en mensajes claros y efectivos.

4. OBJETIVOS

Comprender la perspectiva UX

Identificar y aplicar la estructura adecuada en la creación de textos para interfaces digitales, asegurando que cada palabra cumpla un propósito dentro de la experiencia del usuario.

Desarrollar una voz y tono consistentes

Definir y mantener una voz y tono coherentes con la identidad de la marca, adaptándolos a distintos contextos de uso y audiencias.

Desarrollar el storytelling para conectar con los usuarios

Se explorará cómo incorporar técnicas de storytelling en el UX Writing, con el fin de crear

una narrativa que no solo guíe al usuario en su experiencia, sino que también genere una relación emocional más profunda con el producto.

Analizar la competencia mediante benchmark

Los estudiantes realizarán análisis comparativos de los mensajes de la competencia (benchmark), aprendiendo a identificar mejores prácticas y oportunidades de mejora para optimizar sus propios contenidos.

Alinear el UX Writing con los objetivos de negocio

Los participantes desarrollarán habilidades para escribir de manera estratégica, alineando los textos con los objetivos comerciales del producto o servicio, maximizando así tanto la experiencia del usuario como el rendimiento del negocio.

Mejorar la usabilidad y la experiencia del usuario a través del lenguaje

El objetivo final será que los estudiantes comprendan cómo el UX Writing no solo facilita la interacción con el producto, sino que también mejora la usabilidad general y la satisfacción del usuario, optimizando la navegación y eliminando fricciones.

5. PROGRAMA A DESARROLLAR

Clase 1: Introducción al UX Writing

Exploramos los fundamentos del UX Writing y su impacto en la experiencia de usuario, diferenciándolo del copywriting tradicional.

Clase 2: Estructura de contenido en UX Writing

Aprendemos a estructurar textos para interfaces digitales, asegurando claridad y eficiencia en cada palabra.

Clase 3: Voz y tono en UX Writing

Descubrimos cómo definir y adaptar la voz y tono de una marca según el contexto y las necesidades del usuario.

Clase 4: Storytelling aplicado al UX Writing

Incorporamos técnicas de storytelling para crear una conexión emocional y mejorar la experiencia del usuario.

Clase 5: Benchmark y análisis de la competencia Realizamos análisis comparativos de textos en interfaces digitales para identificar oportunidades de mejora.

Clase 6: Tips prácticos de escritura Aplicamos principios de escritura clara, concisa y útiles para mejorar la interacción en productos digitales.

Clase 7: Contexto de uso en el UX Writing
Adaptamos los textos a diferentes plataformas, dispositivos y momentos del viaje del usuario.

Clase 8: UX Writing y Objetivos de negocio
Aprendemos a alinear el UX Writing con las metas comerciales para impactar positivamente en el éxito del producto.

6. BIBLIOGRAFÍA

Austin, J. (1991). *Cómo hacer cosas con palabras*. Barcelona: Paidós.
Balmaceda, T. et Al. (2023). *Cultura de la Influencia*. Buenos Aires: Marea.
Filinich, M. (2012). *Enunciación*. Buenos Aires: Eudeba.
Godin, S. (2022). *Esto es marketing*. Buenos Aires: Paidós.
Han, Byung-Chul (2023). *La crisis de la narración*. Buenos Aires: Herder.
Norman, D. (2024). *El diseño de las cosas cotidianas*. Madrid: Capitán Swing.
Parnofiello, M. (2020). *UX Writing en español*. Buenos Aires: Intuitiva UX.
Sosa Escudero, W. (2020). *Big data*. Buenos Aires: Siglo XXI.
Zuccherino, S. (2021). *Social Media Marketing*. Buenos Aires: Temas.

7. MODALIDAD DE DICTADO

VIRTUAL
X

8. MODALIDAD DE EVALUACIÓN

El curso se evalúa con la entrega de un trabajo final, desarrollado por etapas durante la cursada.

9. DURACIÓN

CARGA HORARIA
CARGA HORARIA TOTAL

20 hs.	
CANTIDAD DE CLASES TOTALES	
8 clases	
SINCRÓNICA	ASINCRÓNICA
X	

10. REQUISITOS MÍNIMOS DE INSCRIPCIÓN

Estudiantes o graduados de Ciencias de la Comunicación, Letras y carreras afines.

Profesionales de redes sociales, marketing digital y/o creadores de contenido.