



P1-E2: PRÁCTICA-1 (P1) / ENCARGO-2 (E2)

PROF. JOAN MIQUEL-VERGÉS

ENTREGA DEL ENUNCIADO: SEMANA DEL 27/09/2021 AL 03/10/2021

FECHA DE ENTREGA: **JUEVES 28/10/2021 23:59** (DOCUMENTACIÓN Y CONFIRMACIÓN)

Cualquier plagio cometido en la realización de la práctica supondrá no sólo el suspender la práctica en cuestión sino también la inmediata expulsión de la evaluación continua del alumnado involucrado.

ASPECTOS A CONSIDERAR (6 + 4 HORAS PRESENCIALES)

FASE DE LA TRADUCCIÓN	SÍ / NO
1 - OBTENCIÓN	X
2 - ANÁLISIS	---
3 - PREPARACIÓN	X
4 - TRADUCCIÓN	X
5 - CORRECCIÓN Y OPTIMIZACIÓN	X
6 - ENTREGA	X
7 - GESTIÓN (DOCUMENTAL Y ECONÓMICA)	X
8 - PROMOCIÓN	X

ENCARGO DE TRADUCCIÓN

Un/a traductor/a profesional quiere promocionar su empresa de traducción y, para ello, decide **crear un sitio web “estándar”, al cual se pueda acceder a través de un ordenador personal**. Aprovechando sus conocimientos de diferentes lenguas de trabajo decide hacerla bilingüe (**puedes usar, preferentemente, tus lenguas A, materna, y B de trabajo; o bien cualesquiera otras dos lenguas que tu quieras usar y conozcas**).

El sitio web “estándar” estará formado por dos páginas web: una página principal y otra secundaria, idénticas en cuanto a contenido, pero en las dos lenguas que tu escojas. Cada una de las páginas web deberá incluir, obligatoriamente, entre otros elementos, un apartado de hiperenlaces a diversas herramientas informáticas que use en su labor profesional, con un breve comentario para cada una de ellas. Y, finalmente, un enlace a una cuenta de correo electrónico para que los clientes puedan contactar contigo.

PARÁMETROS DE REALIZACIÓN DEL ENCARGO

Este encargo debe realizarse de manera **individual** y supone un máximo de **4,5 puntos** en la “evaluación continua”. Como software específico para su realización deberás usar el programa de creación de páginas web **KompoZer v. 0.83b**. El software detallado es de libre acceso y gratuito. Todo lo relacionado con este encargo (software, manuales, etc.) puedes descargarlo de <http://jmv.webs.uvigo.es/docs/practicass/practica1/encargo2/p1-e2.htm>. Cualquier posible “error” cometido en el enunciado de este encargo y/o cualquier posible “imprevisto” que surja en la realización del mismo será anunciado convenientemente en la web, comunicado al alumnado y solucionado por el docente de la materia.

CONTENIDO DEL ENCARGO

- 1) Con el fin de promocionar tu empresa de traducción, crea **un sitio web “estándar” (en formato HTML), bilingüe, al cual se pueda acceder mediante un ordenador personal con conexión a Internet y un navegador web**. El sitio web estará constituido por **dos páginas web** idénticas en cuanto a contenido se refiere. **Puedes usar cualesquiera dos lenguas que conozcas**, pero, preferentemente, se aconseja que la página web principal esté escrita en tu lengua A (materna) de trabajo, mientras que la página web secundaria esté escrita en tu lengua B de trabajo. Recuerda que la página web principal debe llamarse *index*. Ambas páginas web deberán estar enlazadas. Recuerda que en tu espacio web no debes proporcionar “información sensible” y que la manera usual para contactar con los clientes es a través de tu correo electrónico (que deberás crear en el apartado “1.9”). Puedes ver “un ejemplo” de espacio web en <http://jmv.webs.uvigo.es/docs/practicass/practica1/encargo2/web> o en <http://traduccionesvigotrans.atwebpages.com>.

Más específicamente:



- 1.1) Establece como **título de la página principal** (que son los que aparecen en la barra superior azul de los navegadores) un título acorde con tu espacio web. Haz lo mismo con el **título de la página secundaria (0,20 puntos)**.^{1,2}
- 1.2) **Inserta 4 palabras clave** (“keywords”) como mínimo en la página principal: “traductor” en las lenguas A y B de tu web; y “traducción” en las lenguas A y B de tu web **(0,20 puntos)**.^{3,4}
- 1.3) Los **enlaces entre las dos páginas** web serán de dos tipos: un enlace gráfico (una bandera) y otro enlace textual (si estás creando la página web en la lengua A, entonces el texto indicativo deberá estar en la lengua B; y viceversa). En la medida que las dos páginas contienen la misma información (en dos lenguas diferentes), cada página deberá abrirse en “el mismo marco” y de esta manera substituir la una a la otra. Para hacer tu web accesible a las personas con problemas de visibilidad usa “texto alternativo” por debajo de cada imagen para identificarlas. **(0,40 puntos)**.
- 1.4) **Crea un “nombre o marca”** para tu empresa **y ponlo destacado al principio de cada página web**. Como es un nombre o marca distintivo NO hace falta que lo traduzcas en la página secundaria **(0,20 puntos)**.
- 1.5) Incluye una **imagen** relacionada con el nombre o marca de tu empresa, centrada en la página. Para hacer tu web accesible a las personas con problemas de visibilidad usa “texto alternativo” por debajo de la imagen para identificarla **(0,20 puntos)**.
- 1.6) Incluye un **menú inicial de enlaces a diferentes secciones de la misma página web**. Por ejemplo: 1) Currículo, 2) Lenguas de especialización, 3) Tipología de textos a traducir, 4) Plazos de entrega, 5) Precios (por palabra traducida), 6) Herramientas de utilidad para el traductor en línea, etc. Cada una de las secciones debe contener un mínimo de 10 palabras y el texto debe estar redactado (si hay menos palabras o el texto no está redactado se penalizará). La información contenida puede ajustarse o no a tu realidad personal y profesional **(0,80 puntos)**.
- 1.7) El apartado de **“Herramientas de utilidad para el traductor en línea”** es de carácter obligatorio y debe contener, exactamente, cuatro hiperenlaces a diferentes herramientas de utilidad para el traductor en línea (según las lenguas y tipología de textos elegidas por ti). Cada entrada contará con: i) un pequeño comentario sobre la herramienta en cuestión y su utilidad; ii) una pequeña ayuda contextual que deberá mostrarse automáticamente al pasar el cursor por encima de dicho enlace⁵. Además, los enlaces deben abrirse todos en una “nueva ventana” para evitar que la página principal o secundaria del sitio web desaparezca de la vista del usuario **(0,80 puntos)**.
- 1.8) Incluye un **enlace al final de cada sección que remita otra vez al menú principal**. Por ejemplo: un enlace gráfico o un enlace textual tipo “Volver al menú principal” **(0,20 puntos)**.
- 1.9) Crea una cuenta de correo en *Gmail*⁶ e incluye un **hipervínculo a dicha cuenta de correo electrónico** a través de un “elemento gráfico animado (para hacer tu web accesible a las personas con problemas de visibilidad usa “texto alternativo” por debajo de la imagen para identificarla) o gif animado” (p.e. https://gifsanimados.espaciolatino.com/es/E_mail1.htm) y un elemento textual **(0,20 puntos)**.

¹ Para entender la importancia de los metadatos y de las palabras clave en el posicionamiento SEO (*Search Engine Optimization*; se refiere a las técnicas que buscan que una página web aparezca en las primeras posiciones de los resultados en buscadores para una serie de palabras o frases) consulta <https://smediatic.wordpress.com/2014/05/08/la-importancia-de-los-metadatos-y-las-keywords-en-el-posicionamiento-seo/>.

² No olvides que los títulos de las páginas web (que son los que aparecen en la barra superior azul de los navegadores) son muy importantes en la medida que son uno (no el único) de los criterios de búsqueda que emplean los buscadores de Internet. Consultar al respecto <http://www.publiceuta.com/manuales/titulo.htm>

³ Para entender la importancia de los metadatos y de las palabras clave en el posicionamiento SEO (*Search Engine Optimization*; se refiere a las técnicas que buscan que una página web aparezca en las primeras posiciones de los resultados en buscadores para una serie de palabras o frases) consulta <https://smediatic.wordpress.com/2014/05/08/la-importancia-de-los-metadatos-y-las-keywords-en-el-posicionamiento-seo/>. A este respecto, sin embargo, no todos/as los/as especialistas están de acuerdo con esta práctica. Hay algunos/as que, incluso, la desaconsejan; porque consideran que Google puede incluso llegar a penalizar el hecho de emplear palabras clave para ganar más tráfico (ver a este respecto <https://www.xovi.com/es/donde-colocar-las-palabras-clave/>). **En nuestro caso, no entraremos en este debate, y consideraremos que las palabras clave sí influyen, y positivamente, en el posicionamiento de las páginas web.**

⁴ En las páginas HTML existe una sección dentro de la “cabecera”, definido por <head> y </head>, dentro de las cuales se pueden insertar “tags” o etiquetas del tipo “meta”. Estos “tags” son indicadores que, en algunos casos, le dicen a la página cómo deben comportarse y en otros son apenas informativos. Cuando creamos una página HTML suele incluirse como “tag” para las palabras claves o “keywords” la etiqueta siguiente: <meta name=“Keywords” content=“palabra-1, palabra-2, palabra-3, palabra-4”>. Cópiala e introdúcela en tu web (incluyendo, obviamente, tus propias palabras clave). Como es una línea a de código HTML, para introducirla en la página web: i) o bien usas la opción “Insertar > HTML” de KompoZer; o bien usas la opción “Ver > Código fuente HTML de Kompozer.

⁵ Para ello, en las “Propiedades del enlace” hay que seleccionar “Edición avanzada”; y, en “Atributos HTML”, abrir la ventana de atributos ya predefinidos y seleccionar el atributo “title”. Por último, como valor del mismo escribiremos el texto que queramos que aparezca como ayuda contextual y aceptaremos todos los pasos.

⁶ El formato obligado de tu nueva cuenta de *Gmail* debe ser: “primer apellido tuyo completo” + “.” + “segundo apellido tuyo completo” (de tenerlo) + “.” + “nombre tuyo completo” (todo en letras minúsculas y escrito “a la inglesa”; es decir, con todos los caracteres existentes en inglés). Por ejemplo, si tu nombre y apellidos son “José Núñez Suárez”, tu cuenta de Gmail podría ser “nunhez.suarez.jose@gmail.com”. En el hipotético caso de que Gmail no te permita tu cuenta propuesta añade un punto y algún carácter más al final (p.e., “nunhez.suarez.jose.l@gmail.com”).



- 1.10) **Hospeda** tu sitio web en un hostel (gratuito); por ejemplo, en «Awardspace» <http://www.awardspace.com/>⁷. **En el supuesto de que el hostel gratuito anterior no funcione correctamente se os proporcionará otro.** Debes usar tu cuenta de *Gmail*⁸ para solicitar dicho servicio de hospedaje. ¡Ojo, **este apartado es obligatorio!** (1,00 punto).
- 1.11) Inserta un **contador de visitas** en tu página web principal (**solo en la página principal, no en la secundaria**; ya que, sino, cada visita contaría por dos); p.e. <http://www.contadorvisitasgratis.com> (0,30 puntos).⁹
- 2) **Finalización del encargo (entrega de todos los materiales y del formulario final):**
El encargo no se considerará acabado hasta que no hayas **CONFIRMADO EN EL MOOVI DE LA MATERIA que has realizado el encargo** (y algunos datos más que se te pedirán). El día y hora máximos para la entrega de dicho formulario, recuerda, son el **JUEVES 28/10/2021 23:59 (DOCUMENTACIÓN Y CONFIRMACIÓN)**. A partir de dicho día/hora la plataforma se cerrará automáticamente y no admitirá nuevos formularios.
- 3) **Confirmación del cliente (profesor) de la recepción del encargo:**
Una vez agotado el plazo límite para la presentación del encargo y antes de proceder a su calificación aparecerá en la web un **listado detallando el alumnado que ha presentado el encargo y los materiales que se han recibido del mismo**. Cualquier “anomalía” que detectéis al respecto deberéis comunicársela a vuestro “cliente” (profesor).

EVALUACIÓN, REVISIÓN Y DEVOLUCIÓN

- 1) Para la realización de la práctica **deben usarse, exclusivamente, los programas informáticos (software) detallados en el enunciado**. Por si algún alumno/a usa un sistema operativo que no sea Windows (por ejemplo, Mac OSX o Linux), hemos intentado usar programas que tengan una versión en dichos sistemas operativos, pero no siempre es ello posible. En dichos casos, como todo el software usado en este encargo nº2 es gratuito y de libre acceso, puede usarse el Aula Informática N9 de la FFT para poder acabar el encargo.
- 2) Recuerda que el correo electrónico al cual debes **enviar tu encargo** es: grupo1@uvigo.es, grupo2@uvigo.es, grupo3@uvigo.es, grupo4@uvigo.es ó grupo5@uvigo.es; dependiendo de cuál sea tu grupo de prácticas. Si no te asignaron un grupo de prácticas, envía tu encargo a **uno** de los correos; pero a partir de ese momento debes enviar **todos** tus encargos a ese correo en cuestión. **En ningún caso debes enviar tu encargo a jmv@uvigo.es**. De la misma manera, si quieres **plantear cualquier duda, consulta u observación relacionada con tu encargo**, debes usar el foro de la materia de MooVi (que la enviará a jmv@uvigo.es, el profesor de la materia) que es quien intentará solucionarla (y no al “correo del cliente” grupoX@uvigo.es).
- 3) El sistema de evaluación es el siguiente: a la nota máxima final para este encargo de 4,5 puntos se le irán restando las oportunas **penalizaciones** por incorrecciones cometidas. La puntuación máxima de cada apartado está explicitada en el enunciado de estos.
- 4) Una vez corregida y evaluada la práctica, se procederá a su **corrección y evaluación**, que podrá ser consultada por el alumno/a en el MooVi de la materia. Todas las calificaciones y/o correcciones aparecerán exclusivamente “en línea”, en el MooVi de la materia. No aparecerá ningún tipo de información al respecto impresa en formato papel, por ejemplo, en la puerta de mi despacho.
- 5) También se establecerá una fecha (en horas de tutoría) para su **revisión**.

⁷ «Awardspace» (<http://www.awardspace.com/>) es un servicio de hospedaje de páginas web y FTP gratis, bajo ciertas condiciones: 1GB de espacio en disco, 5GB de transferencia, y la posibilidad de usar 1 dominio propio (y crear hasta 3 subdominios). Además, ofrece 1 BD MySQL, y sin publicidades molestas (sin anuncios o «banners»). Para daros de alta en «Awardspace» podéis seguir el tutorial del vídeo de YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=zpvrcjLieK4>. Básicamente (como ya se indica en el vídeo), solo tenéis que usar el “Gestor de dominios” de «Herramientas de alojamiento > Administrador del sitio web > Gestor de dominios» para crear un subdominio para vuestra empresa; y el “Gestor de archivos” de «Herramientas de alojamiento > Administrador del sitio web > Gestor de archivos», para poder subir todos los archivos de vuestro sitio web dentro de la carpeta creada por el subdominio. En cualquier caso, basta con que os deis de alta en « > » y el resto ya lo haremos en clase.

⁸ El formato obligado de tu nueva cuenta de *Gmail* debe ser: “primer apellido tuyo completo” + “.” + “segundo apellido tuyo completo” (de tenerlo) + “.” + “nombre tuyo completo” (todo en letras minúsculas y escrito “a la inglesa”; es decir, con todos los caracteres existentes en inglés). Por ejemplo, si tu nombre y apellidos son “José Núñez Suárez”, tu cuenta de Gmail podría ser “nunhez.suarez.jose@gmail.com”. En el hipotético caso de que Gmail no te permita tu cuenta propuesta añade un punto y algún carácter más al final (p.e., “nunhez.suarez.jose.l@gmail.com”).

⁹ Como la aplicación genera una línea de código HTML, para introducirla en la página web: i) o bien usas la opción “Insertar > HTML” de KompoZer; o bien usas la opción “Ver > Código fuente HTML” de KompoZer.